Clase 1

Estructuración del cuestionario y principales temas de una encuesta

Objetivos

Objetivos metodológicos

- Comprender la necesidad de establecer los objetivos de la encuesta y plasmarlos de forma precisa en un plan de cuestionario en forma de árbol.
- Aprender a estructurar un cuestionario en partes distintas y bien encadenadas.
- Identificar la estructura de un cuestionario que se apoya normalmente en los principales temas: comportamiento, opinión, motivación, expectativas, identidad.
- Contemplar los saltos y las condiciones de presentación para ciertas preguntas (o partes)

Objetivos Sphinx

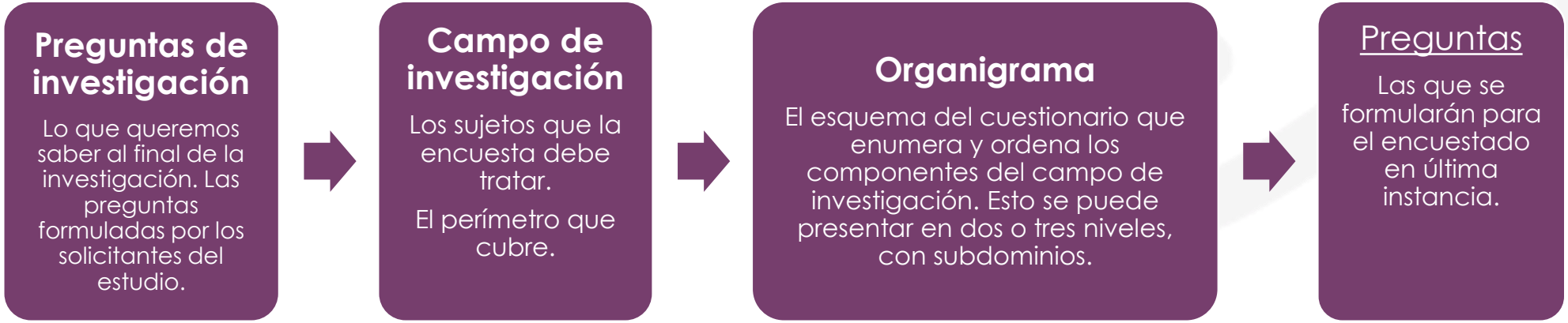
- Definir las partes principales de un cuestionario y las preguntas de forma esquemática, sin redacción completa.

Tabla de contenidos

1. De las preguntas de investigación al cuestionario
2. Un cuestionario de calidad
3. Estructuración del cuestionario
4. La encuesta como una arborescencia
5. Saltos y condiciones de presentación
6. Recomendaciones prácticas

1. De las preguntas de investigación al cuestionario

- El cuestionario se diseña siguiendo un proceso lógico y riguroso.
- En principio, las preguntas **no se escriben de inmediato**. Nos apoyamos en un plan (o **diagrama de flujo**) que a su vez se basa en el campo de investigación que surge de las **preguntas de investigación**, según la siguiente secuencia:



2. Un cuestionario de calidad (1/2)

- **Permite responder perfectamente a las preguntas de investigación**
  - Las preguntas de investigación son las preguntas que se hace el demandante del estudio.
  - Las respuestas aportadas por los resultados de la encuesta le permitirán tomar decisiones claras.
  - Al leer el cuestionario, podemos considerar el contenido del informe del estudio y, por lo tanto, las respuestas que nos dará la encuesta.

Por ejemplo:

- *¿Cuáles son los atributos decisivos para elegir el zumo de naranja para los consumidores españoles de 30 a 45 años?*
- *¿Cuáles son los valores ideales para cada atributo decisivo (precio, contenido de azúcar, país de origen…)?*
- *¿Existen diferencias según el grupo de edad o el nivel de ingresos?*

2. Un cuestionario de calidad (2/2)

- **Cubre el conjunto de áreas de interrogación definidas por el demandante**
- Las áreas de interrogación son el conjunto de sujetos que van a ser abordados en la encuesta (y que contribuirán a tratar las preguntas de investigación)

  Por ejemplo:

  - *Patrones de consumo de zumo de naranja de los consumidores españoles de 30 a 45 años*
  - *Sensibilidad a las tendencias de consumo de alimentos como dietética, orgánica, comercio justo*
  - *Marcas conocidas y opinión sobre ellas*
  - *Criterios de selección y valores ideales sobre los criterios decisivos*
  - *Características sociodemográficas del encuestado*

