

## **EL CUESTIONARIO EL INSTRUMENTO DE RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN DE LA TÉCNICA DE LA ENCUESTA SOCIAL**

### **Abstract**

The technique of social survey is based on two lines basically theoretical - methodological. On the one hand, rely on the principles of mathematical statistics, such as those that govern the relationships between population and the samples taken from her. Moreover, the technique of social survey relies on principles of communication theory, in the questioning or conversation between two partners, and respondent

### **Resumen**

La técnica de la encuesta social se apoya básicamente en dos lineamientos teórico - metodológicos. Por un lado, se apoyan en principios de la estadística matemática, como son los que regulan las relaciones existentes entre una población y las muestras extraídas de ella. Por otro lado, la técnica de la encuesta social descansa en unos principios de *la teoría de la comunicación*, en el interrogatorio o conversación entre dos interlocutores, el encuestador y el encuestado

### **INTRODUCCION**

Ghiglione y Matalon, (1978) dicen con respecto a los diseños metodológicos lo siguiente:

*Se suele considerar que una investigación completa debe comenzar por una fase cualitativa, bajo la forma de un conjunto de entrevistas no directivas o estructuradas, seguidas de una fase cuantitativa, la aplicación de un cuestionario a una muestra para lograr una inferencia estadística en el curso de la cual se comprueben las hipótesis elaboradas durante la primera fase y se las completa con informaciones numéricas. Aunque sólo un método completamente abierto permite abordar un problema cuando aún no se sabe bien cómo se plantea este problema a la población interesada, en cambio para construir un cuestionario, evidentemente hace falta saber con precisión lo que se busca, asegurarse de que las preguntas poseen un sentido para cada uno de los entrevistados, de que todos los aspectos de la cuestión han sido bien abordados, etc.*

## TEMAS DE ESTUDIO A TRAVÉS DE ENCUESTAS

Los temas que se estudian a través de la técnica de la encuesta social generalmente están asociados a temáticas como las siguientes:

**a. Composición social y Población:** Características socio-demográficas de la familia: composición por sexo y edad; N° de aportantes; oficio y posición ocupacional; matrimonio y familia; roles sexuales.

**b. Condiciones de la reproducción social:** Vivienda; Acceso a medios de consumo colectivo: transporte, educación, servicios médico - asistenciales; Espacios públicos; Delincuencia y victimización; Políticas sociales: Salud pública; Prevención y asistencia sanitaria.

**c. Opinión Pública:** Identificación de contenidos de la imagen existente. Pulsar la opinión de públicos especializados y predeterminados.

**d. Grupos y organizaciones:** Organizaciones complejas; burocracia; grupos formales e informales; Estructura social: Estratificación y clases sociales; élite; cambio social.

**e. Medio ambiente:** Ecología; participación de comunidades urbanas y rurales.

**f. Economía y trabajo:** Actitudes y comportamientos económicos, laborales, empresariales, consumo, políticas económicas; sociología industrial; mercado de trabajo; sindicatos; profesiones; turismo.

**g. Política:** Ideologías políticas; sistema político; partidos y grupos de presión; comportamiento político; elecciones; actitudes políticas.

**h. Cultura y socialización:** Procesos culturales; tiempo, recreación y ocio; religión; ciencia y tecnología; medios de comunicación de masas; educación.

## FUNCIONES ESPECÍFICAS DE LA TÉCNICA DE LA ENCUESTA SOCIAL

1. Registro a través de las apreciaciones y manifestaciones realizadas por los propios sujetos objeto de investigación.

2. Ser un técnica de recolección de datos preparada especialmente para aprehender los aspectos subjetivos de los miembros de un grupo o comunidad y, por tanto, de los hechos sociales.
3. Permitir, frente al carácter particular, propio de la técnicas de observación científica y de la entrevista social, mucho más limitadas en los hechos que puede abarcar, *una aplicación masiva mediante los sistemas de muestreo*. Facilitando además la recolección de informaciones sobre un amplio abanico de temáticas a la vez y no solo sobre un aspecto particular.

### **EL PORQUE UTILIZAR LA TECNICA DE LA ENCUESTA SOCIAL**

En primer lugar, hay que señalar que la encuesta social es una de las escasas técnicas disponibles para el estudio masivo de conocimientos, actitudes y prácticas sociales.

En segundo lugar, las técnicas de encuesta social pueden adaptarse para obtener información generalizable de casi cualquier grupo de población.

Hay un tercer aspecto que hace recomendable el uso de encuestas y es que se trata de una técnica que permite recuperar información concreta sobre hechos pasados de los encuestados, como por ejemplo: Historia académica, empleos desempeñados, historia migratoria, nº de hijos nacidos tenidos vivos, experiencias sexuales, etc.

Cuarta razón: Su eficiencia para obtener volúmenes de *información sistematizable*, hacen de los cuestionarios bien estructurados excelentes herramientas para estandarizar los datos, lo que facilita su posterior análisis estadístico, tanto univariable como multivariable.<sup>1</sup>

Finalmente, es útil para comprobar unas hipótesis, bajo la forma de relaciones entre dos o más variables; por ejemplo:

---

<sup>1</sup>. Galtung, Johan. Teoría y Métodos de la Investigación Social. Columbia University Press, N.Y. 1967.

*Comprobar si la participación (frecuencia u ocurrencia) en una actividad recreativa programada dentro de Ciudad Universitaria varía según programa académico.*

Para poder obtener grandes cantidades de información en un breve plazo de tiempo y con un costo relativamente bajo, la técnica debe basarse en la teoría del muestreo; pero esto tiene sus limitaciones ya que generalmente los datos así obtenidos, clasificados y ordenados dentro de categorías "estrechas" pueden acabar considerando a los hechos sociales, a los procesos como un simple agregado de individuos, lo que dificulta el estudio de los hechos cualitativos ricos, variados y siempre complejos de la interacción social. Por tal razón se sugiere recurrir para su estudio a técnicas complementarias y más flexibles que los cuestionarios estandarizados, como pueden ser la "intervención sociológica", la observación científica; la entrevista social; etc.

## **ORGANIZACION DE LA INVESTIGACION SOCIAL A TRAVES DE LAS TECNICAS DE LA ENCUESTA SOCIAL.**

La técnica de la encuesta social se apoya básicamente en dos lineamientos teórico - metodológicos. Por un lado, se apoyan en principios de la estadística matemática, como son los que regulan las relaciones existentes entre una población y las muestras extraídas de ella. En esta técnica de la encuesta social se suele trabajar con muestras de las que se obtienen unos resultados, llamados **parámetros**, que sirven para calcular estimaciones **de la población**, con unos márgenes de error y unos niveles de probabilidad previamente determinado.<sup>2</sup>

Por otro lado, la técnica de la encuesta social descansa en unos principios de *la teoría de la comunicación*, en el interrogatorio o conversación entre dos interlocutores, el encuestador y el encuestado. El interrogatorio, en una encuesta, se repite tantas veces como unidades muestrales se hayan extraído, y esta operación es la que condiciona en buena medida la organización a través de la técnica de la encuesta social, ya que al tener que realizar cientos de interrogatorios repetidos en una mismo estudio, hace falta contar con un equipo de encuestadores bien entrenados para llevar a cabo, del mismo modo que hay

---

<sup>2</sup>. Para mayor información acerca de los comportamiento de los datos a nivel de las distribuciones muestrales y de las estimaciones puntuales y por intervalos de parámetros, se puede consultar: Manuel García F., Socio-estadística, Madrid, Alianza, 1985, Capítulos 5 y 6

que disponer de los medios operativos suficientes para recoger la información, procesarla, tabularla y analizarla.

Porque de poco va a servir extraer una muestra rigurosa y diseñar *un protocolo de interrogatorio* preciso y bien estructurado, si después no se cuenta con un buen equipo de encuestadores para realizar convenientemente el interrogatorio, o si no se cuenta con los medios humanos y tecnológicos necesarios para procesar con precisión la rica información que suelen producir los cuestionarios.

## SEIS ETAPAS EN EL DISEÑO OPERACIONAL DE LA TÉCNICA DE LA ENCUESTA SOCIAL

1a. **Planteamiento del problema:** En esta primera etapa, hay que formular con precisión, **qué es lo que va a estudiar**, los objetivos de la investigación, establecer hipótesis, delimitar variables, operacionalizar conceptos y diseñar la muestra.

2a. **Diseño del instrumento de recolección de información. El cuestionario:** Formular las preguntas y ordenarlas en un cuestionario que se ha de aplicar a los sujetos incluidos en la muestra. Aplicación de la prueba piloto y diseño del cuestionario definitivo

3a. **Plan operativo:** Preparar el trabajo de campo y proceder al proceso de recolección de información.

4a. **Procesamiento de la información** obtenida por medio de cuestionarios estandarizados.

5a. **Análisis e interpretación de los datos** tabulados desagregados y agregados.

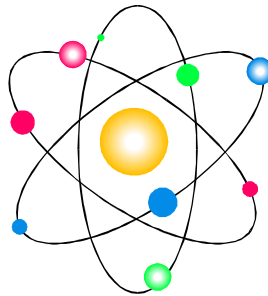
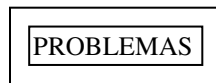
6a. **El Informe Final.**

## EL CUESTIONARIO<sup>3</sup>

El cuestionario es un formulario con un listado de preguntas estandarizadas y estructuradas que se han de formular de idéntica manera a todos los encuestados. El arte de construir un buen cuestionario descansa fundamentalmente en una buena experiencia, que se va adquiriendo sobre todo con las malas experiencias de utilizar un mal cuestionario.

El cuestionario en el proceso de una investigación social ocupa un lugar preciso en el proceso global. Se debe construir después de haber planteado el problema de investigación y de haber explicitado sus objetivos. En términos operacionales, se sugiere diseñar **una matriz de análisis con las variables - dimensiones** que arrancan del problema. Si se tienen claros los objetivos de la investigación, será más fácil decidir y escoger las preguntas que conviene realizar.

Gráficamente, el diseño del cuestionario se puede presentar así:



Objetivos Generales y Específicos

Matriz de variables - dimensiones - indicadores

Formulación de preguntas estandarizadas

Posicionamiento y control técnico en la formulación de las preguntas

¶

<sup>3</sup>. Bibliografía sobre diseño de cuestionarios: LAZARFELD, 1935; PAYNE, 1951; HYMAN, 1962; NOELLE, 1970; MACFALANE, 1972; ESOMAR, 1973.



UNIVERSIDAD DE ANTIOQUIA  
FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES Y HUMANAS  
CENTRO DE ESTUDIOS DE OPINIÓN

CUESTIONARIO DEFINITIVO

## TIPOS DE CUESTIONARIOS

Se pueden distinguir tres clases:

- El cuestionario simple o autoadministrado.
- El Cuestionario por entrevista
- Las escalas sociométricas.

El primero es aquel que los encuestados, previa su lectura, contestan por escrito, sin intervención directa de persona alguna.

En los segundos, el cuestionario es aplicado a los sujetos investigados por personas especializadas en esta tarea quienes hacen a los encuestados las preguntas del cuestionario y anotan en el formulario sus respuestas.

Los terceros, son las llamadas "escalas sociométricas" que son una forma especial de cuestionario, caracterizada porque las diferentes respuestas a las preguntas tienen atribuido un valor numérico, lo que permite medir el grado o nivel que alcanza en cada caso la actitud o apreciación investigada.

## TIPOS DE PREGUNTAS

El elemento básico del cuestionario son las preguntas. Es por ello, que la calidad de un cuestionario depende de la clase de preguntas empleadas en él y de su adecuada formulación.

Desde el punto de vista de la técnica de la encuesta social, las preguntas de un cuestionario son **la expresión en forma interrogativa de las variables o indicadores** respecto a los cuales interesa obtener información.

Las preguntas de un cuestionario comprenden diversas respuestas, por lo menos dos, que son los elementos de variación o las categorías de **la variable verbalizada por la pregunta**. Es básico en el cuestionario que las categorías de las respuestas que se ofrezcan con las preguntas reúnan dos condiciones esenciales:

**SER EXHAUSTIVAS Y EXCLUYENTES**



Son **exhaustivas** si las categorías o respuestas de las preguntas abarcan todos los casos que pueden darse, de modo que ningún encuestado pueda dejar de responder por no encontrar su categoría o alternativa de respuesta.

