

Clase 2

Redacción de preguntas



 **Le Sphinx**

CAMPUS

El pack Sphinx dedicado a la enseñanza de métodos y técnicas para encuestas

Objetivos

Objetivos metodológicos

- Identificar los diferentes formatos de preguntas
- Saber formular de forma pertinente las preguntas respetando las «reglas del arte»
- Adquirir el reflejo del pretest del cuestionario para validar/modificar su redacción
- Adaptar bien el formato de la pregunta a la información deseada en la encuesta = poder anticipar los análisis deseados al final de la encuesta.

Objetivos Sphinx

- Saber configurar todos los tipos de formatos de preguntas en el software
- Ser capaz de establecer diferentes opciones y condiciones de presentación
- Saber utilizar la biblioteca de preguntas
- Saber establecer un baremo

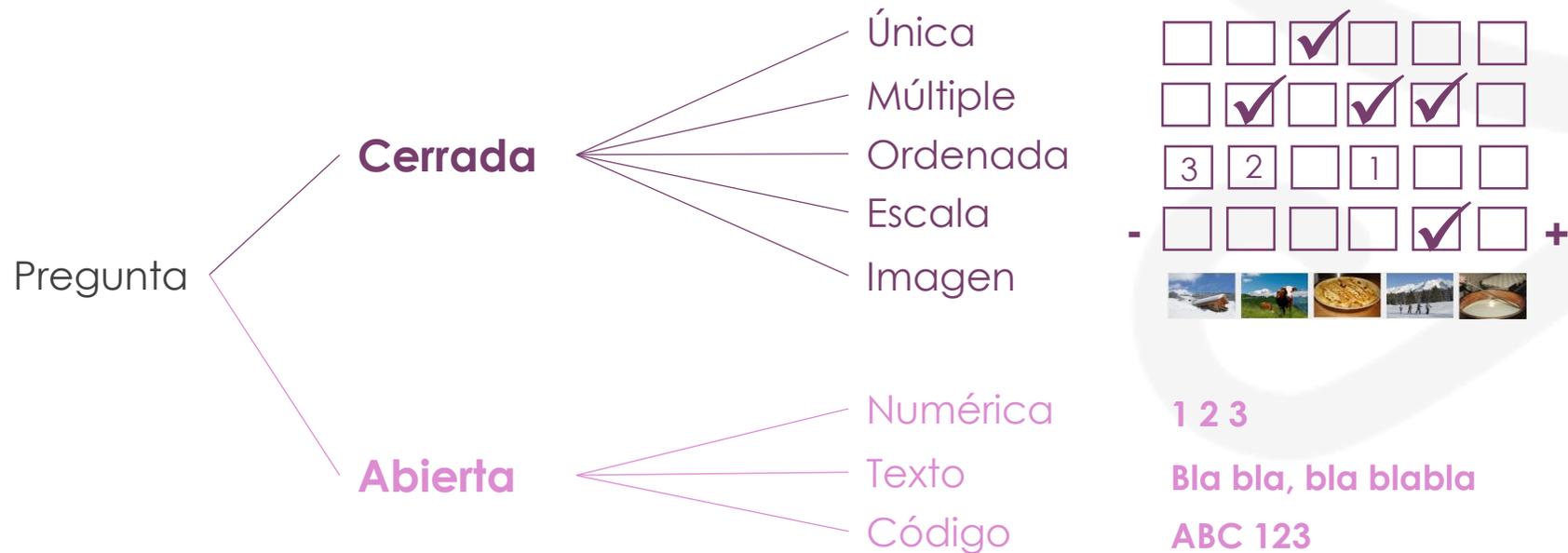
Tabla de contenidos

1. Diferentes formatos de pregunta
2. Principales reglas de formulación de preguntas
3. Pretest del cuestionario

1. Diferentes formatos de pregunta

- Las preguntas
 - son **cerradas** cuando se proponen modalidades de respuesta
 - son **abiertas** cuando la respuesta es libre

- Los diferentes formatos de pregunta cerrada o abierta se resumen de esta manera:



1. 1 Preguntas cerradas

Tipo	Principio	Ejemplo																				
Cerrada única	Una pregunta cerrada con respuesta única supone que la persona interrogada solo podrá seleccionar una opción de la lista propuesta.	De esta lista, selecciona tu zumo favorito: 1. Naranja ; 2. Uva ; 3. Manzana ; 4. Pera ; 5. Frutas tropicales																				
Cerrada múltiple	En este caso, se propone una lista de modalidades y el encuestado puede seleccionar varias opciones. Si se establece un número exacto o máximo esperado, hay que indicarlo en el título de la pregunta.	De esta lista, selecciona tus 3 zumos favoritos: 1. Naranja ; 2. Uva ; 3. Manzana ; 4. Pera ; 5. Frutas tropicales																				
Cerrada ordenada	Se trata de una pregunta cerrada múltiple donde se pide al encuestado clasificar las modalidades que escoge. Se debe precisar en el título de la pregunta.	De esta lista, clasifica tus 3 zumos favoritos: 1. Naranja ; 2. Uva ; 3. Manzana ; 4. Pera ; 5. Frutas tropicales																				
Cerrada escala	Una pregunta cerrada con respuesta única puede ser de tipo «escala» con modalidades crecientes o decrecientes. Una escala implica una noción de intensidad y puede servir para medir la satisfacción, una afinación, importancia o una frecuencia. Se suele utilizar en forma de tabla con varias preguntas de escala.	Indica la satisfacción de los siguientes puntos en relación con el zumo que te has bebido esta mañana <table border="1" data-bbox="1694 796 2221 982"> <thead> <tr> <th></th> <th>Totalmente insatisfecho</th> <th>Insatisfecho</th> <th>Satisfecho</th> <th>Totalmente satisfecho</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Sabor</td> <td><input type="radio"/></td> <td><input type="radio"/></td> <td><input type="radio"/></td> <td><input type="radio"/></td> </tr> <tr> <td>Precio</td> <td><input type="radio"/></td> <td><input type="radio"/></td> <td><input type="radio"/></td> <td><input type="radio"/></td> </tr> <tr> <td>Calidad</td> <td><input type="radio"/></td> <td><input type="radio"/></td> <td><input type="radio"/></td> <td><input type="radio"/></td> </tr> </tbody> </table>		Totalmente insatisfecho	Insatisfecho	Satisfecho	Totalmente satisfecho	Sabor	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Precio	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Calidad	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	Totalmente insatisfecho	Insatisfecho	Satisfecho	Totalmente satisfecho																		
Sabor	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>																		
Precio	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>																		
Calidad	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>																		
Cerrada imagen	Este tipo de pregunta permite al encuestado elegir una o varias imágenes de un conjunto.	Cuál de estas imágenes te recuerda más a un zumo de naranja 																				

1.3 Baremos

- Con los baremos, para las preguntas cerradas, se asocian pesos a diferentes categorías de respuesta.
- Los baremos permiten calcular puntuaciones.
- Usamos los baremos para preguntas de opción múltiple o cuestionarios de evaluación: atribuimos 1 punto por respuesta correcta y -1 punto por respuesta incorrecta.
- También se movilizan para transponer las escalas en puntuaciones de 10 o de 20, por ejemplo, asignando 0 a "totalmente en desacuerdo", 3 a "bastante en desacuerdo", 7 a "bastante de acuerdo" y 10 a "totalmente de acuerdo".

Cómo valoras los siguientes puntos

Tiempo

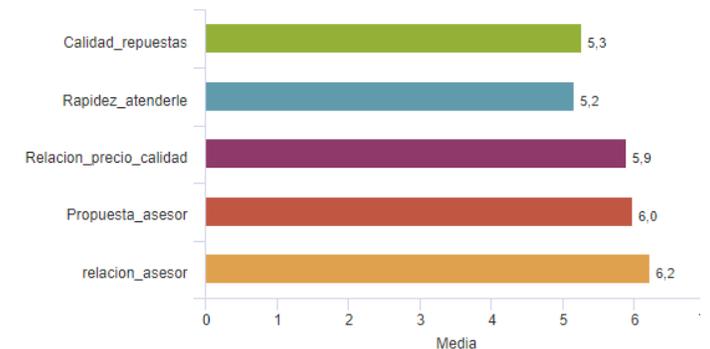
Precio

Calidad

OPCIONES DE RESPUESTA	PONDERACIÓN
Muy Insatisfecho	0
Insatisfecho	3
Ni satisfecho ni insatisfecho	5
Satisfecho	7
Muy Satisfecho	10

Más específicamente, ¿cómo evalúa los siguientes puntos?

	MUY INSATIS...	INSATIS...	NI SATISFE... NI INSATIS...	SATISFE...	MUY SATISFE...
Calidad_repuestas	18,7%	13,7%	16,9%	35,1%	15,6%
Rapidez_atenderle	18,6%	15,0%	19,1%	32,3%	14,9%
Relacion_precio_calidad	13,1%	13,9%	17,8%	31,2%	24,0%
Propuesta_asesor	9,7%	14,8%	19,0%	35,6%	20,9%
relacion_asesor	8,3%	13,6%	17,6%	37,2%	23,3%



