



Guía de SurveyMonkey para escribir preguntas de encuestas como un profesional

No siga buscando consejos, trucos y prácticas recomendadas para escribir encuestas

Índice

Introducción -----	3
¿Por qué hacer encuestas? -----	3
¿Por qué es necesario contar con una guía para escribir preguntas? -----	3
Cómo comenzar -----	4
Planifique su encuesta -----	4
Definir un objetivo -----	4
Formúlese las grandes preguntas -----	4
Defina las preguntas de la investigación -----	5
Limite el enfoque -----	6
Qué se debe hacer y qué no se debe hacer al escribir preguntas -----	8
Tenga en cuenta a los encuestados -----	8
Sea claro-----	8
Manténgalo a nivel personal -----	9
Indicar un período de tiempo -----	10
Escribir preguntas imparciales-----	11
Distintos tipos de preguntas y respuestas ---	13
Preguntas cerradas versus preguntas abiertas-----	13
Intente limitarlas a una selección-----	14
Preguntas unipolares versus bipolares -----	15
Sea cauto a la hora de usar preguntas sí/no-----	16

Medir “cuánto” -----	17
Preste atención a los rangos -----	18
Tenga en cuenta todas las opciones -----	19
Flujo y prácticas recomendadas -----	20
Exigiendo respuestas para todas las preguntas -----	20
Distribuya las opciones de respuesta al azar cuando sea posible o relevante -----	20
Utilice un flujo natural de preguntas -----	20
Flujo y prácticas recomendadas -----	21
¡Cuanto más corto, mejor! -----	21
Asegúrese de que las personas adecuadas respondan la encuesta -----	21
Flujo y prácticas recomendadas -----	22
Si es posible, incluya títulos -----	22
Use saltos de página (y los marcadores de millas) de vez en cuando.-----	22
Limite las preguntas de matriz/cuadrícula -----	22
Índice de términos y recursos -----	23

Si desea obtener más información sobre algún tema en particular, visite la última página del “[Índice de términos y recursos](#)”: allí encontrará enlaces a artículos en los que se explican los conceptos mencionados en esta guía.

Introducción

¿Por qué hacer encuestas?

Piense en algunas de las decisiones que tomó durante la última semana. Seguramente, para decidir qué almorzar ayer no tuvo que pensar demasiado. Pero... ¿qué habría sucedido si el almuerzo hubiera sido para 20 personas y necesitara satisfacer las preferencias, las restricciones alimenticias y los horarios de todos?

Las encuestas son maravillosas porque las puede usar para casi todo, como la planificación de un evento o la recopilación de comentarios por parte de clientes, consumidores, vecinos, alumnos, pacientes y casi todo lo que pueda imaginar. Y todas las decisiones (desde qué almorzar hasta qué hacer para [administrar la imagen de la marca](#)) pueden tomarse de manera informada si pide la opinión de los demás

Y todas las decisiones (desde qué almorzar hasta qué hacer para [administrar la imagen de la marca](#)) pueden tomarse de manera informada si pide la opinión de los demás.

¿Por qué es necesario contar con una guía para escribir preguntas?

En SurveyMonkey no nos limitamos a darle las herramientas necesarias para crear una encuesta. También queremos ayudarlo a usarlas de forma tal que pueda obtener los datos confiables que necesita para tomar decisiones, ya sean grandes o pequeñas.

Crear y enviar una encuesta (así como analizar e informar los resultados) no es simplemente una tarea: se trata de todo un camino. Esta guía para escribir preguntas lo ayuda a recorrer una parte de ese camino. Por ejemplo, desde definir el objetivo de la encuesta hasta redactar preguntas de encuestas que arrojen datos en los que puede confiar. Además, por las dudas, incluimos algunas de las prácticas recomendadas para el diseño de encuestas.

Para acceder a la lista completa de artículos sobre cómo crear encuestas de principio a fin, [visite nuestro centro de recursos de encuestas 101](#).

▶ Cómo comenzar

Planifique su encuesta

Si bien los ejemplos de preguntas de encuestas incluidos en esta guía tratan distintos temas, echemos un vistazo a una de las situaciones, en la cual usted es dueño de una heladería y quiere recopilar comentarios de los clientes que lo ayudarán a obtener información sobre la forma en que usted administra el negocio.

Hay muchas preguntas para formular a los clientes. ¿Quiere recibir comentarios sobre la calidad del helado? ¿Quiere saber cuán satisfechos están los clientes con su personal? ¿Y qué podemos decir sobre la limpieza de la tienda? Como puede ver, hay mucho por averiguar y, seguramente, querrá formular las preguntas adecuadas. Entonces, ¿por dónde debe empezar?

Definir un objetivo

Antes de comenzar a formular preguntas específicas, es una buena idea definir un objetivo para la encuesta. ¿Qué quiere saber? ¿Por qué? Como dueño de una heladería, el objetivo de la encuesta sería algo así:

Su objetivo: Obtener comentarios de los clientes para evaluar las fortalezas y debilidades de la tienda; así, podrá brindarles a sus clientes una mejor experiencia.