Son **excluyentes** (a una pregunta, una respuesta) ante una pregunta el encuestado sólo puede responder válidamente una respuesta (*una u otra*).

### Véase ejemplificación N° 8

A través de la técnica de la encuesta social, se obtienen tanto hechos objetivos como opiniones subjetivos, ya que en las preguntas que se hacen en todo cuestionario hay que distinguir entre "**preguntas de hechos**" y "**preguntas sobre aspectos subjetivos**".

Las *preguntas de hecho* se hacen para obtener información sobre datos comprobables referidos a los propios sujetos encuestados o a personas, grupos o instituciones que el sujeto pueda conocer. Por ejemplo, nivel de ingresos, n° de personas que viven en el hogar, experiencia ocupacional, edad, nivel de escolaridad de los padres, etc...

En cambio, **las preguntas sobre aspectos subjetivos** abarcan todo el amplio aspecto de las opiniones, actitudes, intenciones o por él que va a votar (intencionalidad de voto), valores, opiniones, sentimiento, motivos, aspiraciones, expectativas, que aunque no son indirectamente comprobables como lo pueden ser la edad o el nivel de ingresos, no por ello son menos determinantes del comportamiento social.

Hay un tercer tipo de preguntas que tienen que ver con la correspondencia entre actitudes y comportamientos, estas son "**las preguntas - respuestas**" sobre **comportamientos futuros**, por ejemplo, *intención de voto*, que en realidad pueden expresar intenciones o deseos que pueden o no cumplirse, esto es, se podrá votar el día de las elecciones por el candidato que se mencionó en la encuesta, se podrá votar por otro candidato por haber cambiado de opinión en el tiempo transcurrido, o simplemente puede no votar. Indudablemente la falta de **consistencia** entre lo que se puede expresar en una cuestionario y el comportamiento real del sujeto, se convierte en un limitante a la validez de los



UNIVERSIDAD DE ANTIOQUIA  
FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES Y HUMANAS  
CENTRO DE ESTUDIOS DE OPINIÓN

resultados del estudio (En esos casos, se recomienda hacer un seguimiento de la opinión pública durante un período de tiempo mediante "la técnica de panel").

## LOS TIPOS DE PREGUNTAS SE PUEDEN AGRUPAR SEGÚN:

- a) El tipo de respuesta que se admitan del encuestado;
- b) Según la naturaleza del contenido de las preguntas;
- c) Según su función en el cuestionario y,
- d) Según su finalidad.

## A) SEGÚN EL TIPO DE RESPUESTA QUE SE ADMITE DEL ENCUESTADO SE DISTINGUEN:

|  |
|--|
| <b>LAS PREGUNTAS CERRADAS SIMPLES Y CATEGORIZADAS.</b> |
|--|

### TIPO DE PREGUNTAS CERRADAS.

**Las preguntas cerradas simple** son las que solo dan opción a dos respuestas, la afirmativa o la negativa, generalmente si y no, y, en su caso, no sabe o no contesta

**Las preguntas cerradas categorizada** presentan como alternativas de respuesta una serie de categorías entre las que el encuestado debe elegir (uso del tarjetón).

Las preguntas categorizadas con muchas alternativas de respuestas (más **de 9**) pueden hacer muy difícil el juicio que supone **la elección entre ellas**, por lo que se recomienda dividir las en dos preguntas distintas<sup>4</sup>.

Existen dos tipos de preguntas cerradas, las de respuesta alternativa simple o dicotómica y las de respuesta de **"elección múltiple"**.

Las preguntas de respuesta dicotómica se usan preferentemente para clasificar la población en torno a comportamientos, actitudes u opiniones bien definidos y que admiten sólo alternativas **a favor o en contra, positivas o negativas**. Por ejemplo:

---

<sup>4</sup> Igualmente utilizar pocas categorías facilita el proceso de sistematización y tabulación.

**"¿Piensa usted votar en la próximas elecciones?" Si No**

A veces se admite en principio sólo la respuesta afirmativa o la negativa, aunque se podría incluir una tercera respuesta alternativa para los que todavía no lo han decidido.

Veamos otro ejemplo:

**"Usted cree que la gente que gobierna Colombia es gente preparada, que sabe lo que lleva entre manos o le parece a usted que muchos de ellos no están suficientemente preparados?"**

También la pregunta admite en principio sólo dos tipos de respuestas:

**1º Es gente preparada**

**2º. Muchos no están preparados.**

Pero al igual que en la pregunta sobre la intención de votar, cabe pensar en una tercera alternativa de respuesta más matizada o la clásica **"no sabe"**.

En todo caso, las alternativas de respuesta deben ser *excluyentes y exhaustivas*.

En temas más complejos el número de alternativas de respuestas suele ser superior a dos, en cuyo caso tenemos **las preguntas de respuesta múltiple**. En tales preguntas el encuestado ha de seleccionar una de las respuestas apuntadas, aunque en algunos casos puede elegir simultáneamente dos o más respuestas<sup>5</sup>. Por ejemplo, en la pregunta

**"¿Se interesa mucho, poco o nada por la crisis política que vive el país?"**,

En el caso anterior el encuestado debe elegir necesariamente una sola respuesta. En cambio, en la pregunta

<sup>5</sup> Estas son las llamadas preguntas con respuestas múltiples, no recomendables, a no ser que se cualifique cada categoría de respuesta.

**"De los problemas que a continuación le voy a enumerar: La corrupción, plan de seguridad democrática, el TLC, el orden público, la inseguridad ciudadana en Medellín y el narcotráfico en el país.**

***¿Cuál o cuáles de ellos le parecen los más graves? Señale los 3 más importantes.***

Respecto a las preguntas cerradas, se plantea la cuestión de su **formulación equilibrada o no**. La formulación se considera no equilibrada cuando la pregunta se refiere de modo expreso sólo a una de las dos alternativas. Por ejemplo:

***¿Está Ud. a favor del aborto?***

**Si**

**No**

Por el contrario, **las preguntas equilibradas** recogen de modo expreso las dos alternativas. En el caso anterior:

***¿Está Ud. a favor o en contra del aborto?***

- A favor**
- En contra**

Este tipo de equilibrio se llama formal para distinguirlo de aquél en el que la alternativa ofrecida implica un "**contra argumento**".

Por ejemplo:

***¿Piensa que se debería poder abortar si lo desea una mujer embarazada o estima que no se le debería permitir poner fin a la vida de un niño aún no nacido?***

- Debería poder**
- No se debería permitir**

**Nota metodológica.** La experiencia, aunque no concluyente, revela diferencias entre estas distintas formulaciones. En síntesis, se estima que se debe preferir la forma **equilibrada a la no equilibrada**, pero teniendo en cuenta que si se ofrecen



UNIVERSIDAD DE ANTIOQUIA  
FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES Y HUMANAS  
CENTRO DE ESTUDIOS DE OPINIÓN

*contra argumento*, éstos pueden contribuir a definir las preguntas y sesgar (distorsionar) u afectar de este modo a las respuestas.

**El Diseño penta dimensional<sup>6</sup>** (5 ítems): Se utiliza básicamente en el estudio de opiniones y actitudes unidimensionales. La utilización de una secuencia de preguntas, cerradas y abiertas en el diseño metodológico exige que **la única variable - dimensión** a analizar se desagregue en cinco componentes:

1. Familiaridad con el tema.
2. Expresión de las actitudes individuales.
3. Reacciones a propuestas específicas.
4. Razones por las que se sostienen tales opiniones.
5. Intensidad de las opiniones.

Las dimensiones primera, segunda y cuarta se suelen analizar por medio de *preguntas abiertas*, y la tercera y quinta mediante preguntas cerradas. Por ejemplo, la siguiente secuencia de preguntas sobre **la ley del divorcio** se adapta al diseño pentadimensional

| PREGUNTA   | TIPO    | COMPONENTE                                     |
|--|---------|--|
|  |         | <b>Pregunta</b>                                |
| 1. ¿Qué significa en concreto para usted la "ley del divorcio"?  | ABIERTA | Familiaridad con el tema                       |
| 2. ¿Qué habría que hacer con la actual ley del divorcio?   | ABIERTA | Expresión de las actitudes individuales        |
| 3. Unas personas están de acuerdo con la actual ley del divorcio, mientras que otras personas la estiman inadecuada. | CERRADA | Reacciones a propuestas específicas            |
| 4. ¿Está usted a favor o en contra de que se cambie la ley del divorcio?<br>¿Por qué piensa usted así?               | ABIERTA | Razones por las que se sostienen las opiniones |
| 5. Hasta qué punto es usted muy, bastante, indiferente o sólo un poco o muy partidario de dicha opinión?             | CERRADA | Intensidad de la opinión                       |

Aunque no siempre son necesarias las cinco preguntas al explorar un tema, con frecuencia los cinco componentes del "**diseño pentadimensional**" son útiles para

<sup>6</sup>. George Gallup (1947)



UNIVERSIDAD DE ANTIOQUIA  
FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES Y HUMANAS  
CENTRO DE ESTUDIOS DE OPINIÓN

cubrir convenientemente las diferentes dimensiones de un problema que esta siendo sondeado.



## **LAS PREGUNTAS ABIERTAS**

Son básicas para interrogatorios de tipo exploratorio, donde no se tiene mayor conocimiento del tema, de los hechos o del lugar. Solo contienen la pregunta dejando la respuesta, por tanto, al libre arbitrio del encuestado. Su importancia radica en a través de ella se logra rescatar la riqueza cualitativa de una opinión, pero demandan una gran preparación del encuestador para evitar que el interrogado dé respuestas vagas o demasiado extensas.

### **B) SEGUN EL CONTENIDO DE LAS PREGUNTAS SE TIENEN:**

**1. PREGUNTAS DE IDENTIFICACION:** son las que se refieren a las características generales de los sujetos de estudio (unidades de análisis). Por ejemplo, en el caso de las personas, edad, sexo, estado civil, lugar de nacimiento, lugar de residencia, oficio desempeñado, estudios, ingresos, número de hijos, etc. Estas preguntas de identificación son fundamentales en los diseños cuantitativos (*Véase Ejemplificación N° 5*).

**2. Preguntas de hecho**

**3. Preguntas de acción**

**4. Preguntas de información**

**5. Preguntas de intención**

**6. Preguntas de aspiraciones**

**7. Preguntas de opinión**

**8. Preguntas de expectativas ante el futuro**

**9. Preguntas de motivaciones, creencias y actitudes.** (*Ejemplificación n° 3*).

**c) SEGUN SU FUNCION EN EL CUESTIONARIO**, de puede hablar, entre otras, de preguntas básicas; de filtro, de control, de consistencia, de introducción o rompehielos, de alivio, amortiguadores y las baterías de preguntas.

**Las preguntas filtro** son las que se realizan previamente a otra pregunta, a fin de eliminar a los que no les afecte ésta. Por ejemplo, si se pregunta directamente:

***¿Piensa Ud. comprar un TV. de pantalla plana?***

Muchos o algunos que contesten que no, puede ser porque ya tengan. Por lo tanto, antes se debe hacer una pregunta *filtro*:

***¿Tiene Ud. Un televisor a de pantalla plana en su casa?***

*Si - No.*

(Véase ejemplificación N° 11).

**Las preguntas de control** tienen por finalidad asegurarse de la veracidad y confiabilidad de las respuestas al cuestionario. Incluyen respuestas con trampa o falsas, para ver si el encuestado cae en ellas.

Tienen por objeto comprobar la consistencia de las respuestas del entrevistado. Se trata de preguntas similares, pero redactadas de distinta forma, que se sitúan espaciadas entre si para ver si sus respuestas a ambas preguntas son consistentes.

(Véase ejemplificación N° 9 y 10).



UNIVERSIDAD DE ANTIOQUIA  
FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES Y HUMANAS  
CENTRO DE ESTUDIOS DE OPINIÓN

**Preguntas de introducción o rompehielos** son las que se hacen para iniciar el cuestionario, e interesar al encuestado en él, o para pasar de un tema a otro, o para romper el hielo.