- **Las preguntas de investigación y las áreas de interrogación deben definirse con precisión y validarse explícitamente con el solicitante del estudio.**

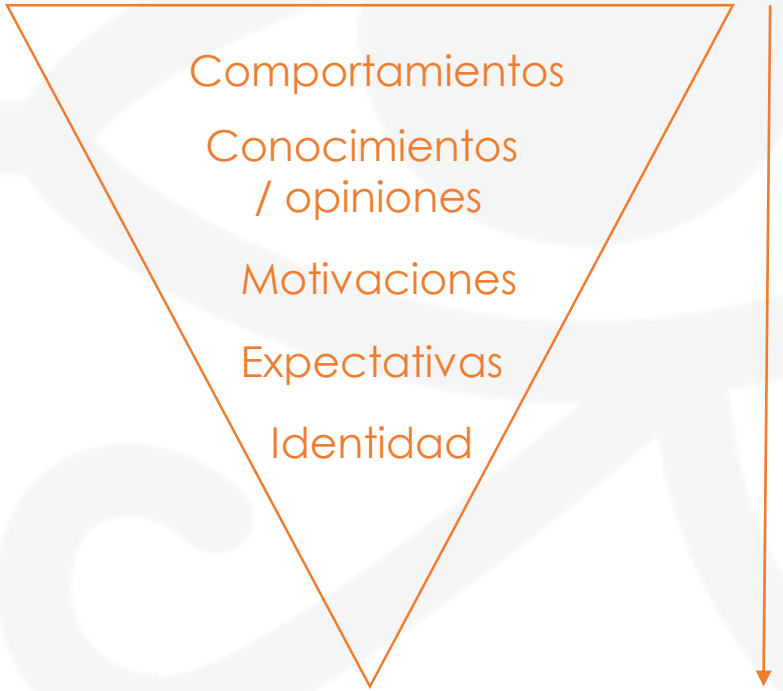
3. Estructuración del cuestionario (1/2)

- Es importante definir primero la **estructura general** de la encuesta antes de escribir las preguntas.
- Recordatorio: la estructura del cuestionario se basa en el **campo de investigación** definido previamente.
- En cuanto a la secuenciación, partimos de los elementos que son **más fáciles de registrar** (comportamientos) para avanzar hacia **información más fina** (motivos y expectativas) o más delicada (cuestiones de identidad).
- *Excepcionalmente, las preguntas de identidad se pueden encontrar al comienzo de la encuesta si se utilizan como preguntas de filtro o cuotas.*

3. Estructuración del cuestionario (2/2)

La secuenciación generalmente sigue el siguiente plan:

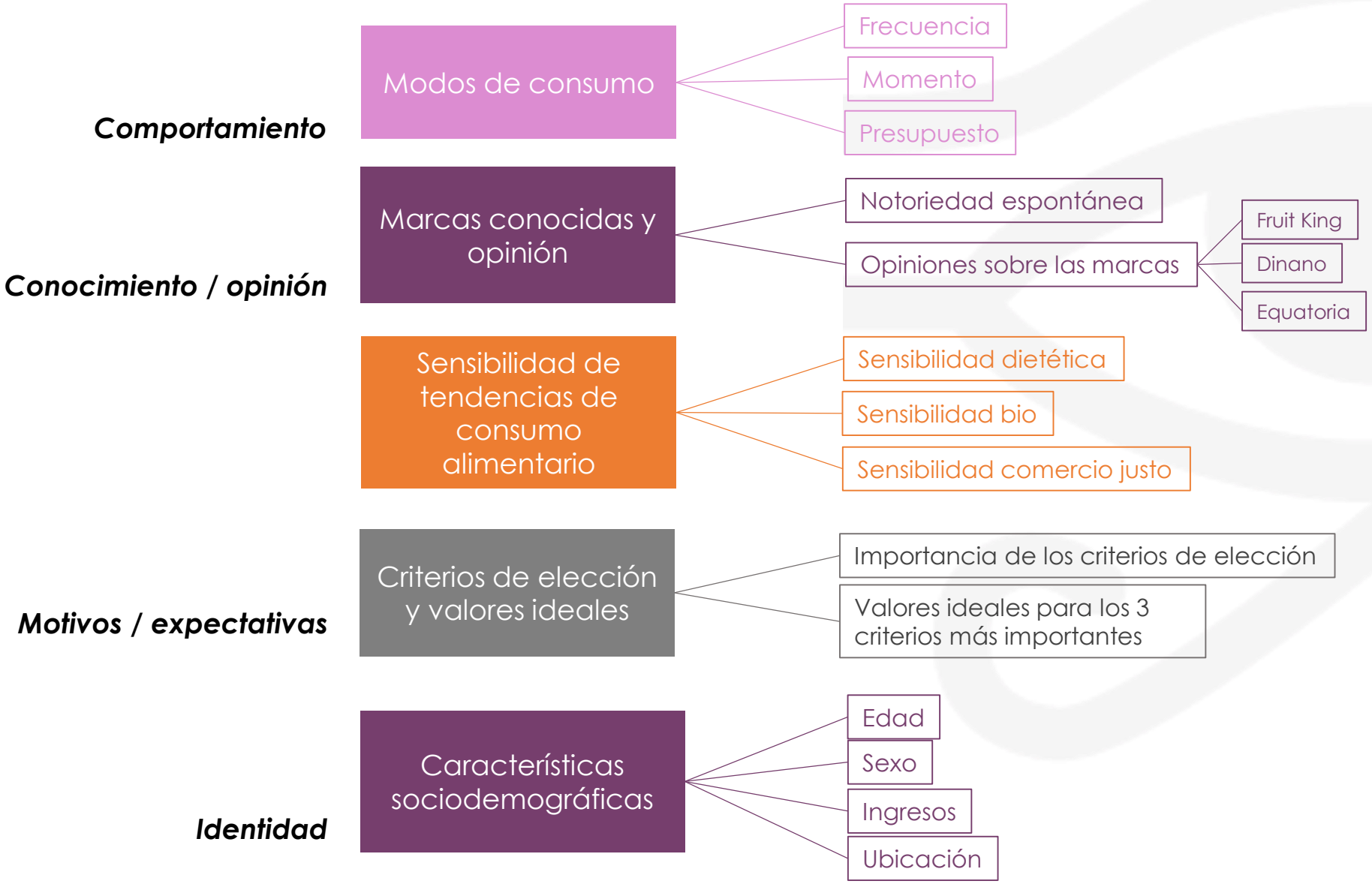
- **Comportamiento**s: qué hace, cuándo, dónde, cómo, cuánto, etc.
- **Conocimientos / opiniones**: qué sabe, qué piensa, está satisfecho, etc.
- **Razones:** por qué razones actúa o piensa así, etc.
- **Expectativas:** qué novedades, mejoras le gustaría, etc.
- **Identidad:** quién es



4. La encuesta como una arborescencia

- Para facilitar una estructura clara y lógica, el redactor puede utilizar una **estructura de árbol**, con el fin de representar las áreas principales de interrogación y las subáreas que se mencionarán.
- En el nivel superior, veremos los **temas** de cada pregunta que se hará.
- Se pueden utilizar varios programas de **software** para construir este tipo de representación, como Mind Manager o **Sphinx iQ2** (función de diagrama).

Arborescencia del cuestionario «zumo de naranja»



5. Saltos y condiciones de presentación

- Es importante pensar también en los posibles saltos del cuestionario, algunas preguntas o partes no deben hacerse a todo el mundo. Estos se definen mediante las condiciones de visualización y las referencias cruzadas.
- Una **condición de visualización** permite restringir la presentación de una pregunta a un perfil de encuestado determinado: *por ejemplo, personas que respondieron afirmativamente a la pregunta anterior, mujeres menores de 30 años, etc.*
- Un **salto** consiste en omitir parte del cuestionario en función de un perfil definido. *Las personas que declaren beber agua del grifo, por ejemplo, no tendrán que responder a la sección dedicada al agua mineral.*
- Las condiciones de visualización y los saltos se configuran en Sphinx cuando se diseña el cuestionario.

6. Recomendaciones prácticas

- Un cuestionario **demasiado largo** disuadirá al encuestado o generará respuestas de mala calidad.
- Ten en cuenta que una **docena de minutos** es un tiempo aceptable para dedicar la mayor cantidad posible a un cuestionario.
- Más allá de los 15 minutos, tienes que lidiar con un objetivo en particular, cautivo, motivado o pagado.
- En la autoadministración (papel, web, móvil), la estructura se puede visualizar mediante secciones o partes claramente indicadas.
- Demasiados **saltos y condiciones** implican una estructura demasiado compleja, donde el encuestado se perderá y desmotivará.