Asegúrese de tener en cuenta su objetivo mientras escribe las preguntas de la encuesta. De esta manera, no se apartará de la finalidad de la encuesta y se asegura de que cada una de las preguntas contribuye a lograr el objetivo.

Formúlese las grandes preguntas

Una vez que sepa por qué quiere crear la encuesta, formúlese estas preguntas de alto nivel que lo ayudarán a definir qué preguntas realizar en la encuesta:

¿Cuáles son las preguntas que quiero responder? ¿Qué quiero saber?

¿Quién es mi población objetivo, es decir, quiénes deberían responder mi encuesta? ¿Qué grupos demográficos quiero buscar en mi conjunto de encuestados?

Si aplica estas preguntas a la encuesta sobre su heladería, tal vez reciba este tipo de respuestas:

Qué: ¿Las personas disfrutaron de su experiencia en mi heladería en general? Específicamente, ¿qué les gusta? ¿Qué no les gusta? ¿Desean hacerme recomendaciones para mejorar mi tienda?

Quién: Quiero enviar mi encuesta a clientes que visitaron mi tienda. Esta población puede dividirse en algunos grupos demográficos: clientes por primera vez, clientes por única vez y clientes recurrentes.

▶ Cómo comenzar

Defina las preguntas de la investigación

Ahora, utilice las respuestas dadas a sus preguntas de primer nivel para escribir las preguntas de la investigación:

Pregunta de primer nivel	Pregunta(s) de la investigación
¿Qué quiero saber?	<ul style="list-style-type: none">• En general, ¿cómo califican los clientes a mi heladería?• ¿Qué partes/aspectos de mi heladería les gustan más a los clientes?• ¿Qué partes/aspectos de mi heladería deben mejorarse?
¿Quién es mi población objetivo?	<ul style="list-style-type: none">• ¿De qué manera las respuestas asignadas a las preguntas de arriba varían entre clientes recurrentes, clientes por primera vez y clientes por única vez (es decir, aquellos que piensan que no volverán a visitar la tienda).

Tenga en cuenta estas preguntas: son muy generales para formular en la encuesta, pero lo ayudarán a escribir preguntas de la encuesta que cubran temas específicos.

▶ Cómo comenzar

Limite el enfoque

A continuación, extraiga temas de las preguntas de la investigación y divídalas en subtemas:

Pregunta de la investigación	Tema(s)	Subtema(s)
En general, ¿cómo califican los clientes a mi heladería?	Calificación general	Satisfacción
¿Qué partes/aspectos de mi heladería les gustan más a los clientes? ¿Qué debe mejorarse?	Partes/aspectos de la tienda que les gustan a los clientes/o deben mejorarse	Selección de sabores Calidad del helado Servicio Ubicación Limpieza Ambientación Precio Disponibilidad
¿De qué manera las respuestas a las preguntas de arriba varían entre los distintos grupos demográficos de clientes?	Quiénes visitaron mi tienda	Clientes por primera vez Clientes recurrentes Clientes por única vez

► Cómo comenzar

Ahora, puede usar los subtemas para escribir las preguntas de la encuesta. Recuerde: Estas preguntas no son definitivas. Crear una lista de estas preguntas solo lo ayuda a organizarse y enfocarse;

así, se asegura de recopilar la evidencia necesaria para alcanzar su objetivo. A continuación, se mencionan algunos ejemplos de preguntas de encuestas:

Subtema(s)	Pregunta(s) de la encuesta
Satisfacción	En general, ¿cuán satisfecho está con nuestra heladería?
Calidad del helado	En general, ¿cómo calificaría la calidad de nuestro helado?
Servicio	¿Le resultó amable el personal de nuestra heladería o no?
Clientes por primera vez	¿Cuán probable es que vuelva a visitar nuestra heladería?



Sugerencia profesional: Banco de preguntas

¿Tiene problemas para escribir las preguntas? Utilice el [Banco de preguntas](#) de SurveyMonkey para elegir entre cientos de preguntas previamente escritas, certificadas por expertos.

¿Qué se debe hacer y qué no se debe hacer al escribir preguntas

Tenga en cuenta a los encuestados

Una vez definidos el objetivo y la lista de preguntas que quiere formular, debería asegurarse de que sean apropiadas para el *quién* de la encuesta; es decir, las personas que van a responderla. Cuando sepa quién va a responder la encuesta, puede escribirla utilizando lenguaje, ejemplos y definiciones que se ajusten al conocimiento y a las necesidades de su población.

✓ Sugerencia profesional: Hable en el lenguaje de los encuestados

En líneas generales, debería tratar de escribir las preguntas en un lenguaje fácilmente comprensible. Además, piense qué supone que los encuestados ya saben. ¿Tiene conocimiento sobre ciertos eventos, términos y problemas? Cuanto más se enfoque en escribir buenas preguntas, y no en explicarlas, mejor.

Independientemente de quién responda la encuesta, utilice lenguaje claro, conciso y sencillo.