**Preguntas colchón o amortiguadoras**, son preguntas que abordan temas difíciles o escabrosos, formuladas de tal forma que reduzcan su brusquedad y rudeza...

(Véase ejemplificación N° 26).

**Las preguntas tipo batería** son un conjunto de preguntas sobre la misma temática, que se complementan y completan unas a otras, enfocando diversos aspectos de ella.

A veces este conjunto de preguntas se disponen en forma de lo que se llama "**embudo de preguntas**", porque se empiezan por los aspectos más generales hasta llegar a los más concretos y precisos.

(Véase ejemplificación N° 6).

**D) Según la finalidad de la pregunta.** Se puede hablar de las preguntas directas y las indirectas. Las directas son las que no buscan descubrir otra cosa que lo que expresan. Las indirectas, al contrario, pretenden averiguar algo distinto de los que se desprende de las palabras usadas<sup>7</sup>.

---

<sup>7</sup>. Cabe recordar que se pueden utilizar en las preguntas de los cuestionarios, técnicas proyectivas, que son útiles para captar las ideas, sentimientos, opiniones y actitudes más profundas.

## **SUGERENCIAS METODOLOGICAS PARA LA FORMULACION DE PREGUNTAS**

En general una pregunta bien formulada es aquella que:

a) No ejerce influencia en el sentido de la respuesta.

b) No incita a una respuesta inexacta, que no corresponde a la información buscada.

Un ejemplo de preguntas que pueden tener una intencionalidad manipuladora se expresa en la formulación siguiente:

*En el Congreso de la República se discutirá sobre la eutanasia. Un grupo de senadores están en contra de aprobar la eutanasia en Colombia. Otros senadores están a favor que se permita el homicidio asistido. Un tercer grupo, lo integran aquellos que no han tomado una decisión sobre apoyarlo o no. ¿De acuerdo a su parecer cual grupo de senadores representa mejor sus opiniones sobre la eutanasia?*

Es evidente la influencia ejercida en la pregunta para obtener una apreciación negativa sobre el proyecto de la eutanasia en Colombia. La manipulación ejercida por la pregunta puede provocar, una respuesta sesgada y también, si la pregunta redactada en términos de difícil comprensión o de múltiple significado es mal interpretada. Esta influencia recibe el nombre de "sesgo".

Existen algunas sugerencias metodológicas, fundadas más bien en el sentido común y la experiencia cotidiana, que contienen criterios a seguir en la formulación de preguntas de un cuestionario.

Como todas las sugerencias de este tipo tienen solo un valor indicativo. En último término, es el equipo investigador el que debe decidir en cada caso las preguntas a formular según las circunstancias de la investigación, entre las que cabe destacar su objetivo, la información que interese recoger y el público que se va a encuestar

En síntesis, hay algunas sugerencias válidas, en la mayoría de los casos, para **la formulación de las preguntas** del cuestionario como son las siguientes:

1. El nº de preguntas en el formulario han de ser relativamente pocas y ojalá cortas en su enunciado.
2. Las preguntas han de estar formuladas de tal forma que requieran siempre de una respuesta numérica o simplemente una afirmación o negación, o bien la elección de una categoría de respuesta propuesta.
3. Las preguntas han de ser redactadas de tal forma que puedan comprenderse con facilidad por las personas a las que van destinadas.
4. Las preguntas habrán de estar hechas en forma que contesten directa o inequívocamente al punto de información deseado. Hay que tener en cuenta al formular las preguntas el marco de referencia cultural del encuestado, es decir, la situación social en que se halla ya que esta influirá en su respuesta.
5. No hacer directamente preguntas que obliguen a cálculos o esfuerzos de memoria del encuestado. (*Véase ejemplificación N° 23 y 24*).
6. No realizar preguntas embarazosas que puedan dejar al descubierto o poner en evidencia al encuestado y si hay necesidad de hacerlas presentarlas de forma que no hieran su sensibilidad. Las preguntas han de estar hechas de forma que no levanten prejuicios. (*Véase ejemplificación N° 17*).

Hay temas como la declaración de la edad, el salario percibido, frecuencia de las relaciones sexuales y otros que por sus connotaciones prácticas y/o psicológicas caen en el plano de la indiscreción, a no ser que sean abordadas con preguntas “indirectas”, o escalares o, intervalos o rangos.

(*Véase ejemplificación N° 26 y 27*).

7. No presentar las preguntas en forma negativa, pues dan lugar a duda sobre el sentido de la respuesta, ni tampoco en forma afirmativa, pues sugiere contestar afirmativamente. Es conveniente formularlas en forma neutral, ni afirmativa ni negativa.

(*Véase ejemplificación N° 16 y 18*).

8. Se sugiere no utilizar conceptos abstractos, como por ejemplo: Felicidad, ocio; recreación; tiempo libre; control social, etc., ni tampoco conceptos de tipo valorativo: hermoso, feo, bueno, malo, etc., pues se pueden entender en diferentes sentidos y cada personas encuestada le puede dar diferente interpretación.

*(Véase ejemplificación N° 14).*

9. Enunciar las preguntas del modo más concreto y preciso posible, sobre todo en el caso de que se refiera a unidades de medida o períodos de tiempo.

*(Véase ejemplificación N° 13).*

10. Evitar el empleo de la interrogación *¿Por qué?*

*(Véase ejemplificación N° 18).*

11. Si el enunciado de la pregunta es abierta, ésta debe ser tan concreta de tal modo de no presentar una opción alternativa, ni ser en realidad dos preguntas y que ni siquiera contengan aclaraciones de su sentido, porque en estos casos se puede dar lugar a confusión en el encuestado y se oscurece el sentido de las respuestas. *(Véase ejemplificación N° 15 y 21).*

**La preparación del cuestionario** debe ser cuidadosa, en el sentido que no se debe olvidar que las palabras o conceptos que se empleen en las preguntas han de ser elegidas cuidadosamente y ojalá adaptadas al lenguaje cotidiano del encuestado. Muchos de los problemas de interpretación de la información consignada en un formulario de respuesta se ven dificultado por las dobles interpretaciones de las respuestas.

Se aconseja "**controlar**" en relación con los conceptos utilizados en la formulación:

- |   |
|---|
| <ol style="list-style-type: none"><li>1. Si significan exactamente lo que se quiere decir.</li><li>2. Si no tienen otro sentido, y en este caso, si el contexto lo precisa suficientemente.</li><li>3. Si no se prestan a confusión (oralmente o por escrito) con otra palabra.</li><li>4. Si no puede encontrarse otra palabra u otro concepto más sencillo y claro.</li></ol> |
|---|

Como etapa previa a éstas, hay que mencionar **la encuesta piloto** que consiste, en la realización de un primer contacto exploratorio, con la población que se va a estudiar para conocer su situación, mentalidad, problemas técnicos y operativos de la aplicación del cuestionario, etc.



## LA MOTIVACION A RESPONDER.

Las preguntas en un interrogatorio verbal tienen la doble función de tratar de trasladar (verbalizar) los objetivos de la conversación a un lenguaje familiar para los encuestados, y de ayudar al encuestador a que logre un alto nivel de motivación en el encuestado para que acepte a responder el cuestionario.

Insistentemente se ha planteado que una pregunta es un estímulo verbal y que como tal exige **una respuesta motivada**. Esto se logra, si los individuos respetan globalmente "el principio de cooperación". **Todo proceso conversacional es un "contrato" el cual tiene su base en el principio de la cooperación, pero también ciertas reglas que el encuestador debe respetar:**

- **CANTIDAD:** "Que la contribución del encuestado tenga tanta información como se requiera... No más";
- **CALIDAD:** "Que la información obtenida reúna en lo posible calidad interna y externa.
- **RELACION:** "Registrar, textualmente, si es posible, no interpretar lo dicho por el encuestado."
- **MODALIDAD:** "Sea cínico. Es preferible omitir intenciones que disfrazarlas."

Es un dogma metodológico mantener unos criterios básicos con el encuestado, en el sentido de no presionarlo a dar respuestas que se consideren pertinentes o aceptables. Pero, hay que tener sumo cuidado, por ejemplo, si queremos medir ocupación del tiempo libre: generalmente las personas tienden a querer "mostrarse como personas muy ocupadas".

Otro problema, muy común en los sondeos electorales es el de incitar a un tipo determinado de selección, por ejemplo, al **leerle un listado de candidatos a la Alcaldía**, la ubicación del candidato en el listado inducirá a un tipo de respuesta. Si está al comienzo o al final serán **posiciones preferenciales** dentro de las categorías de respuesta. Al igual, darles a conocer quién encargó el estudio y para qué.



UNIVERSIDAD DE ANTIOQUIA  
FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES Y HUMANAS  
CENTRO DE ESTUDIOS DE OPINIÓN

Otra situación tiene que ver con la etapa de “acercamiento” del encuestador a su posible encuestado:

***Un desconocido que aborda a alguien en la calle o que llama a una puerta tiene grandes probabilidades de encontrar una reacción de desconfianza y de rechazo. Necesita, pues, indicar inmediatamente por qué está allí y lo que espera.***

***Es preferible, en este contexto, emplear la palabra "sondeo" o "estudio sobre...", que comienza a ser conocida del público, mejor que el término "investigación" cuyas connotaciones policiales pueden inducir a la desconfianza y al rechazo. Ghiglione y Matalon, pp. 140-141).***

Los que hacen sondeos de opinión mediante cuestionarios, especialmente cuando se trata de **preguntas cerradas**, saben muy bien que después de algunas preguntas se crea un ritmo hipnótico, en las respuestas, propicio a cualquier **aceptación** y cualquier **desconocimiento**. La repetición de un tipo de pregunta (por ejemplo de tipo escalar) influye en que el encuestado tienda a responder a todas positivamente o negativamente. Esto no tendría importancia si, sobre la base de los cuestionarios y de las respuestas obtenidas, no se diseñan luego, sesudas recomendaciones, diagnósticos o evaluaciones.

## EL LENGUAJE DEL INTERROGATORIO

El tipo de lenguaje que se utiliza en el interrogatorio estandarizado debe consistir básicamente en términos que sean compartidos por la experiencia común del encuestador y del encuestado, en caso contrario, se sugiere "ampliar" (explicar el sentido real de la pregunta<sup>8</sup>).

Las siguientes preguntas pueden servir de ejemplo de ampliación del sentido de la pregunta al encuestado:

**a) ¿Qué opina usted acerca de los "diálogos de Paz", es decir, sobre las futuras conversaciones del Gobierno con la Guerrilla o las AUC?**

**b) ¿Usted le cree al Gobierno cuando le dice que no va aumentar los impuestos, esto es, que no van a aplicar el IVA a los productos de la canasta básica?**

**c) ¿Piensa Usted que el verano que se esta presentando en el país nos puede conducir a un racionamiento de energía, es decir, que por la falta de lluvias por el verano van a quitar la electricidad en su casa?**

En el enunciado de las preguntas anteriores se ha incluido una definición en lenguaje sencillo de los términos que se sospechaba podían ser mal interpretados o poco comprendidos por una parte de la población. De este modo se logra que los términos "diálogos", "impuestos, reforma tributaria, IVA", "verano" sean entendidos, de igual forma, por toda la población encuestada.

El lenguaje, como medio de comunicación, da claves al encuestador y al encuestado sobre el tipo de persona que es el otro. Con el objeto de mejorar el diálogo, el encuestador no debe esforzarse tanto en hablar con los mismos modismos que el encuestado, como en lograr una actitud de **colaboración**, y que

<sup>8</sup> La ampliación conceptual (de contenido) debe ser previamente acordada para evitar confusiones.

el encuestado sienta que el encuestador lo entiende. En este sentido, es muy conveniente que el encuestador sea capaz de darle a entender al encuestado que puede entender sus experiencias sobre la temática.

### **EL MARCO DE REFERENCIA CULTURAL:**

Cuando se redacta una pregunta hay que pensar no sólo en los objetivos de ella sino además en aquellos aspectos que tienen que ver con el contexto cultural de los encuestados, por ejemplo, la importancia que para ellos puedan tener las preguntas formuladas y los niveles de información que cabe suponer tiene la población sobre los temas del estudio.