1. 4 Preguntas abiertas

Principio	Ejemplo	Recomendaciones
Abierta numérica: respuesta libre en forma de número. Así podemos realizar operaciones específicas sobre estas variables: cálculos de media, mediana, desviación, suma, etc.	<i>¿Cuál es tu edad?</i>	Especifica la unidad y define límites mínimos y máximos en el software para evitar errores en la entrada de datos. Para preguntas delicadas, las preguntas numéricas también se pueden formular como preguntas de escala cerrada. A continuación, se proponen cortes o clases como métodos de respuesta: “¿Cuál es su edad? Menos de 18 años; 18-24 años; 25-34 años; 35-49 años; 50-64 años; 65 años o más”.
Abierta texto: no se ofrece ningún método de respuesta. Esperamos texto libre como respuesta.	<i>Cita tres adjetivos que asocies a la marca Coca-Cola</i>	No dudemos en introducir preguntas abiertas. Destacadas, en un número adecuado y bien formuladas, pueden producir resultados con un valor añadido muy elevado. Sin embargo, requieren un buen dominio de los métodos de procesamiento específicos de los datos textuales.

1.5 Tablas de preguntas (1/2)

- También nos referimos a ellas como «preguntas tabla».
- Una **tabla de preguntas** es un conjunto de preguntas sucesivas que comparten los mismos formatos y métodos de respuesta y que, por tanto, pueden presentarse en forma de tabla, para la recogida de las respuestas y también la presentación de los resultados.
- Estas tablas sintéticas facilitan la recopilación de respuestas y la presentación de resultados.

1.5 Tablas de preguntas (2/2)

- Podemos encontrar **tablas de preguntas escala**:
- También tablas de **preguntas cerradas únicas**:
- O tablas de **preguntas abiertas numéricas**:

Cómo valoras los siguientes puntos

	Muy Satisfecho	Satisfecho	Ni satisfecho ni insatisfecho	Insatisfecho	Muy Insatisfecho
Tiempo	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Precio	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Calidad	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

¿Cuál prefieres?

	Rojo	Azul	Verde	Amarillo	Morado
Color preferido	<input type="text"/>				
Color que te recuerda a la felicidad	<input type="text"/>				
Color que te recuerda a la tristeza	<input type="text"/>				

¿Cuántos tienes?

Par de zapatos	<input type="text"/>
Pantalones	<input type="text"/>
Camisas	<input type="text"/>

2. Principales reglas de formulación de preguntas

- **Conciso:** cuanto más larga es una pregunta, más compleja es de entender.
- **Sencillez:** utiliza el vocabulario del encuestado, sin jergas.
- **Unicidad:** solo una variable por pregunta, sin "y" ni "o" en las etiquetas.
- **Precisión:** evitar palabras que puedan dar lugar a varias interpretaciones (en lugar de "a menudo" o "a veces", es preferible "cuántas veces a la semana", por ejemplo).
- **Neutralidad:** no orientes la pregunta.
- **Variedad:** alternar preguntas cerradas, escalas, preguntas abiertas, imágenes, para estimular la atención del entrevistado.

→ para comprobar que se respetan estas normas, realiza un **pretest** del cuestionario

3. Intentar anticipar los análisis que realizaremos

- El formato de las preguntas también determinará al final del proyecto el tipo de análisis que se puede realizar y el tipo de resultados que podemos obtener.
- Por tanto, es necesario **considerar** - desde la redacción del cuestionario - el formato de los resultados deseados para configurar adecuadamente las preguntas.
- Si, por ejemplo, queremos obtener gastos medios precisos para compararlos con datos estadísticos externos, será necesario configurar la variable "Gastos" como numérica abierta y no como escala cerrada con tramos de gasto.
- De manera más general, si queremos realizar análisis estadísticos que requieran variables numéricas, debemos anticiparlo en el cuestionario y prever las correspondientes preguntas numéricas abiertas o de escala cerrada.
- Para ser eficaz en este tema, lo ideal sería que redacte un informe de **estudio "de prueba"**, basado en los datos recopilados en el **pretest**. De esta forma podemos comprobar que el cuestionario coincide bien con los resultados deseados.

4. Pretest del cuestionario

- Finalmente, una vez redactado el cuestionario, la mejor forma de valorar su calidad es realizar una **prueba a gran escala**.
- Cuando el tiempo y el presupuesto lo permitan, es fundamental probar previamente el cuestionario. Esta prueba está organizada en una muestra de **15 a 30 encuestados**, en condiciones reales.
- Al final del cuestionario, se pregunta a los entrevistados sobre su percepción del mismo: duración, claridad de las preguntas, etc.
- Para los estudios asistidos (telefónicos o presenciales), se organiza un *debriefing* con los entrevistadores para recoger sus impresiones sobre la realización de las entrevistas.
- También es importante planear analizar estos datos y redactar un informe de prueba, para verificar que el cuestionario coincide con los resultados deseados.
- Los resultados de la prueba previa conducen a la redacción de la versión final del cuestionario.

