

## METODOLOGÍA DE CUESTIONARIOS: PRINCIPIOS Y APLICACIONES

MARÍA AMÉRIGO

*Departamento de Psicología Social.  
Universidad Complutense*

El presente escrito gira en torno a aquellos aspectos claves a la hora de construir un cuestionario, considerando esta tarea como una etapa dentro de la llamada técnica de encuesta, que es una de las técnicas existentes para el análisis de la realidad social. En ella, existen una serie de etapas que a grandes rasgos podrían ser: Formulación de objetivos e hipótesis, selección de la muestra, elaboración de instrumentos de medida, análisis de los datos y elaboración del informe final. Es precisamente en la etapa de elaboración de instrumentos donde se ubica el cuestionario, como herramienta de medida de una determinada realidad social.

Una posible definición del cuestionario sería la que se deriva de García Ferrando (1986): aquel instrumento de investigación que a través de procedimientos estandarizados de interrogación que permiten la comparabilidad de respuestas, obtiene mediciones cuantitativas de una gran variedad de aspectos objetivos y subjetivos de una población.

A pesar de que en apariencia elaborar un cuestionario pueda parecer una tarea fácil, realmente no lo es en absoluto. Incluso aunque se tengan las nociones básicas y elementales para la construcción del mismo, la experiencia, como afirma Mucchielli (1974), es un elemento indispensable a la hora de elaborar un buen cuestionario.

A estas alturas ya se imaginará el lector que no es posible crear una receta que indique los sucesivos pasos a dar para «fabricar» un cuestionario —la realidad social es tan compleja y multifacética que un instrumento para medirla no lo sería menos— pero sí es posible dar algunos buenos consejos que pueden evitar cometer grandes errores.

A esta tarea se dedicarán las siguientes páginas, donde se comentarán aspectos a tener en cuenta tomados no sólo de la literatura sobre el tema, sino también de la propia experiencia.

## ETAPAS EN LA ELABORACIÓN DE UN CUESTIONARIO

Podrían distinguirse las siguientes: En primer lugar, determinar el objetivo y redactar las hipótesis en la encuesta. En segundo lugar, es necesario en muchos casos realizar una entrevista previa. El tercer paso sería la elaboración del cuestionario previo y pilotaje del mismo y, finalmente, la elaboración del cuestionario definitivo. A continuación se describirán más detalladamente cada una de estas etapas.

### 1.º *Determinación del objetivo e hipótesis de la encuesta*

Como ya se mencionó anteriormente, esta etapa correspondería a la primera fase necesaria para llevar a cabo una investigación utilizando la técnica de encuesta.

El hecho de precisar al máximo los objetivos que se pretenden lograr, facilita enormemente la elaboración del cuestionario. Además, como señala Mucchielli (1974), es preciso ir al mismo tiempo formulando hipótesis, ya que ellas serán la base para redactar el cuestionario.

Para ello, es importante comenzar por estructurar claramente el objetivo general de la encuesta, delimitando la población y las temáticas concretas que se desea investigar.

Hay dos aspectos importantes que destaca este autor y que no suelen ser considerados por aquella persona que construye por vez primera un cuestionario:

- 1) El cuestionario no es un conjunto de preguntas directas sobre los aspectos que interesa sondear.
- 2) Es preciso no caer en la «tentación» de poner directamente, bajo forma de preguntas, los objetivos de la encuesta.

### 2.º *Entrevista previa*

Esta etapa no siempre es necesaria. Muchas veces la revisión de la literatura sobre el tema concreto que se esté investigando, proporciona información suficiente para elaborar el cuestionario. Por otra parte, en muchas ocasiones se suelen «adaptar» cuestionarios empleados en otros contextos diferentes. Posteriormente, a través de pruebas de validez y fiabilidad, puede determinarse el éxito de tal adaptación.

No obstante, en aquellos casos en los que la revisión bibliográfica no proporcione información, o sencillamente, no se tengan excesivamente claros los objetivos concretos de la investigación, conviene realizar una entrevista

previa (estructurada) a los miembros de la población objeto de estudio con un doble objetivo:

- a) Por una parte, el contenido de la entrevista va a permitir operativizar las variables contenidas en las hipótesis previas.
- b) Además, puede descubrir nuevas hipótesis relevantes al objeto de investigación no contempladas anteriormente.

Esta entrevista previa se suele hacer con pocos sujetos, cuyo número variará en función de los objetivos de la encuesta. En cualquier caso, no es necesario un elevado número de individuos puesto que se trata no tanto de buscar representatividad como información adicional.