El lenguaje *es siempre ambiguo* en lo que se refiere a la proposición exacta de lo que indica, ya que cada individuo interpreta la comunicación hablada o escrita, desde su propio punto de vista y experiencia personal.

Otro factor que contribuye a establecer un clima favorable en el interrogatorio es la percepción por parte de los encuestados de **la importancia de las preguntas**. Precisamente una de las mayores fuerzas motivacionales se origina en la percepción del encuestado de que respondiendo al interrogatorio favorecerá el logro de algún objetivo personal valioso.

*Por ejemplo, la persona encuestada en un sondeo de opinión pública sobre el problema de la inseguridad ciudadana puede pensar que al dar a conocer sus opiniones va a influir de alguna manera en la política del gobierno municipal en la dirección que le interesa.*

## ERRORES COMUNES EN EL DISEÑO DE LAS PREGUNTAS DE UN CUESTIONARIO

### 1. LAS PREGUNTAS DE IDEA ÚNICA O PREGUNTAS DOBLES

Una pregunta **"doble"** es realmente *dos preguntas en una*. Se sugiere tener presente cuando se prepara la redacción de preguntas el que éstas se limiten a una sola idea o a una sola referencia. Por ejemplo, en la pregunta:

**¿Usted personalmente ahorra energía eléctrica en su hogar porque cree en un futuro racionamiento?"**

Una respuesta positiva o negativa imposibilita conocer si el encuestado favorece el ahorro de energía o se opone a él por que sí o porque cree o no en el racionamiento de energía eléctrica o ambas cosas a la vez.

Para el analista, el problema es similar: ¿cómo interpretar una respuesta que señale un "acuerdo"?; ¿Es aplicable a ambos componentes de la pregunta o, sólo a uno de ellos?

Solución: si se quiere respetar el principio de la idea única en cada pregunta convendría formular *dos preguntas* en el caso anterior, una sobre el comportamiento sobre el ahorro de energía y otra sobre la creencia o no de un racionamiento futuro de energía por excesivo consumo de agua o energía. De este modo, se podría conocer con mayor precisión lo que piensa la ciudadanía sobre tales problemas.

**2. LAS PREGUNTAS CON RESPUESTAS CONDICIONADAS:** Se recomienda no formular preguntas que condicionen el sentido de la respuesta que debe dar el encuestado. Por ejemplo, si se pregunta:

**¿Cree que los sectores alzados en armas tienen sincera voluntad de paz?**

Con este tipo de enunciados se propicia la respuesta negativa, ya que al decir **"no"** el encuestado se limita a mostrar su acuerdo con el sentido de la pregunta, por dos razones: La primera tiene que ver con el sentido del concepto *"sincera voluntad"*, al respecto, nadie es capaz de dar una respuesta tajante sobre

intenciones futuras de tipo valorativo y segundo, la opinión pública ha sido "modelada" negativamente sobre el tema.

Preguntas tales como la siguiente, *provocan la reacción contraria*, veamos el ejemplo:

***¿Diría usted que favorece un nuevo sistema de admisión a la Universidad de Antioquia?"***

En ésta se influye en una respuesta afirmativa ya que al decir "si" el encuestado se limita a mostrar su acuerdo con el encuestador, cuestión que es más fácil por la tendencia que tienen las personas, antes de ponerse a pensar, a responder afirmativamente, mientras que para responder "no" tiene que contradecir al encuestador.

**3. LAS PREGUNTAS CONDICIONANTES:** Son las que utilizan palabras, conceptos que contienen o han adquirido una sobrecarga emocional tan fuerte que es virtualmente imposible evitar una *reacción estereotipada* ante ellas. Por ejemplo, si se pregunta:

***¿Es usted un demócrata?***

***¿Esta Usted de acuerdo con la descertificación condicionada otorgada por los Estados Unidos al gobierno de Colombia?***

Con la primera de las preguntas anteriores hay que hacer un notable esfuerzo para responder negativamente, ya que poca gente estará dispuesta a reconocer públicamente que no es demócrata y con la segunda, es muy difícil también responder afirmativamente en un medio en donde el nacionalismo y los medios de comunicación han creado y manipulado un ambiente generalizado de rechazo.

Otro ejemplo de *respuesta condicionada* aparece cuando una de las preguntas alternativas esta vinculada a **un objetivo tan deseable que difícilmente puede negarse**. Por ejemplo, la pregunta:

***¿Es usted partidario o se opone a aumentar el gasto en seguridad para que las fuerzas armadas y de orden estén mejor preparadas contra la amenaza de la delincuencia?***



UNIVERSIDAD DE ANTIOQUIA  
FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES Y HUMANAS  
CENTRO DE ESTUDIOS DE OPINIÓN

Uno puede estar en desacuerdo con el aumento del presupuesto de gasto de la policía pero de acuerdo con la idea de combatir el flagelo de la delincuencia que azota nuestra ciudad. Pero inevitablemente se relaciona el aumento de gastos con la preparación de la policía para una eventual amenaza de guerra contra la delincuencia, y a esto último difícilmente se le puede dar una respuesta negativa.



#### 4. LAS PREGUNTAS ABIERTAS Y PREGUNTAS CERRADAS

Desde el punto de vista del grado de estructuración de las opiniones o actitudes de la población, **la pregunta cerrada** está justificada cuando las personas conocen o saben acerca de la temática sobre la cual se está inquiriendo mientras que **la pregunta abierta** es conveniente cuando los encuestados no tienen una opinión definitiva.

La utilización de una pregunta cerrada en el caso de que el encuestado no tenga un conocimiento o una **actitud clara** sobre la temática a debate o no haya adquirido todavía suficiente información entraña el riesgo de que la elección de respuesta sea diferente de la conclusión que alcanzaría si se hubiera detenido a reflexionar y evaluar su propia experiencia.

En los estudios de opinión sobre temas políticos, es aconsejable utilizar **preguntas cerradas** al tratar temas de política nacional que se supone son bastante o conocidos en general por la población; en cambio, si se trata de temas de política nacional poco difundidos o se refiere a temas de política exterior, que suelen ser en general poco conocidos, las preguntas abiertas resultan más recomendables.

Dado el caso, como sucede generalmente, que un encuestado **no responda, o evada el objetivo de la pregunta**, la forma abierta permite que el encuestador pueda tratar de motivar al encuestado para que siga la entrevista, bien explicando la pregunta, o bien destacando la importancia del propósito del estudio. **La pregunta cerrada**, por el contrario, "bloqueará" posibles respuestas.

Generalmente, el encuestador que utiliza **la pregunta cerrada** corre menos riesgos de enfrentarse con ausencias de respuestas o con el "**no sabe**". Pero esta aparente ventaja de la pregunta cerrada tiene sus riesgos, ya que en situaciones en que la persona encuestada desea evitar una situación ambigua o azarosa, puede elegir la palabra o frase "**NO sé**" sin traicionar su confusión o ansiedad. En tal caso la elección de la respuesta la puede hacer más en función de tratar de evitar esta situación, que por su motivación a ofrecer una información válida. Así, pues, la pregunta cerrada resulta más apropiada cuando no están presentes factores distorsionantes.

En resumen, se puede afirmar que *la pregunta cerrada es conveniente cuando los objetivos del estudio son relativamente sencillos, y el encuestador tiene una*

*seguridad razonable de poder comunicar fácilmente con la población que se va a estudiar.* Para estudios más ambiciosos o en situaciones no tan bien definidas conviene alternar, combinar las preguntas cerradas con las preguntas abiertas.

## 6. PREGUNTAS DE APROXIMACION DIRECTA A TEMAS DIFICILES.

En lo dicho hasta ahora sobre la utilización de un lenguaje adecuado, tanto para las preguntas abiertas como para las cerradas, se ha dado por supuesto que el encuestado desea y puede suministrar la información que se le pide, siempre que el encuestador deje bien claro lo que se quiere que el encuestado informe, o que se establezca una relación interpersonal favorable. Sin embargo, existen diferentes situaciones en que el encuestado puede ser incapaz o simplemente no desear responder al tipo de pregunta que le se hace.

Supóngase, por ejemplo, en temas relacionados con la vida sexual o con sentimientos de prejuicio ante ciertos objetos o personas, algunos de los encuestados pueden sentirse tan amenazados en su intimidad si responden a preguntas sobre tales temas, que ninguna capacidad persuasiva del encuestador será suficiente para convencer al encuestado de que cambie de actitud.

A veces puede ocurrir que cierto tipo de información sea inaccesible al propio encuestado. Por ejemplo, si se desean conocer los sentimientos de hostilidad hacia un cierto grupo o etnia o hacia un partido político, probablemente el encuestado no tenga conciencia clara de la intensidad de sus sentimientos de hostilidad. Puede ocurrir incluso que sobre algunos de los temas que se quiera discutir, el encuestador y el encuestado no tengan un vocabulario ni un marco conceptual común.

En circunstancias parecidas conviene utilizar **preguntas de forma indirecta** que aproximen al tema en cuestión. Esto es, en lugar de preguntar directamente sobre los aspectos que se estiman difíciles o perturbadores, se formularán preguntas que indirectamente aborden tales aspectos. De este modo será más fácil descubrir los estereotipos, prejuicios y bloqueos irracionales que impiden una buena comunicación en la entrevista.

La forma más sencilla de aproximarse indirectamente a un tema difícil consiste en dirigir la atención del encuestado hacia **una tercera persona**. Esto se puede lograr con una sustitución o con un preámbulo a una aproximación más directa, en el supuesto de que una vez que el sujeto ha sido capaz de verbalizar su propia conducta atribuyéndola a otra persona está mejor dispuesto a admitirla como algo propio.

## 7. PREGUNTAS DE MÚLTIPLES SIGNIFICADOS

Preguntas como **¿Cree Usted en el amor?** es un típico ejemplo de conceptos que todo el mundo maneja pero que influye en respuestas confusas que suelen darse por su misma indefinición propia de ciertos conceptos.

## 8. PREGUNTAS SOBRE TEMAS QUE MOTIVAN RESPUESTAS EMOTIVAS

Este problema tiende a manifestarse generalmente en la tendencia de responder de una particular forma a partir de **la imagen** que se puede tener sobre individuos, instituciones o creencias y estereotipos; al igual hay conceptos como clase política, la guerra civil, o paramilitarismo que tienen, por razones ideológicas o políticas una carga negativa que va a incidir en las respuestas, palabras con carga emocional que provocan simpatía o antipatía pueden ser consideradas en factores de distorsión de las posibles respuestas (narcotráfico, conflicto armado, secuestro, etc.).

## 9. LAS PREGUNTAS QUE MOTIVAN RESPUESTAS SOCIALMENTE ACEPTABLES

Hay temas, como crisis política del Gobierno, la inseguridad ciudadana, la violencia, el terrorismo del narcotráfico o de grupos de justicia privada, que determinan un tipo de **respuesta emotiva**, no pensada; opinión posiblemente inducida por los medios de comunicación. La sutileza en su formulación y la ubicación dentro del formato del cuestionario son recomendaciones a tener en cuenta. El hecho de ser presentadas al comienzo del cuestionario pueden "contaminar" en las respuestas posteriores, posiblemente a causa del esfuerzo del encuestado de aparecer consistente, con sus afirmaciones primeras o con respuestas socialmente aceptables.

Asimismo, *vincular instituciones o personalidades a temáticas*, como una forma de respaldar socialmente o como evidencia comprobada puede afectar las respuestas. Lo anterior se constituye en una precaución metodológica a tener en cuenta, si se quieren evitar sesgos en las mismas.

## 10. PREGUNTAS RUTINARIAS DETERMINAN RESPUESTAS RUTINARIAS

Otro problema con las respuestas puede suceder cuando se confronta al encuestado con una serie de enunciados o afirmaciones sobre diferentes temas y dado el diseño del cuestionario se le ofrecen idénticas categorías de respuesta, por ejemplo:

¿Esta Usted de acuerdo con los diálogos de paz regionales?

*Muy de acuerdo    Acuerdo    N.S. Desacuerdo    Muy en desacuerdo*

¿Esta Usted de acuerdo con la reelección de alcaldes?