Conceptos clave

- **Pregunta cerrada:** ofrece métodos de respuesta predefinidos al encuestado. Puede ser de respuesta única o múltiple. Se pueden solicitar o no varias respuestas.
- **Pregunta abierta:** no ofrece ningún método de respuesta al encuestado. La respuesta es gratis. Puede ser principalmente numérica, textual o codificada (INSEE o código postal, por ejemplo).
- **Pregunta de escala:** una pregunta cerrada con una sola respuesta puede ser del tipo “escala”, con modalidades crecientes o decrecientes. Una escala implica una noción de intensidad y se puede utilizar en una encuesta para medir satisfacción, acuerdo, importancia o frecuencia, por ejemplo.
- **Tabla de preguntas (o pregunta de tabla):** conjunto de preguntas sucesivas que comparten los mismos métodos de respuesta y que pueden presentarse en forma de tabla.
- **Baremos:** puntos asociados a las diferentes categorías de posibles respuestas. Permite calcular puntuaciones.
- **Pretest del cuestionario:** fase de prueba realizada sobre una primera versión del cuestionario, que permite al final del mismo identificar posibles problemas de comprensión, de modalidades que faltan o de mal formato de las preguntas. Se lleva a cabo en unas pocas decenas de encuestados y también valida el plan de conteo.

Ejercicios

Ejercicio 2a - Crea un cuestionario sobre consumo de chocolate en Sphinx que incluya, en el orden que quieras: una pregunta cerrada única; una pregunta cerrada múltiple; una pregunta cerrada ordenada; una tabla de cuatro preguntas cerradas de escala; una pregunta abierta numérica; una pregunta abierta de texto abierto y una pregunta abierta de código, para las cuales inventarás las formulaciones.

Ejercicio 2b - Las siguientes preguntas provienen de una encuesta ficticia destinada a obtener la opinión de los españoles sobre la campaña electoral presidencial de 2018. Critica su redacción. ¿Qué principio(s) de redacción, descritos en la clase, no se siguen? Sugiere una mejor redacción de estas preguntas.

1. ¿Estimas que es normal que las cadenas de TV otorguen tan poco espacio a las siguientes personalidades que hace que no sea seguro que obtengan los votos necesarios para ser elegidos?

	Es normal	No es normal	Sin opinión
Fulanito			
Menganito			
Pepito			

2. Según tú, ¿Fulanito es responsable del resultado de las acciones del partido desde que están en el poder?
Sí; No; Sin opinión

3. Entre los tres Primeros Ministros de Fulanito, según tú ¿cuál es el que más lógico ha sido con la situación española?
A; B; C; Sin opinión

4. ¿Crees que las cifras de desempleo están reflejando una bajada que se corresponde con la realidad?
Sí; No; Sin opinión

Ejercicio 2c – Pretest de Fair Brand

Describe cómo organizarías la prueba preliminar del cuestionario "Fair brand" mencionado en la clase 1.

Más recursos

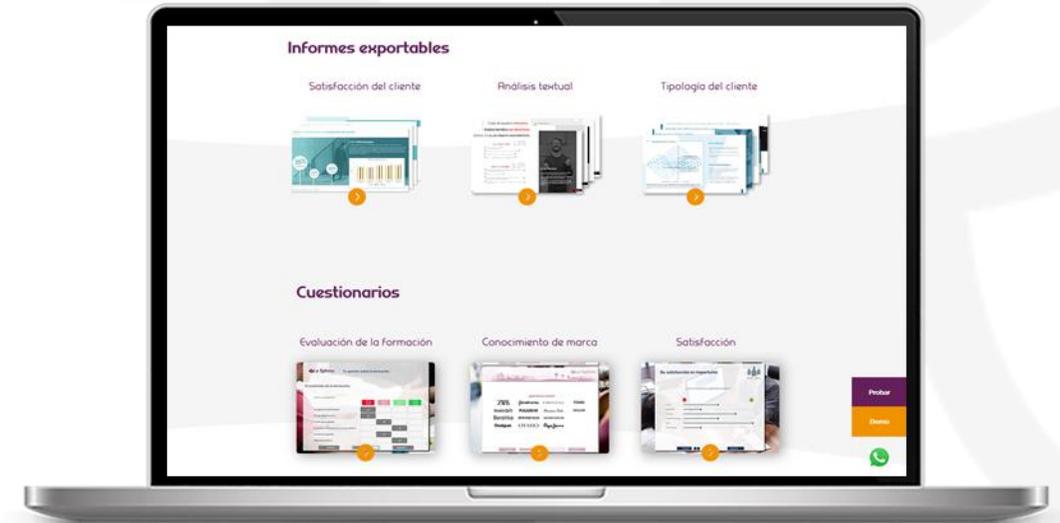
Tutoriales

www.lesphinx.es/videos



Ejemplos

www.lesphinx.es/ejemplos



Descargar una licencia

www.lesphinx.es/probar-gratis