La operativización de las variables obtenidas a través de la entrevista se lleva a cabo a través de una técnica conocida como «Análisis de contenido», que esencialmente consiste en:

Aquellas palabras o ideas, derivadas del discurso de los entrevistados, que hagan referencia a un mismo concepto, se agrupan en una misma categoría. Las categorías resultantes después del análisis constituirán las variables del cuestionario.

Obsérvese que el empleo de esta entrevista previa y su posterior análisis, hace que el contenido sobre el que versará el cuestionario parta del discurso del sujeto y no del discurso del investigador que es, según se comentó antes, una de las premisas básicas a tener en cuenta en la elaboración de un cuestionario.

En el caso de la medición de actitudes, existen procedimientos concretos de construcción de escalas de actitud hacia un objeto determinado. No se van a comentar aquí, pues sería extenderse más allá de los límites previstos; no obstante, el lector interesado puede acudir a la abundante literatura sobre metodología en las Ciencias Sociales, donde se recogen estos procedimientos de forma detallada.

### 3.º *Elaboración del cuestionario previo y pilotaje del mismo*

Cuatro aspectos básicos van a ser considerados en esta etapa: En primer lugar, la presentación que debe incluir todo cuestionario. En segundo término, se tratará de la organización del cuestionario relativa a las preguntas y a los temas. En tercer lugar se describirán algunos tipos de preguntas. Finalmente, se considerará el aspecto de la codificación del cuestionario.

### 1) Presentación:

Como afirma Mucchielli (1974), para evitar o paliar la reacción normal de desconfianza, el rechazo por parte del encuestado y obtener la colaboración del mismo, todo cuestionario debe comenzar con un PROTOCOLO DE PRESENTACIÓN que incluya:

1. Presentación del encuestador.
2. Justificación de su acción.
3. Dar a conocer los motivos de la encuesta.
4. Dar a conocer el organismo que la patrocina.
5. Garantizar el completo anonimato del encuestado.
6. Agradecer de antemano su colaboración.
7. Poner ejemplos cuando sea necesario.

### 2) Organización del cuestionario:

Este aspecto considera por una parte cuál sería la forma más adecuada de abordar un tema específico, a través de las distintas preguntas sobre el mismo y, en segundo lugar, cuál sería la sucesión de temas a seguir.

#### a) Preguntas

En general, y siguiendo a García Ferrando (1986), la secuencia de preguntas suele ser la siguiente:

1. Comenzar con preguntas que no planteen excesivos problemas.
2. Aproximación gradual al problema central.
3. Finalizar con preguntas de tipo clasificatorio.

En función de los objetivos concretos de la investigación, las preguntas pueden organizarse de distinta forma:

a) En algunos casos, es importante evitar que las primeras preguntas del cuestionario determinen o sesguen las respuestas siguientes. En esta situación, suele emplearse la denominada *Secuencia del embudo*: Las preguntas se ordenan partiendo de temas generales para llegar a temas específicos. Un ejemplo de este tipo de secuencia en una investigación cuyo marco se centre en la pintura, podría ser el siguiente:

*Forma incorrecta:*

1. ¿Le gusta a usted el cuadro de Las Meninas?
  - sí.....1
  - no .....2
  - ns/nc.....3
2. ¿Le gusta a usted Velázquez?
  - sí.....1
  - no .....2
  - ns/nc.....3

*Secuencia del embudo:*

1. ¿Le gusta a usted la pintura?
  - sí.....1
  - no.....2
  - ns/nc .....3
2. Señale el tipo de pintura por la que se siente mas atraído.
  - a) Abstracta .....1
  - b) Impresionista .....2
  - c) Realista .....3
  - d) Otros. ¿Cuál? .....4
3. ¿Qué pintor español le gusta a usted más?
  - a) Picasso.....1
  - b) Velázquez.....2
  - c) Dalí.....3
  - d) Otros. ¿Cuál? .....4
4. ¿Qué cuadro de Velázquez considera el mejor?
  - a) Las Hilanderas.....1
  - b) Las Meninas.....2
  - c) El Cristo .....3
  - d) Otros. ¿Cuál? .....4

b) Si lo que se pretende es partir de una idea concreta y relacionarla con otros temas colaterales a la misma, se suele emplear la *Secuencia del embudo invertido*. Lo que se pretende en estos casos es comenzar por que la persona se posiciona a favor o en contra de una cierta cuestión y, a partir de ahí, sondear su opinión sobre temas afines a tal cuestión.

b) *Temas*

Algunas recomendaciones sobre cómo deben organizarse los diferentes temas a tratar en un cuestionario, serían las siguientes: a) La sucesión de temas ha de seguir la lógica del encuestado, no la del investigador; b) Las preguntas fuertemente asociadas en relación a los objetivos planteados en la investigación, han de encontrarse ampliamente separadas en el cuestionario; c) Debe informarse al encuestado de la finalización de un tema y del comienzo del siguiente (García Ferrando, 1986).