*Muy de acuerdo    Acuerdo    N.S. Desacuerdo    Muy en desacuerdo*

El encuestado puede estar de acuerdo con los primeros enunciados y luego por efecto del cansancio o reticencia a la encuesta, declarar *reiteradamente* estar "de acuerdo" con los planteamientos o afirmaciones siguientes. Este fenómeno es lo que se llama "desviación de convencimiento": Se tiende a responder "**si**" antes que "no", "de acuerdo" mejor que "en desacuerdo".

Para evitar las respuestas "rutinarias", se sugiere que *los enunciados escalados*<sup>9</sup> sean redactados, **en forma alternada**, de tal forma, que el encuestado pueda estar de acuerdo con el primer enunciado y no necesariamente con el segundo y así sucesivamente; de esta forma se obliga a poner atención y a responder cuidadosamente.

## 11. LAS PREGUNTAS SOBRE TENDENCIAS ELECTORALES O VATICINIOS. LAS PREGUNTAS SOBRE INCLINACIONES A VOTAR

Hay que hacer la necesaria distinción entre los sondeos de opinión sobre **tendencias electorales y los sondeos sobre inclinaciones a votar**. Las cifras de las tendencias electorales que generalmente barajan los medios de comunicación, son justamente eso, **tendencias no inclinaciones electorales** definitivas y de todas maneras cada sondeo refleja más **una imagen que una intención de voto**, es decir, el encuestado a meses de la elección, cuando

<sup>9</sup>. Preguntas de graduación.



UNIVERSIDAD DE ANTIOQUIA  
FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES Y HUMANAS  
CENTRO DE ESTUDIOS DE OPINIÓN

responde el cuestionario no está pensando en su intención electoral definitiva. Entonces hay que formular la pregunta de acuerdo con el objetivo deseado.

## 12. LAS PREGUNTAS QUE MOTIVAN UNA RESPUESTA MANIPULADA.

Esta situación se manifiesta "cuando se presentan ciertas alternativas de opinión basadas en una argumentación sustentadas por creencias, instituciones o personalidades que la avalan y otras alternativas de respuesta sin la debida o aparente justificación; lo cual está incitando a aprobar las primeras. Por ejemplo, si se proponen dos enunciados siguientes, como los siguientes, la selección entre ellos estaría ciertamente desviada" <sup>10</sup> :

***¿Se debe autorizar el aborto, porque es necesario tener sólo los hijos que se deseen?***

***¿Se debe prohibir el aborto?***

## 13. LAS PREGUNTAS QUE NO INTERROGAN Y LAS RESPUESTAS QUE NO RESPONDEN

***¿Cuál es la causa que Usted cree más importante para alcanzar el éxito?***

La pregunta no solo es vaga sino que es demasiado compleja ya que implica respuestas difíciles para el encuestado.

## 14. LAS PREGUNTAS QUE CONTAMINAN.

Respecto al orden de las preguntas en el cuestionario hay que evitar que determinadas preguntas influyan sobre las otras que a continuación se hacen. Generalmente el encuestado tratará de ser "consistente", "coherente" con lo que afirmó en las primeras preguntas.

## 15. LAS PREGUNTAS QUE NO TIENEN RESPUESTA: LAS RESPUESTAS "NO SÉ" O "NO SABE".

<sup>10</sup>. Ibíd. p. 134

Otro problema de los cuestionarios está constituido por la **falta de repuestas** a las preguntas. Esta falta de respuesta o no respuesta puede adoptar dos modalidades:

1. La de los que contestan "**No sé**" o "**No sabe**".
2. La de los que no dan respuesta alguna a la pregunta o "**No contestan**".

Generalmente se pasa por alto "**las no respuestas**" y a concederles poca importancia. Sin embargo, los "**No sé**" o "**No sabe**", implican una modalidad de respuesta, que merece la atención de los investigadores.

El **no contestar demuestra una actitud** que hace que el encuestado por neutralidad o indiferencia, o por la razón que sea, se reserve su opinión y se niegue a manifestarla y a colaborar en la encuesta respondiendo a la pregunta.

En cambio, los "**No sé**" o "**No sabe**" pueden tener distinta significación según los casos, que dependen de los tipos diversos de respuestas "no se" que se emitan (Zeisel, 1974).

En primer lugar, se puede distinguir los que Zeisel llama "**No sé**" o "**No sabe**" auténticos, que indican una falta de conocimiento de lo preguntado y, por tanto, una incapacidad de dar una respuesta a la pregunta. Por ejemplo, ¿Quién es el Jefe del Departamento de Economía? En este caso, la respuesta "**no se**", forma parte de la información que se desea obtener mediante la pregunta.

La respuesta "**No sé**" o "**No sabe**" puede significar también una evasiva intencional, cuando se trate de preguntas en la que los encuestados suponen que las respuestas que den pueden ir en detrimento suyo.

Respecto a la inclusión de la categoría "**No sé**" o "**No sabe**", existen dos posiciones:

1. La que recomienda **evitar** dicha inclusión como una categoría expresa de respuesta a las preguntas, y que se registre únicamente si el encuestado la responde espontáneamente.
2. La de los que ven en el "**No sé**" o "**No sabe**" una categoría de respuesta tan legítima como las demás e incluso sostienen que se debe alentar.





UNIVERSIDAD DE ANTIOQUIA  
FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES Y HUMANAS  
CENTRO DE ESTUDIOS DE OPINIÓN

Es un hecho comprobado que la inclusión expresa de la categoría "**No sé**" o "**No sabe**" aumenta significativamente el porcentaje (+ - 12 %) de los que dan esta respuesta a las preguntas.

## **ORGANIZACION DEL CUESTIONARIO**

La secuencia que adquieren las preguntas al elaborar un cuestionario es muy importante en el logro de una información confiable y válida con éxito.

Se sugiere que el cuestionario comience con una serie de preguntas que planteen problemas relacionados o afines. A continuación conviene que se realice una aproximación gradual al problema central. De este modo, la persona encuestada no se verá enfrentada, de una, con un formulario que no sabe claramente para que vayan a utilizar sus respuestas.

Finalmente, conviene dedicar la última parte del cuestionario a preguntas que representen estímulos más fáciles y que permitan tanto al encuestador como al encuestado terminar el interrogatorio con una sensación más aliviada.

Algunos autores (Esomar, 1973) hablan de "**la secuencia del embudo**" para referirse al ordenamiento de preguntas desde lo más general a lo más específico. Uno de los principales objetivos que se tratan de lograr con la secuencia del embudo, es impedir que las primeras preguntas del cuestionario *condicionen o sesguen las respuestas de las últimas preguntas que vienen a continuación.*

Además, la secuencia del embudo facilita el mantenimiento de unas buenas relaciones con el encuestado que puedan propiciar el interés por comunicar. Asimismo, por ejemplo, en un cuestionario cuyo objetivo principal sea el conocer la **intención de voto del encuestado**, se puede comenzar con preguntas sobre política en general, para pasar a preguntas sobre simpatías hacia líderes y partidos políticos que introduzcan las preguntas principales sobre *intención real de voto*, para volver otra vez a temas de política general y terminar con las preguntas de clasificación general.

## PLANIFICACION DEL CONTENIDO DEL CUESTIONARIO

La finalidad de planificar **el contenido, el tipo, el orden y el posicionamiento de las preguntas** hace de esta etapa, una fase decisiva en el proceso de construcción del cuestionario.

***Hay tres (3) fases el proceso sobre el cual hay que tener especial cuidado:***

**1. La definición del tipo de preguntas más adecuadas:** cerradas, categorizadas, abiertas, etc., para obtener de la población encuestada los datos o informaciones que señalan los indicadores establecidos.

**2. La delimitación de las categorías,** en su caso, que más convengan a cada pregunta y a los objetivos que se persiguen con ellas.

Estos **dos primeros pasos** se deben realizar teniendo en cuenta:

a) **Los objetivos y/o hipótesis previstas,** es decir, lo que se busca con las preguntas y sus categorías, o sea, lo que se pretende saber o conocer con ella.

b) **Las características socio-demográficas** de la población estudiada.

c) **La naturaleza y aplicaciones** de cada tipo de pregunta.

d) **La forma de aplicación** del cuestionario, por escrito o mediante encuestador.

No olvidar que el destino de los datos generados de cada una de las categorías de las preguntas es su ordenamiento, clasificación y sistematización.

En **el proceso de sistematización,** no hay que olvidar que la información se almacena en una matriz de datos que se expresa en una tabla, **a cada respuesta debe corresponder una columna.** Por ello, hay que tener en cuenta en la planificación del cuestionario que un número excesivo de respuestas producirá tablas de muchas columnas y por tanto difíciles de leer y analizar.

### 3. LA DETERMINACIÓN DEL NÚMERO DE PREGUNTAS Y DE SU ORDEN Y POSICIÓN EN EL CUESTIONARIO

En cuanto al **número y posición - orden** de las preguntas se puede recomendar lo siguiente:

1. El cuestionario debe contener todas las preguntas necesarias, pero ninguna más. Un cuestionario largo, salvo casos de absoluta necesidad, es penoso tanto para el entrevistador como para el encuestado.

2. No se debe empezar el cuestionario con preguntas difíciles y embarazosas.

3. Se debe evitar a toda costa colocar juntas preguntas en las que la respuesta pueda influir en el sentido de la respuesta a la otra.

Véase **ejemplificación N° 12 y 18**).

4. Para evitar la monotonía y el cansancio y facilitar los cambios de tema, es conveniente intercalar en sitios estratégicos Si esto ocurre se produce **el efecto de "halo" o "contagio"**. (**Preguntas de colchón** más o menos frívolas, que supongan un cierto respiro.

Se sugiere, a incluir las preguntas más importantes en el **tercio medio del cuestionario**, y a no hacer preguntas que puedan comprometer al encuestado, sino después que se haya establecido un cierto grado de confianza con él.

Se recomienda para el manejo de temas importantes o básicos para un estudio la utilización de varias preguntas asociadas; es arriesgado basarse en una sola pregunta. Varias preguntas de diferente forma, redacción y contenido reducirán el peligro de los diversos sesgos que está sometida una sola pregunta.

Igualmente, se estima que las preguntas referentes a actitudes, o valores de la persona (), deben ser acompañadas por lo menos de otra pregunta **que mida la fuerza de la actitud** en comparación con otros sentimientos o actitudes, es decir,



UNIVERSIDAD DE ANTIOQUIA  
FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES Y HUMANAS  
CENTRO DE ESTUDIOS DE OPINIÓN

su intensidad, o bien su **centralidad**, o sea, la importancia que se concede a la actitud expresada a la hora de tomar una decisión, por ejemplo, votar.

## CONTROL DE CALIDAD DE UN CUESTIONARIO

Hay dos tipos:

**Control de la calidad externa del cuestionario:** En esta etapa se deben examinar

1. La adecuación de las preguntas o ítems del cuestionarios la finalidad u objetivo de la investigación.
2. La estructura y disposición equilibrada de las preguntas.
3. Se verá si no faltan preguntas esenciales al objetivo que se pretende.
4. Se examinará si es más largo de lo debido y si algunas preguntas son reiterativas o superfluas.

**Control Específico:** En él se analizan cada ítem por separado indicando el carácter de la pregunta, su tipo, su función en el cuestionario y si su formulación se ajusta a las reglas enumeradas. (**Véase Ejemplificación N° 28**).

## VALIDEZ Y CONFIABILIDAD DEL CUESTIONARIO

En el cuestionario, como en todos los instrumentos de recolección además de la prueba piloto a que ya hemos aludido, para comprobar que las preguntas son comprensibles y que las respuestas a ellas son significativas es necesario también, verificar su confiabilidad y validez.

Un procedimiento para comprobar la consistencia o seguridad del cuestionario es la llamada "prueba piloto" o pretest, que consiste en aplicaciones repetidas de aquel a las mismas personas, dentro de un breve espacio de tiempo.

En cuanto a la validez (ausencia de errores), el único procedimiento seguro para verificarla, es comprobar que los resultados obtenidos se ajustan a la realidad.

Pero esto en los cuestionarios sólo es posible en "**las preguntas de hecho**", pero no en "**las preguntas de opinión**".