Conceptos clave

- **Campo de investigación**: perímetro que será cubierto por la investigación, una pregunta que debe hacerse.
- **Arborescencia del cuestionario**: representación visual del cuestionario que le permite comprender su estructura y secuencia.
- **Temas principales de una encuesta**: comportamientos, opiniones, motivos, identidad. Partimos de los elementos más sencillos de recopilar y que requieren menos reflexión por parte del encuestado: los comportamientos. Luego vienen las opiniones donde se pide a los entrevistados que opinen sobre sus experiencias vividas. En una 3ª parte, podemos cuestionar las motivaciones, necesidades y/o expectativas. Finalmente, registraremos toda la información sobre la identidad del encuestado.
- **Condición de salto y presentación**: configuración del cuestionario para que se presente una pregunta (o más) según un perfil de respuesta anterior. *Por ejemplo, si el encuestado declara un rango de edad de menos de 30 años, no responderá las preguntas 10 a 15.*

Ejercicio 1a - Fair Brand

Fair Brand *es una asociación con sede en los Países Bajos que trabaja para el desarrollo del comercio justo en Europa. Distribuye productos diseñados y fabricados en países emergentes en los mercados occidentales, mediante distribución masiva pero también en tiendas especializadas en su propio nombre.*

Te está contactando porque busca ubicar sus productos en España donde, por el momento, están casi ausentes. Pero antes de emprender cualquier acercamiento comercial con los distribuidores españoles, Fair Brand desea conocer la actitud de los consumidores españoles con el comercio justo.

Nos centraremos en nuestro objetivo principal en Europa, que está formado por hogares de entre 25 y 50 años, la mayoría viven en centros urbanos, con un nivel de educación bastante alto. Los primeros resultados disponibles en encuestas anteriores muestran que, en España, esta clientela es muy sensible al tema del comercio justo, pero rara vez se arriesga, comprando este tipo de producto (especialmente café) muy ocasionalmente.

Fair Brand te confía una encuesta para identificar los posibles obstáculos para la compra de productos de comercio justo en su objetivo potencial. Escribe el ***campo de investigación*** *y luego representa el cuestionario en forma de* ***estructura de árbol.***

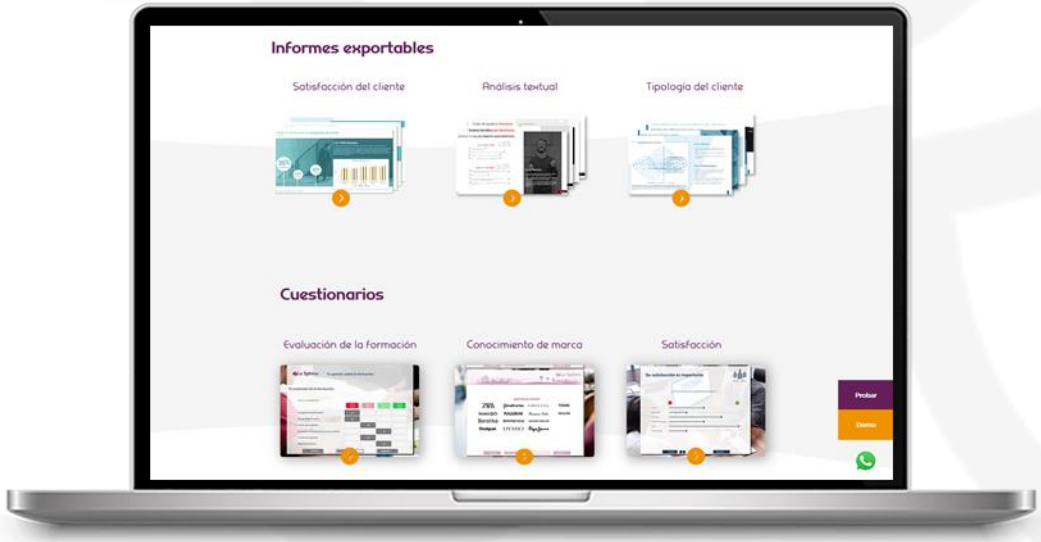
Más recursos

Tutoriales

www.lesphinx.es/videos

Ejemplos

www.lesphinx.es/ejemplos



Le Sphinx CAMPUS

Descargar una licencia

www.lesphinx.es/probar-gratis