

1. Establece los objetivos

Este es el paso más importante de tu diseño de investigación de una encuesta y puede hacer que tu investigación sea un éxito o un fracaso. Cada elemento de la encuesta debe hacer referencia a este diseño. De lo contrario, será fatalmente defectuosa.

Si la investigación es demasiado amplia, tendrás que hacer demasiadas preguntas y no lograrás investigar el tema lo suficientemente bien.

2. Investiga y determina tu grupo de muestra

Este es el siguiente paso decisivo en la determinación de tu encuesta y depende de muchos factores.

El primero es la precisión. Deseas tratar de entrevistar a la más amplia base posible de personas. La cantidad no siempre es la respuesta. Si estuvieras investigando sobre un detergente, por ejemplo, querrías orientar tus preguntas hacia los que realmente utilizan este tipo de productos.

3. Emplea una metodología

¿Cómo te aseguras que tu cuestionario llegue al grupo objetivo? Existen muchas maneras de llegar a la gente, aunque todas tienen ventajas y desventajas.

En el caso de tu proyecto para realizar una encuesta, nos concentraremos sólo en los métodos que probablemente utilizarás, por ejemplo

- **Cara a Cara**

Este probablemente sea el método más tradicional de diseño de investigación de una encuesta. Puede ser muy preciso. Te permite seleccionar quién será el destinatario de tus preguntas y podrás explicarle lo que no entienda.

Asimismo, podrás determinar quién te está haciendo perder el tiempo o te está dando respuestas inservibles.

- **Correo**

Esta es una buena manera de apuntar a un determinado sector de la población y es excelente si necesitas hacer preguntas personales o potencialmente vergonzosas.

El problema que tiene este método es que no sabrás cuántas respuestas tendrás hasta que haya transcurrido un largo período de tiempo.

También debes tener cuidado con los datos personales. La mayoría de los países tiene leyes sobre la cantidad de información que puedes recolectar sobre las personas, por lo que es aconsejable consultar con alguien que entienda del tema.

4. Estructura y diseño el cuestionario

El diseño del cuestionario depende en gran medida del tipo de encuesta y del público objetivo.

Si realizas las preguntas personalmente, es fácil explicar si la gente no está segura de una pregunta. Por otro lado, si tu cuestionario va a incluir muchas preguntas personales entonces es preferible optar por los métodos de correo (pero podrían violar la legislación local).

Tu cuestionario debe ser lo más breve posible. La gente se negará a llenar un cuestionario largo o se aburrirá antes de terminarlo.

5. Tipos de preguntas

Las preguntas de opción múltiple permiten muchas respuestas diferentes, entre ellas no sé, para ser evaluadas. La principal ventaja de este tipo de preguntas es que el formulario es fácil de completar y las respuestas pueden ser verificadas con facilidad y cuantitativamente. Es útil para grupos de muestra grandes.

La calificación, en alguna escala, es una forma probada de estructura de preguntas. Es muy útil cuando deseas ser un poco más abierto que en el caso de preguntas de opción múltiple, aunque se hace un poco más difícil analizar las respuestas. Es importante que te asegures de que la escala permita opiniones extremas.

El orden en el que se hacen las preguntas es importante. Trata de comenzar con las preguntas más relevantes. Asimismo, las preguntas amistosas y no intimidatorias hacen que el entrevistado se sienta cómodo. Las preguntas deben ser sencillas y directas, con un lenguaje cotidiano en lugar de una gramática perfecta.

Intenta agrupar las preguntas que tengan temas similares. Esto hace que las personas respondan con mayor rapidez y facilidad.

Algunos investigadores prefieren mezclar y aleatorizar las preguntas para lograr mayor precisión, pero este enfoque suele ser más apropiado para investigaciones de mercado avanzadas. Para este tipo de encuestas, el investigador está tratando de disfrazar la naturaleza de la investigación y filtrar ideas preconcebidas.

Asimismo, realizar una encuesta de prueba es una buena idea. Pídele a un pequeño grupo de personas que te brinde una opinión sincera y honesta para que puedas realizar los ajustes necesarios.

No incluyes demasiada información, entonces puede ser mejor ofrecer preguntas de opción múltiple o de calificación para hacerlo más fácil.

Como nota:

Es cortés, especialmente en los cuestionarios enviados por correo, enviar una breve nota explicando lo que estás haciendo y cómo tiene que devolverte la encuesta la persona.

Debes presentarte, explicar por qué estás realizando la investigación, qué sucederá con los resultados y a quién contactar si el sujeto tiene dudas.

6. Análisis de tus resultados

En el caso de preguntas de opción múltiple, se trata de contar las respuestas a cada pregunta y utilizar estadísticas para "hacer las cuentas" y probar la relevancia.

Las preguntas de calificación requieren un poco más de trabajo pero en líneas generales siguen el mismo principio.

En el caso de las preguntas de opinión, debes elaborar alguna manera de juzgar numéricamente las respuestas.

El siguiente paso es idear qué prueba estadística utilizarás y comenzar a introducir algunos números para juzgar la relevancia de tu información.

7. Conclusiones

Aquí es donde debes analizar los resultados. Sé autocrítico, ya sea que los resultados muestren o no lo que esperabas. Toda encuesta tiene defectos en su método, por lo tanto, es una buena idea mostrar que eres consciente de ellos.

Mientras que te hayas justificado y hayas reconocido tus propias deficiencias, tus resultados serán relevantes y deberías obtener un buen resultado.