Como procedimientos prácticos para comprobar indirectamente la validez de los cuestionarios, se pueden utilizar las siguientes técnicas:

1. **La técnica "predictive validity"**: En ella se observa la conducta posterior de los encuestados y se contrasta con sus opiniones. Si son congruentes ambas, también se puede tomar con índice de validez del cuestionario.

**La prueba "random probe" o prueba aleatoria** consiste en preguntas situadas aleatoriamente en el cuestionario. Tienen como finalidad precisar y desarrollar lo que las preguntas significan para el encuestado. Sirven para aclarar sus respuestas y para saber el grado de comprensión de la encuesta y la validez de sus respuestas.

La técnica de contraste de validez "**cross-check-questions**" se incluyen preguntas que pueden ser contrastadas con fuentes independientes. Por ejemplo:

***¿Cual es el nº de su carné universitario?***

La respuesta (el Nº de carné declarado) puede ser contrastada con el registro oficial de los estudiantes de la Universidad.

### Ejemplificación Nº 1

A continuación hay dos pequeños cuestionarios con una serie de preguntas que tienen como objetivo probar o verificar unas hipótesis:

#### Cuestionario Nº 1:

1. *¿Cuál es su profesión?*

2. *En qué trayecto ha utilizado usted las líneas aéreas AVIANCA y AEROREPUBLICA?*

*En .....*  
*En ninguno.*  
*No responde.*

*(En el caso de que los haya utilizado en algún trayecto.)*

3. *¿Qué piensa usted de la atención a bordo en los vuelos de Avianca que usted ha utilizado?*

#### Evaluación

Es posible afirmar que las hipótesis implícitas en la primera y segunda pregunta son que el viajero tiene alguna profesión y que probablemente ha utilizado antes los aviones de ACES en algún otro viaje, si bien se trata de preguntas, la primera, de tipo **básica**, para conocer las condiciones personales del encuestado, y la segunda, de **filtro o de identificación**, o sea, hecha con la finalidad de determinar si el encuestado pertenece o no al universo de la encuesta.



La hipótesis implícita en **la tercera pregunta** consiste en que, si el viajero ha notado algún defecto o imperfección en la atención a bordo, lo denunciaría, siendo el conocimiento de estos defectos precisamente el objetivo perseguido con la pregunta.

## CUESTIONARIO N° 2:

Sondeo de opinión a los estudiantes de Sociología por **cuestionario autoadministrado**, con objeto de conocer **“la mentalidad asociada a un sentido de pertenencia e identidad a su carrera:**

**1. "Si Ud. compara su vida académica con la de un estudiante que estudia Medicina:**

Considera que tienen más suerte que Usted.  
Considera que tienen menos suerte que Usted.  
Ambas suposiciones son equivalentes.  
"No sabe"  
No responde

### Evaluación

La hipótesis implícita es la de que estos estudiantes se comparan con los de Medicina cuando tratan de evaluar sus posibilidades ocupacionales. Esto, por supuesto puede distorsionar la respuesta del encuestado. Habría que especificar acerca de que se entiende por suerte.

### Ejemplificación N° 2

Formular dos preguntas, **una abierta y otra cerrada**, para un cuestionario aplicado a estudiantes universitarios sobre si se dedican a otras actividades profesionales, y a cuál, teniendo en cuenta que las preguntas cerradas solo dan opción a dos respuestas contrapuestas, generalmente si o no, mientras que en las preguntas abiertas queda la respuesta a la voluntad del encuestado.

## EVALUACIÓN

### Pregunta abierta:

*¿Realiza Usted algún tipo de actividad profesional por fuera de la Universidad?*

**Pregunta cerrada:**

*¿Aparte de estudiar en la universidad, se dedica usted a otra cosa?*

- Si.
- No.
- No contesta.

Pregunta abierta en el caso de contestar si:

*¿Qué tipo de actividad es?*

.....

*No contesta*

**Ejemplificación N° 3**

En las siguientes preguntas, tomadas de cuestionarios de encuestas realizadas en Medellín sobre la calidad de vida.

**1. ¿A qué horas se siente Ud. inseguro?**

- Por la mañana.
- Por la tarde hasta las diez.
- A partir de las diez de la noche.
- A cualquier hora.

**2. ¿La vivienda en que reside en que estrato socioeconómico está clasificada?:**

- Estrato 1.
- Estrato 2.
- Estrato 3.
- Estrato 4.
- Estrato 5.

Estrato 6.

### **AUTOEVALUACION:**

Señalar el tipo de pregunta a que pertenecen las dos preguntas citadas según:

- a) El tipo de respuesta que admiten del encuestado;
- b) Según la naturaleza de su contenido y
- c) Según su función.

### **Evaluación**

1. Sobre la primera pregunta:

- a) Pregunta Categorizada
- b) Pregunta **de hecho** y no de acción, porque es algo involuntario que le ocurre.
- c) **Básica o sustantiva**, porque la seguridad ciudadana es uno de los elementos de la calidad de vida.

2. Sobre la segunda pregunta:

- a) Pregunta de tipo **categorizada**.
- b) Pregunta de **identificación**.
- c) **Básica o sustantiva**: Es una de las preguntas básicas del cuestionario. Metodológicamente es una variable independiente importante para los efectos de cruces de variables.

### **Ejemplificación N° 4**

Formular una pregunta en forma **abierto, cerrado y categorizada** para conocer la opinión de los encuestados sobre "los diálogos de paz", e indicar su tipo y cuál es la forma más aconsejable en principio.

### **Evaluación**

Se trata de una pregunta de opinión que busca conocer el criterio o juicio de los encuestados sobre acontecimientos, personas, hechos, etc...

**Formulación categorizada:** Es aconsejable que se presente en principio, de forma categorizada, con unas opciones preestablecidas (Véase Pregunta N° 3) porque la forma cerrada simple, para este tipo de temáticas, puede "bloquear" los matices de la opinión, y la abierta puede dar lugar a una gran diversidad de respuestas difíciles de ordenar y clasificar.

**Formulación escalar:**

**1. ¿Qué opinión le merecen los diálogos de paz?**

- Buena.
- Mala.
- Sin opinión.
- No contesta.

**Formulación abierta:**

**2... ¿Puede decirnos su opinión sobre los diálogos de paz?**

.....

- No sabe.
- No contesta:

**Formulación cerrada categorizada:**

**3. ¿Cuál de las respuestas que siguen refleja mejor su opinión respecto a los diálogos de paz?**

- *Contiene las bases para una transformación profunda del Estado de acuerdo con las necesidades del mundo moderno.*
- *Representa la única solución al conflicto armado colombiano.*
- *Representa un retroceso para el sistema democrático.*
- *No ha solucionada nada.*

- *Se ha contentado con establecer reformas accesorias, sin modificar nada importante.*
- *Implica reformas importantes necesarias en el país, pero se ha quedado a mitad del camino.*
- *Supone el germen de la destrucción del Estado.*
- *Otras.*
- *No sabe.*
- *No responde*

**Nota Metodológica:** Para temas, como el señalado, se recomienda presentar al encuestado unas opciones temáticas de respuesta. El listado de posibles categorías de respuestas se llama tradicionalmente “Tarjetón”.

### Ejemplificación N° 5

Se ha proyectado realizar una investigación cuya finalidad *es estudiar el impacto de las enfermedades mentales según estratificación socioeconómica.*

Se pide formular **las preguntas de situación, o "background"** - básicas -, que son las que sirven para obtener los datos generales básicos de la persona encuestada. En general, se pueden considerar como tales las referentes a:

**Edad, sexo, estado civil, estudios realizados, lugar de residencia (estrato), profesión, posición ocupacional.**

Tienen gran importancia en **los diseños cuantitativos**, pues suelen constituir **las variables independientes** más significativas, a efectos de deducir consecuencias sociológicas en un estudio poniéndolas en relación a las demás variables.

Sobre su colocación en el cuestionario, es frecuente que aparezcan de hecho al principio, ya que se recomienda empezar con preguntas generales que tiendan a iniciar el diálogo y a lograr la apertura del encuestado.

### Evaluación

Le rogamos tenga a bien contestar a las siguientes preguntas personales de gran interés para este trabajo:

*¿Indique por favor en qué grupo de edad de los que siguen está comprendido usted?*

- Menos de veinte años.
- De veinte hasta treinta y cinco.
- De treinta y cinco hasta cincuenta y cinco.
- De más de cincuenta y cinco.

*¿Su estado civil actual es?*

- Soltero.
- Casado.
- Separado

Viudo.  
Unión libre

*¿El lugar (su casa; su apartamento) donde reside habitualmente en qué estrato socioeconómico está clasificado?*

Estrato 1.  
Estrato 2.  
Estrato 3.  
Estrato 4.  
Estrato 5.  
Estrato 6.

*¿Qué estudios ha realizado?*

Ninguno.                      Bachillerato completo.  
Primaria incompleta.      Universidad.  
Primaria completa.        Otros. ¿Cuáles?  
Bachillerato incompleto.

*Sus ingresos netos al mes por todos los conceptos son:*

Menos de un salario mínimo:  
Entre uno y 2 salarios mínimos:  
Entre 3 y 4 salarios mínimos:  
Entre 5 y 6:  
Entre 7 y 8:  
Entre 9 y 10:  
Entre 11 y 12:  
13 o más :

*¿Cuál es su profesión u oficio principal?*

Obrero Independiente.  
Trabajador de la industria y servicios.  
Empleado.

Funcionario público.  
Profesional.  
Director o alto ejecutivo de empresas.  
Empresario.  
Otra. ¿Cuál?

### Ejemplificación N° 6

Diseñar **una batería de preguntas**<sup>11</sup> referentes a la temática: *“Participación ciudadana en una organización no gubernamental (ONG)”*:

#### Evaluación

*¿Pertenece usted o no a alguna ONG?*

Si.  
No.

*En caso afirmativo, ¿de cuántas forma parte?*

De una.  
De dos.  
De tres.

*¿Las asociaciones a que pertenece son de tipo?:*

#### Tipo de asociaciones

Productivas.  
Deportivas.  
Religiosas.  
Políticas.

<sup>11</sup>. Una batería es un conjunto de preguntas que complementan, explican y detallan "una pregunta principal". Por tanto, se debe formular primero la pregunta principal y después las secundarias que la complementan.



Recreativas.  
Otras  
No sabe

¿Qué grado de participación tiene en ellas?

Asiste raras veces      Casi siempre  
O nunca (número)      o siempre (#)

### Ejemplificación N° 7

En un sondeo de opinión por encuesta a estudiantes de Sociología se quiere conocer las razones por las que eligieron esta carrera; se pide indicar cómo se deberá proceder en la *formulación de las preguntas que se estimen procedentes y formularlas*.

### Evaluación

En los casos que como este se orientan a investigar los motivos de una determinada elección, conducta, creencia, no se debe limitar el analista a preguntar en el cuestionario, por ejemplo: **¿Por qué eligió usted la carrera de Sociología?**

Una pregunta similar tendría los inconvenientes de las preguntas tipo *¿Por qué?*, dado que no serviría para descubrir los diversos aspectos de la decisión indagada, origen, tendencias personales, influencias y demás circunstancias que intervienen en una acción. Por ello la solución más recomendable en este caso sería formular una serie de preguntas orientadas a detectar los aspectos más importantes de la elección adoptada.

*¿Cuándo empezó a saber usted de la Sociología?*

*¿Consideró usted la posibilidad de elegir otra carrera?*

Si.  
No.

*En caso afirmativo: ¿Qué le inclinó hacia la Sociología?*

*¿Qué características de la Sociología le atrajeron hacia ella?*

*¿Pensó usted que tenía actitudes para la Sociología?*

Si.  
No.

*¿Quién o quiénes ejercieron influencia sobre usted sobre su elección?*

Sus profesores.

Sus amigos.  
Sus conocidos sociólogos.  
Sus familiares.  
Sus lecturas sociológicas.  
Nadie.

### Ejemplificación Nº 8

En un cuestionario se han categorizado de la siguiente forma estas preguntas:

***¿Cuál es la religión por la que Ud. siente mayor afinidad?***

Cristianismo.  
Protestante  
Evangélico.  
Budismo  
Católico  
Anglicano  
No contesta  
No aplica

***¿Dónde vive actualmente?***

En Medellín. Comuna 1

.....  
.....