### 3) Tipos de preguntas:

La elección del tipo de pregunta con respecto a su formulación, es una de las tareas más delicadas en la elaboración del cuestionario. Como señala Ander-Egg (1977), la elección de preguntas viene condicionada en función de muy diversos factores, no sólo derivados de la naturaleza de la investigación que se pretende llevar a cabo, sino también de las características concretas de la población a sondear. Ello hace que no pueda establecerse un criterio normativo de carácter genérico.

Existen diversas clasificaciones del tipo de preguntas posibles a realizar; no obstante, la que más polémica plantea es la de preguntas abiertas *versus* cerradas. Ambas poseen una serie de ventajas e inconvenientes que se señalan a continuación:

- *Preguntas abiertas*: Son de libre respuesta.

#### *Ventajas*

No se constriñe la respuesta del encuestado.

El encuestador puede comprobar el grado de información o ambigüedad del encuestado.

Producen mayor nivel de motivación.

#### *Desventajas*

Han de ser categorizadas posteriormente, lo que supone un trabajo considerable.

En estatus de bajo nivel educativo no son recomendables.

- *Preguntas cerradas*: La respuesta se ciñe a una categoría concreta.

#### *Ventajas*

Facilitan considerablemente el análisis posterior de los datos.

Facilitan la respuesta a individuos con dificultad de expresión.

#### *Desventajas*

Puede haber respuestas no incluidas en ninguna categoría.

El sujeto puede elegir categorías que no se adecúen completamente a su opinión real.

Produce menor nivel de motivación.

#### *Tipos de preguntas cerradas*

1. Dicotómicas: Sólo dos categorías de respuesta: A favor o en contra; sí o no, etc.

## 2. De elección múltiple: Poseen más de dos categorías:

Ordinal → El encuestado elige una sola respuesta.

Nominal → Permiten elegir más de una respuesta.

En ambos tipos, debe siempre contemplarse la alternativa(s) «no sabe» y/o «no contesta».

En general, debe tenderse en la medida de lo posible al empleo de preguntas cerradas. Un buen análisis del contenido de las entrevistas previas, puede eliminar muchas de las problemáticas comentadas respecto a las preguntas cerradas. No obstante, no siempre es posible. Resumiendo lo anteriormente dicho y añadiendo algunas recomendaciones de García Ferrando (1989), el empleo de unas u otras vendría determinado por:

### *Preguntas abiertas*

a) Cuando el objetivo de la investigación es exploratorio; es decir, cuando implique el deseo de conocer algo sobre el marco de referencia de los entrevistados o del proceso por el que han llegado a sustentar sus puntos de vista particulares.

b) Cuando el tema a tratar no es muy conocido por la población.

c) Cuando se trabaja con sujetos de un nivel educativo medio o alto.

### *Preguntas cerradas*

a) Cuando el objetivo de la investigación es clasificar a los sujetos; es decir, cuando se pretende que expresen su grado de acuerdo sobre un tema concreto.

b) Cuando el tema a investigar es bastante o muy conocido por la población.

c) Cuando se investiga con sujetos de bajo nivel educativo.

### *Problemática de algunas preguntas*

Existen ciertos temas que a la hora de ser abordados en forma de preguntas generan ciertos sesgos en los individuos, precisamente por el tipo de pregunta empleada. Uno de tales sesgos es el conocido como *deseabilidad social*; es decir, la tendencia a responder para «quedar bien» con el encuestador; para ser «socialmente deseable». Temas como el grado de satisfacción o felicidad que el sujeto experimenta, están sujetos a este tipo de efectos. La li-

teratura frecuentemente reporta evaluaciones altamente positivas cuando estos temas se abordan de forma directa: ¿En qué medida se encuentra Vd. satisfecho con...? La solución suele ser utilizar preguntas de tipo indirecto.

Por ejemplo, Amérigo (1990) utilizó dos tipos de escalas, una de carácter directo y otra indirecto, para medir el grado de satisfacción residencial en una muestra de bajo nivel socioeconómico.