Comuna 16

En Bello.  
En otros municipios de Antioquia.  
En otros departamentos del país.  
En Antioquia  
En Colombia

Se pide señalar justificadamente se están bien o mal categorizadas estas preguntas recordando que las categorías deben ser exhaustivas, que se excluyan mutuamente y que solo presenten una dimensión.

### Evaluación

Las dos preguntas **están mal categorizadas en los tres aspectos indicados**. La primera no es exhaustiva porque hay muchas otras religiones además de las

indicadas; las categorías *cristianismo* y *anglicano* no se excluyen mutuamente; y, en fin, la categoría católico practicante presenta, además de la dimensión pedida, religión, la dimensión de su práctica.

La segunda **no es exhaustiva** porque hay otros muchos sitios donde se puede vivir y tampoco excluyente: Usted puede vivir en Medellín y también en Antioquia y también en Colombia.

### Ejemplificación N° 9

Se está realizando un estudio sobre el alcance y efectos de la publicidad realizada para difusión de *la nueva imagen del ISS* por medio de la prensa diaria, la TV. y la radio. Se pide la formulación en relación al anuncio en dichos medios de **una pregunta de control** con el fin de asegurarse de la veracidad y confiabilidad de las respuestas del encuestado en el cuestionario. Como es sabido, para obtener esta prueba es corriente incluir preguntas deliberadamente capciosas, falsas o engañosas, en algún punto del formulario.

### Evaluación

En el caso propuesto, la pregunta pedida se podría formular así:

*¿En qué medios publicitarios ha visto usted anunciado los nuevos programas de atención del Instituto de los Seguros Sociales - ISS-?*

- En la radio.
- En la prensa diaria.
- En la televisión.
- En una revista.
- En carteles.

Nótese que se incluyen deliberadamente dos medios en los que, según el enunciado, no se ha anunciado el ISS indicado en carteles y revistas. Es claro que se puede dudar de la sinceridad y confiabilidad de las respuestas de todos aquellos que contesten que lo han visto anunciado en estos medios (revistas y carteles).

### Ejemplificación N° 10

En un cuestionario, en el que uno de los aspectos sobre los que se desea recoger información es **la intención de cambio de lugar de trabajo del encuestado**, se pretende obtener alguna **prueba de la consistencia y solidez** de las opiniones que emitan los encuestados al respecto.



UNIVERSIDAD DE ANTIOQUIA  
FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES Y HUMANAS  
CENTRO DE ESTUDIOS DE OPINIÓN

Se pide indicar la forma de verificar esta prueba y redactar la pregunta o preguntas que se incluirían en el cuestionario con este fin.

## Evaluación

El procedimiento que se suele utilizar al efecto es introducir en distintos lugares del cuestionario **dos preguntas similares**. Si la respuesta a ellas del mismo individuo no son iguales, demuestra la poca solidez de sus opiniones o bien la falta de interés y atención al contestar las preguntas.

Suponiendo que el cuestionario tenga 50 ítems, se podría colocar en los lugares 24 y 48, por ejemplo, las siguientes preguntas.

**24. ¿Piensa usted cambiar de empleo en el futuro?**

Si  
No  
No sabe  
No responde

**38. ¿A qué tipo de empleo piensa usted dedicarse en el futuro?**

## Ejemplificación N° 11

Indicar justificadamente si está bien formulada esta pregunta, sin ninguna otra previa, en un cuestionario.

**¿Está usted satisfecho con su nuevo empleo?**

Si                      No

## Evaluación

No está bien formulada porque da por supuesto la existencia de un nuevo empleo y porque la respuesta negativa puede significar tanto que no está satisfecho como que no ha tenido nuevo empleo. Debería de ir precedida de otra pregunta de tipo **filtro**:

*¿Ha tenido usted un nuevo empleo en los últimos doce meses?*

Si.  
No.

### **Ejemplificación N° 12**

Indicar justificadamente si en un cuestionario sobre actitudes hacia el pueblo peruano están bien formuladas las dos preguntas que siguen, que aparecen en él una inmediatamente a continuación de la otra.

***¿Qué opina usted de la intervención peruana en la selva de la Amazonía ecuatoriana?***

***¿Cuál es su opinión sobre el pueblo peruano?***

### **Evaluación**

Están mal formuladas, porque se puede dar en ellas lo que se llama "**contagio de preguntas**", o sea, el hecho de que la respuesta a una de ellas influya en la opinión que se exprese en relación a la otra. Primero, en este caso concreto es posible que en algunos encuestados el sentimiento que despierte la intervención peruana en la guerra repercuta en la opinión que exprese en la respuesta sobre el juicio que le merece el pueblo peruano.

Esta influencia por el hecho de estar juntas desaparecería, colocándolas alejadas en el formulario, además de reformularlas utilizando otros conceptos.

Pero, no solo la formulación es "contaminante", sino también es tendenciosa, ya que presupone la existencia de una "amazonía ecuatoriana", al igual el concepto "intervención" arrastra una pesada connotación bélica, lo cual sesga la opinión.

### **Ejemplificación N° 13**

Indicar justificadamente si está bien o mal formulada la pregunta:

***¿Cuál es su sueldo?***



### Evaluación

No está bien *precisada*, porque existe un sueldo bruto y otro líquido o neto. Por tanto, es imprescindible precisar en la pregunta a cuál de ellos se refiere. Por otra parte, es posible percibir más de un sueldo, luego es necesario también señalar en la pregunta una pregunta al respecto.

La pregunta, por tanto se podría formular así:

***¿Cuál es el sueldo neto total que gana, incluidos todos sus empleos?***

En todo caso se debe señalar la conveniencia de presentar esta **pregunta no abierta** como se ha hecho, sino categorizada; no solo por los motivos indicados que aconsejan la categorización, de ser posible, de las preguntas, sino para facilitar la respuesta de este tipo de preguntas enojosas y asegurar, en alguna medida, una mayor veracidad en las respuestas.

### Ejemplificación N° 14

Señalar argumentadamente si están bien formuladas o no las siguientes preguntas:

*¿Qué clase de carro le gusta más?*

*¿Qué tipo de amigos tiene usted?*

*¿Cuál es la profesión en que se ocupa en la actualidad?*

### Evaluación

**No están bien formuladas**, porque las palabras *clase*, *tipo* y *profesión* son abstractas, generales y demasiado ambiguas, y por tanto se corre el peligro de que cada encuestado las interprete de forma diferente. Por ejemplo, la clase de carro unos la pueden referir a la marca, otros al tamaño, otros al tipo: familiar, deportivo o utilitario, etc.

### Ejemplificación N° 15

Señalar si están bien o no formuladas las preguntas siguientes, e indicar en su caso la forma que se estime correcta.

***¿Cree usted que deben existir sindicatos para los empleados públicos y que estos sindicatos deben tener alguna relación con los de los trabajadores?***

### **Evaluación**

No es adecuada, porque comprende en realidad dos preguntas distintas y uno, por ejemplo, puede ser partidario de la sindicación de los empleados públicos, pero no de que estos se afilen a confederaciones nacionales de y trabajadores.

Habría que desagregarla en dos preguntas separadas. Por ejemplo:

***¿Cree usted que deben existir o no sindicatos de empleados públicos?***

Si.  
No.

***¿A su juicio, éstos deben o no ser completamente separados de los sindicatos de trabajadores?***

Si.  
No.

### **Ejemplificación N° 16**

En un cuestionario elaborado para investigar las actitudes políticas y sociales se ha formulado la siguiente pregunta:

***¿Es usted partidario de las empresas promotoras de salud, como el Instituto de los Seguros Sociales?***

Señalar justificadamente si está o no bien planteada.

### **Evaluación**

No este bien formulado la pregunta: Primero porque al utilizar como respaldo una institución que no tiene buena "reputación" influye en una respuesta tendenciosa o negativa. Y, segundo, porque en el caso de no existir el prejuicio o, de no saber qué son las E.P.S., tal como está redactada se "empuja" a una respuesta afirmativa.

Además, es una pregunta doble ya que el encuestado puede estar de acuerdo con las llamadas E.P.S. y no con el I.S.S. lo que en cierta forma condicionaría su respuesta.

Otro problema, tiene que ver con el conocimiento que el encuestado puede o no tener sobre lo que se le esta preguntando. Se debe tener en cuenta la tendencia generalizada que "en caso de duda o de dificultad de comprensión, todo el mundo tiene la tendencia a contestar de modo afirmativo".

Por ello, en general, las preguntas se deben formular de forma que sugieran igualmente la posibilidad de contestar afirmativa o negativamente.

Por ejemplo, la pregunta de la ejemplificación se podría formular así:

***¿Está usted a favor o en contra del nuevo modelo de salud a través de las empresas promotoras de salud?***

A favor.

En contra.

### **Ejemplificación Nº 17**

Supongamos que estamos realizando *un estudio sobre integración y conflicto en Urabá y se está investigando la extensión de la ideología comunista*, justifique si sería aceptable formular en el cuestionario la siguiente pregunta:

***¿Nos puede decir si es usted o no comunista?***

### **Evaluación**

No es aceptable formular este tipo de pregunta, primero porque en Urabá, hay un conflicto armado y segundo, porque el término comunista está ya ligado a un prejuicio social negativo - no está bien considerado ni socialmente ni políticamente

en ciertos sectores -, por tanto, lo más probable es que el encuestado conteste que no.

Igualmente ocurre, en sentido favorable o desfavorable, con las palabras de "izquierdas", "derechas", socialismo, totalitarismo. Todos estos términos y muchos otros que levantan prejuicios por estar marcados ideológicamente se debe evitar emplearlos directamente en las preguntas de los cuestionarios.

Lo que hay que hacer en estos casos es formular una serie de preguntas relacionadas con el comunismo, que indiquen si el encuestado se adhiere o no a la ideología marxista.

### Ejemplificación N° 18

Justifique si estaría bien formulada una pregunta del tenor siguiente:

***¿Puede decirnos por qué no le gusta Bogotá?***

#### Evaluación

En principio, se puede considerar mal formulada. Se sugiere evitar en los cuestionarios los " **porqués**", por las razones siguientes:

Primera, dan lugar a una multiplicidad de respuestas que complican mucho el trabajo posterior de codificación.

*Segunda*, las respuestas no serían muy confiables dado que los motivos son frecuentemente complejos y a veces inconscientes.

Lo más acertado sería formular esta pregunta comprendiendo una serie de categorías como posibles respuestas, indicativas de los motivos de rechazo, que se crean más frecuentes. Por ejemplo:

***¿Quiere usted indicarnos por cuál o cuáles de los siguientes motivos no le gusta Bogotá?***

No me gusta el clima

Se gasta mucho tiempo por las grandes distancias a recorrer

No tengo dinero suficiente para visitarla.

El ambiente social es poco acogedor.  
Otros. ¿Cuáles?

### **Ejemplificación N° 19**

Evaluar críticamente si están bien o mal formuladas las siguientes preguntas dirigidas a parejas la primera, y la segunda a estudiantes de primer semestre de Sociología.

***¿Cuántos hijos nacidos vivos han tenido en su matrimonio?***

***¿Lee usted mucho?***

### **Evaluación**

Están mal formuladas. La primera porque antes de hacer esta pregunta es necesario hacer otra para determinar si han tenido o no hijos en la relación de pareja, pues, si no es así, no se sabe si los que "no contestan" es porque no han tenido hijos o porque no quieren contestar esta pregunta.

La segunda, porque el adjetivo mucho implica un juicio de valor subjetivo y es por ello impreciso. Lo que a unos pueden parecer mucho, acaso será para otros sólo bastante, regular o poco.

### **Ejemplificación N° 20**

De acuerdo a su opinión la siguiente pregunta se puede considerar bien o mal formulada:

***¿Cuáles son las repercusiones socioculturales del uso de sicoactivos?***

### **Evaluación**

Acerca de si esta o no bien formulada la pregunta hay criterios metodológicos encontrados. Algunos dirían que si porque se estima conveniente con base en la experiencia que las temáticas se propongan de forma personalizada:

**¿Qué opina usted de...? ¿Qué piensa de...? ¿A su juicio, cuáles son...?-,** ya que se ha comprobado que de este modo las respuestas son más numerosas y exactas.

Otros argumentarían, que es preferible plantear una pregunta en "tercera persona" para evitar que el encuestado evada la pregunta o se explaye demasiado o, adopte una actitud de informalidad que desvirtúe su información.

En segundo lugar, no está bien redactada dado que utiliza un lenguaje demasiado técnico y sofisticado. Se sugiere utilizar un lenguaje comprensible fácilmente para todo el mundo. Por ejemplo el término socioculturales y el sicoactivos son poco conocidos de algunos. Por ello se debería redactar en forma similar a la siguiente:

**¿En su opinión, cuáles son los efectos en la vida social del uso de las drogas?**

#### **Ejemplificación N° 21**

Exponer justificadamente si están bien formuladas, sin más indicaciones, las preguntas siguientes:

***¿Trabaja usted por cuenta propia o dependiente?***

***¿Es usted propietario o arrendatario de la vivienda en donde reside?***

#### **Evaluación**

Mal formulada, porque están redactadas de forma alternativa y se corre el riesgo de que se conteste si o no, y entonces no se sabe si dice que sí, que es propietario o que si es arrendatario, o que no es propietario, pero si arrendador, y al revés, o que no es ninguna de estas dos cosas, y lo mismo en la primera. Se sugiere formular así:

***¿Trabaja usted por cuenta propia o dependiente?***

Por cuenta propia.  
Dependiente.

***¿Es usted propietario o arrendatario?***

Propietario.  
Arrendatario.

### Ejemplificación N° 22

Justificar si está bien formulada la pregunta:

***¿No va usted a los toros?***

#### Evaluación

Esta mal formulada porque además de incitar a responder negativamente ("contestar no"), puede inducir a error a la gente sobre el sentido del "si":

- El "si" que pueden responder algunos puede significar que *"sí va a los toros"* y,
- El otro "si" puede significar totalmente lo contrario, *"no va a los toros"*.

En general se deben evitar las preguntas expresadas en forma alternativa, como la anterior, y en forma negativa, como la presente.

### Ejemplificación N° 23

Justificar si serían acertadas en un cuestionario las preguntas siguientes:

***¿Cuántas veces va usted a cine durante el año?***

***¿Cuánto se paga de electricidad en su casa al año?***

#### Evaluación

Mal formulada, porque en ambas se le exige al encuestado a recordar y a hacer cálculos, y existe el peligro de que conteste con una cifra aproximada que a veces puede ser muy alejada de la realidad. Por ello, en cuanto a la primera pregunta, se podría categorizar de una forma similar a la siguiente:

***¿Con qué frecuencia va usted al cine?***

*Semanalmente*

[ceo@catios.udea.edu.co](mailto:ceo@catios.udea.edu.co)

<http://ceo.udea.edu.co>

Ciudad Universitaria Bloque 9-252 Telefax: 2105775

*Más de una vez por semana.  
Dos veces al mes.  
Una vez al mes.  
Una vez cada dos meses.  
Una vez al trimestre.  
Tres o menos veces al año.  
Nunca*

Respecto a la segunda pregunta se podría preguntar:

*¿Cuál fue el valor del último pago de energía eléctrica que pagó?*

*¿Qué período comprendía?*

**Ejemplificación N° 24**

***¿Cómo preguntaría usted a unos encuestados cuántos oficios o profesiones han tenido en su vida?***

**Evaluación**

No se recomienda preguntar directamente, porque se les obligaría a esforzar la memoria, sobre todo se han desempeñado varias oficios. Sería preferible facilitarles el recuerdo, procediendo gradualmente, de modo similar al siguiente:

*¿Cuál fue su primer oficio?*

*¿Cuál fue el oficio siguiente?*

*¿Si ha tenido usted otros oficios distintos del actual, puede indicar cuáles?*

*¿Cuál es su oficio actual?*

**Ejemplificación N° 25**

Justifique si estaría bien formulada en un cuestionario la siguiente pregunta:



***¿Cuántos aparatos electrodomésticos hay en su casa?***

**Evaluación**

Tampoco sería conveniente hacer esta pregunta directamente, porque obligaríamos al encuestado **a forzar la memoria** y sería muy probable que se olvidase algunos de los que interesan a la encuesta de modo especial.

Por ello lo procedente sería hacer una lista de los electrodomésticos que se pretende conocer si se poseen o no y formar con ellos una pregunta categorizada:

***¿Por favor puede indicarnos de esta lista de aparatos electrodomésticos los que tiene en su casa?***

*Televisión.  
Nevera.  
Juguera.  
Lavadora.  
Equipo de sonido.*

**Ejemplificación N° 26**

Supongamos que tiene que *estudiar prácticas higiénicas personales y religiosas de los estudiantes de la Facultad de Ciencias Sociales y Humanas de la Universidad de Antioquia*. ¿Cómo se preguntaría a una persona si se lava los dientes diariamente y si va a misa los domingos?

**Evaluación**

Se trata de preguntas embarazosas que los encuestados pueden tener dificultad en contestar, pues les pueden parecer que si contestan que no, pueden quedar a descubierto como desaseados o agnósticos o, no practicantes.

Por eso, en el primer caso se sugiere lo siguiente:

***Existen personas que tienen una dentadura muy sana y no necesitan cuidársela de modo especial. ¿En cuanto a usted, puede decirnos con qué frecuencia se lava la boca con un antiséptico dental o con cepillo y un dentífrico?***

*Después de todas las comidas.  
Dos veces al día.  
Una vez al día.  
Un día si y otro no.  
Cada tres días.  
Una vez por semana.  
Una vez al mes.  
Menos de una vez al mes.*

**En el segundo caso**, sería conveniente proponerle una serie de actividades frecuentes en los domingos, y entre ellas la asistencia al rito religioso de la misa (que hemos definido como un indicador de práctica religiosa), y pedirle indicar cuáles de ellas realiza.

***¿De las siguientes actividades, nos podría indicar cuáles realiza usted por lo general todos los domingos? Señale las tres más importante, de acuerdo a su preferencia.***

*Escuchar radio o ver TV.  
Pasear con los amigos.  
Salir con la familia.  
Ir al fútbol.  
Ir al cine.  
Ir a misa.  
Hacer un deporte.  
Dormir  
Leer*

**Ejemplificación N° 27**

Ejemplifique cómo preguntar en un cuestionario *¿Cuánto dinero gana una persona?*

### **Evaluación**

Primero que nada hay que tener en cuenta que se recomienda generalmente medir los ingresos familiares; así es que la pregunta debiera ir encaminada a tratar de medir los ingresos totales aportados por todos los miembros de la familia. Segundo, se trata de una pregunta enojosa, pues, por lo común, a nadie le gusta que sepan cuánto dinero gana. Además, está sin duda, extendido al hábito de disminuir los ingresos para evitar impuestos, compromisos, solicitudes, etc.

Por ello no se debe preguntar en los cuestionarios de manera directa "¿Cuánto gana usted?", sino hacerlo de alguna forma indirecta, por ejemplo:

***A continuación le presentamos (o le leeremos) una escala de ingresos mensuales. ¿Podría decirnos en qué grupo de los que comprende se considera usted incluido?***

*Menos de un salario mínimo (menos de \$ 486.500).*

*Más de un S.M. hasta 3 S.M.*

*Más de 3 S.M. hasta 6 S.M.*

*Más de 6 hasta 9 S.M.*

*Más de 9 hasta 12 S.M.*

*Más de 12 S.M.*

### **Ejemplificación Nº 28**

En un cuestionario dirigido a **un público en general** se ha formulado la siguiente pregunta:

***¿Cómo calificaría usted las relaciones académicas entre personal docente y discente de las instituciones de educación superior en los últimos quince años?***

Evaluar si es una pregunta técnicamente bien formulada, teniendo en cuenta el destino del cuestionario y su utilización. Utilice los siguientes criterios metodológicos:

Criterios de evaluación<sup>12</sup> a tener en cuenta:

1. ¿Dificultades de comprensión lingüística?
2. ¿Pregunta demasiado abstracta?
3. ¿Se pide demasiado a la capacidad de expresión del entrevistado?
4. ¿Insuficiente capacidad de observación para responder a la pregunta?
5. ¿Se pide demasiado a la memoria?
6. ¿Peligros de la fatiga? ¿Cuestionario demasiado extenso?
7. ¿Peligro de respuesta vaga por amabilidad?
8. ¿Negativa por miedo o desconfianza?
9. ¿Bloqueada la disposición a informar por tema demasiado privado o general?

## Evaluación

Al aplicar los criterios de evaluación señalados se demuestra que se utilizan conceptos muy técnicos para un público común lo que hace que el lenguaje sea poco comprensible, por ejemplo, *personal docente y discente*.

El enunciado de la pregunta es demasiado abstracto; ya que pretender medir "relaciones entre" a partir de la opinión de un público general es casi imposible, así sea un experto en la problemática educativa.

Verbalizar una respuesta breve y concisa sobre un tema tan abstracto es casi imposible en un interrogatorio a nivel de encuesta.

---

<sup>12</sup>. E. Noelle en su texto "Encuestas en la sociedad de masas" (Alianza Editorial, p. 71), recomienda los parámetros que se indican.

Solo un experto en problemas pedagógicos, podría tener los recursos metodológicos capaces de “medir” científicamente el problema.

Se pide demasiado a la memoria del encuestado, dado que es muy largo el período de quince años, en estos casos de sugiere, metodológicamente hablando, reducir la dimensión espacio - temporal o acudir a coyunturas históricas o referentes;

Puede producirse la negativa a contestar por comodidad o desconfianza, todo lo cual indica con toda claridad que la pregunta no es apropiada para el cuestionario pretendido.

### Ejemplificación N° 29

Formuladas las siguientes preguntas, señale qué problemas tienen y de qué tipo son:

**a) Sería tan amable de darnos su opinión sobre la importancia para usted de los siguientes atributos de un posible marido o esposa:**

| <i>Muy impor-<br/>tante.</i> | <i>Impor-<br/>tante.</i> | <i>Indife-<br/>rente.</i> | <i>Inde-<br/>seable</i> |
|------------------------------|--------------------------|---------------------------|-------------------------|
|------------------------------|--------------------------|---------------------------|-------------------------|

*Amabilidad  
Buena presencia  
Ingresos adecuados  
Responsable en el hogar  
Sentido del humor  
Amplio  
Moralidad  
Inteligencia  
Buena salud*

### Evaluación

Esta pregunta tiene varios problemas referidos, más que nada con el sentido de los conceptos utilizados, por ejemplo, el término "**amplio**" puede ser entendido

como una persona que sea generosa con el dinero o que tenga una mentalidad tolerante e integral. Igual situación, se puede dar con el concepto "ingresos adecuados". Se trata de una pregunta que se puede calificar de evaluativa y escalar y sobre aspiraciones. También se le puede atribuir un carácter proyectivo.

**b) Evalúe a su esposa dentro de esta escala de cinco puntos: ¿En qué lugar de los cinco puntos de estas escalas situaría usted a su esposa?**

|                                     |   |   |   |   |   |                                       |
|-------------------------------------|---|---|---|---|---|---------------------------------------|
| <i>Buena pareja</i>                 | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | <i>Mala pareja</i>                    |
| <i>Superprotectora de sus hijos</i> | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | <i>Despreocupada de sus hijos</i>     |
| <i>Paciente</i>                     | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | <i>Impaciente</i>                     |
| <i>Competente</i>                   | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | <i>Incompetente</i>                   |
| <i>Muy igual a usted</i>            | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | <i>Totalmente distinta de usted</i>   |
| <i>Desearía tenerla como amiga</i>  | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | <i>No desearía tenerla como amiga</i> |
| <i>Alegre</i>                       | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | <i>Triste</i>                         |
| <i>Complemento</i>                  | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | <i>Independiente</i>                  |

### Evaluación

En general, es también, no como la anterior doblemente **categorizada, de tipo proyectivo y escalar y de evaluación** o de opinión de carácter valorativo<sup>13</sup>.

<sup>13</sup>. Generalmente se les llama "preguntas de rating", ya que se atribuye un valor numérico a la intensidad de la opinión...