A) Escala directa:

|   | Mst | Btst | Ast | Nst | Ns/Nc* |
|---|-----|------|-----|-----|--------|
| 1. ¿Cómo se siente de satisfecho/a con su barrio?   | 1   | 2    | 3   | 4   | 5      |
| 2. ¿Cómo se siente de satisfecho/a con su casa?   | 1   | 2    | 3   | 4   | 5      |
| 3. ¿Cómo se siente de satisfecho/a con sus vecinos?   | 1   | 2    | 3   | 4   | 5      |
| 4. ¿Cómo se siente de satisfecho/a por todo en su conjunto: su casa, su barrio y sus vecinos, es decir, viviendo en donde vive? | 1   | 2    | 3   | 4   | 5      |

\* Mts = muy satisfecho; Btst = bastante satisfecho; Ast = algo satisfecho; Nst = nada satisfecho; Ns/Nc = no sabe, no contesta.

B) Escala indirecta:

- |   |   |
|---|---|
| <p>1. Si pudiera hacer cambios en su casa, ¿Cuántos haría?</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- muchos ..... 1</li> <li>- bastantes ..... 2</li> <li>- algunos ..... 3</li> <li>- ningunos ..... 4</li> <li>- ns/nc ..... 5</li> </ul>  | <p>3. Si se cambiara de barrio, le gustaría encontrarse en el nuevo barrio:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- a todos sus vecinos ..... 1</li> <li>- a casi todos sus vecinos ..... 2</li> <li>- sólo a algunos vecinos ..... 3</li> <li>- a ningún vecino ..... 4</li> <li>- ns/nc ..... 5</li> </ul> |
| <p>2. Como definiría su barrio, como un lugar:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- muy bueno para vivir ..... 1</li> <li>- bastante bueno para vivir ..... 2</li> <li>- algo bueno para vivir ..... 3</li> <li>- nada bueno para vivir ..... 4</li> <li>- ns/nc ..... 5</li> </ul> |   |



La escala indirecta de satisfacción residencial produjo resultados más acordes con la situación objetiva de vivienda de los encuestados que los obtenidos con la escala directa (tendencia a mostrarse altamente satisfecho).

#### 4) La codificación:

La finalidad de la codificación es facilitar la operación de contar y analizar las respuestas dadas por la muestra que va a ser encuestada.

##### a) *Método de codificación*

a) En preguntas cerradas, se asigna un valor numérico a cada posible categoría de respuesta. Cada pregunta o variable ocupa un espacio físico (columnas) en la matriz de datos.

b) En preguntas abiertas, hay que hacer la codificación después del trabajo de campo, a través de un análisis de contenido. No obstante, hay que prever el espacio físico que ocupa la variable en la matriz de datos (generalmente dos columnas y, por tanto, más de 9 categorías posibles de respuesta).

La matriz de datos viene determinada por:

N sujetos (filas) x P variables (columnas)

Un cuestionario bien codificado debe contener la información exacta con respecto a las variables. Por tanto, la codificación permite saber, una vez recogidos los datos, el número total de variables a analizar y su ubicación exacta en la matriz de datos, lo que facilita en gran medida el análisis posterior de los mismos.

#### 4º. *Elaboración del cuestionario definitivo*

*Siempre* será necesario probar el cuestionario al menos una vez, antes de realizar el trabajo de campo. Esta tarea se denomina PILOTAJE del cuestionario.

Como señala García Ferrando (1986, p. 146) la función esencial del pilotaje es la de «contrastar hasta qué punto el cuestionario funciona como se pretendía y las preguntas provocan el tipo de reacción deseada».

El método para llevarlo a cabo sería seleccionar un grupo reducido de personas en el que ESTÉN REPRESENTADOS los diversos segmentos sociales de la población elegida, pero que no formen parte de la muestra seleccionada, pues se convertirían en sujetos inservibles para el cuestionario definitivo.

El pilotaje del cuestionario siempre lleva a realizar algún tipo de modifi-

cación en el mismo y debe repetirse hasta que no sea necesaria ninguna nueva modificación. En este momento, se habrá concluido la elaboración definitiva del cuestionario.

#### REFERENCIAS

- AMÉRIGO, M.<sup>a</sup> (1990): *Satisfacción residencial. Una aproximación psicosocial a los estudios de calidad de vida*. Madrid. Universidad Complutense.
- ANDER-EGG, E. (1977): *Introducción a las técnicas de investigación social*. Buenos Aires. Humanitas.
- GARCÍA FERRANDO, M. (1986): «La encuesta». En: García, M.; Ibáñez, J. y Alvira, F. (Comps.): *El análisis de la realidad social. Métodos y técnicas de investigación*. Madrid. Alianza.
- MUCCHIELLI, R. (1974): *El cuestionario en la encuesta psicosocial*. Madrid. Ibérico Europea de Ediciones.