Sea claro

Independientemente de quién vaya a responder la encuesta, utilice lenguaje claro, conciso y sencillo, y evite los acrónimos, los términos técnicos o la jerga, ya que pueden confundir a los encuestados. Además, en caso de que necesite incluir términos o conceptos complejos, asegúrese de proporcionar definiciones o ejemplos. De esta manera, estará seguro de que casi todos responderán las preguntas con facilidad y que, probablemente, terminarán la encuesta.

⊗ **Evite:** ¿Tiene una tablet PC?

✓ **Use:** ¿Tiene una tablet PC? (p. ej., iPad, tableta Android)

⊗ **Evite:** ¿Qué opina sobre el nivel de limpieza de la habitación?

✓ **Use:** ¿Cuán limpia estaba la habitación?

¿Qué se debe hacer y qué no se debe hacer al escribir preguntas

Manténgalo a nivel personal

Responder las preguntas de la encuesta puede dar un poco de miedo. Los encuestados pueden sentirse intimidados por la encuesta si creen que no están calificados para responder las preguntas, o tal vez no se sientan cómodos al compartir sus verdaderas opiniones.

Si quiere que las personas se sientan cómodas al compartir opiniones, independientemente de su experiencia o creencias, hágalas sentir cómodas utilizando el tono adecuado. Utilice frases como: “cree que”, “siente que” y “en su opinión” para que los encuestados sientan que se los está escuchando y no que la encuesta es un interrogatorio. Esto los ayudará a compartir sus opiniones sin sentir que están adoptando una postura o arriesgándose a equivocarse.

❌ **Evite:** El precio de nuestro helado, ¿le resultó muy alto, muy bajo o correcto?

✅ **Use** ¿Cree que el precio de nuestro helado es muy alto, muy bajo o correcto?

❌ **Evite:** ¿Qué sabores de helados debería ofrecer nuestro negocio?

✅ **Use** En su opinión, ¿qué sabores de helados debería ofrecer nuestro negocio?

Sugerencia profesional: Preguntas confidenciales

Al formular preguntas potencialmente confidenciales como “¿Alguna vez hizo trampa en un examen?”, asegúrese de garantizarles a los encuestados que sus respuestas serán totalmente confidenciales. Resulta útil dejarlo en claro en la presentación de la encuesta. También podría ayudar señalar que tendrán mucha compañía,

hayan tenido o no el comportamiento en cuestión. Le mostramos un ejemplo: “Al hablar con la gente sobre hacer trampa en los exámenes, descubrimos que, con frecuencia, hicieron trampa en los exámenes de la escuela porque estaban demasiado ocupados o cansados para estudiar. ¿Y usted? ¿Alguna vez hizo trampa en un examen?”

¿Qué se debe hacer y qué no se debe hacer al escribir preguntas

Indicar un período de tiempo

¿Cuántas horas de televisión mira?

Mmm... ¿cuándo? ¿Por día? ¿Por semana? Para que estimar sea más fácil, proporcioneles a los encuestados un tiempo. Sus respuestas serán mejor informadas y los datos serán mucho mejores también.

❌ **Evite:** ¿Cuánto suele gastar en productos de almacén?

✅ **Use:** La última semana, ¿cuánto gastó aproximadamente en productos de almacén?

Además, utilice un período de tiempo para que a los encuestados les resulte más sencillo pensar una respuesta. Por ejemplo, si les preguntó cuánto gastaron en productos de almacén el último año, podría resultarles muy difícil darle una respuesta precisa si compran alimentos todas las semanas.

❌ **Evite:** El último año, ¿cuánto gastó aproximadamente en productos de almacén?

✅ **Use:** La última semana, ¿cuánto gastó aproximadamente en productos de almacén?

Si no tiene un período de tiempo específico en mente, comience las preguntas con las frases “En general”, “En líneas generales” o “Habitualmente” para asegurarse de que los encuestados piensen en su conducta en promedio. No obstante, tenga cuidado: a los encuestados puede resultarles más difícil responder estas preguntas generales, lo que puede conducir a resultados menos precisos.

✓ Sugerencia profesional: Período de tiempo

Incluya el período de tiempo adelante para hacer mayor énfasis y lograr un flujo gradual de preguntas. A continuación, se mencionan algunos ejemplos sobre cómo comenzar la pregunta con un período de tiempo específico:

- Ayer, usted...
- La semana pasada, usted...
- ¿Cuántas veces en los últimos 30 días usted...
- En los próximos 12 meses, ¿usted...


Qué se debe hacer y qué no se debe hacer al escribir preguntas

Escribir preguntas imparciales

¿Quiere obtener datos de alta calidad que representen cómo se sienten los encuestados en realidad? Continúe leyendo para ver cuáles son los cinco errores más comunes que pueden conducir a obtener resultados de baja calidad: preguntas sugerentes, tendenciosas, desequilibradas, compuestas y confusas.

1. CUIDADO: Preguntas sugerentes

Usted quiere que los encuestados tomen sus propias decisiones; por lo tanto, asegúrese de no estar “forzándolos” o ejerciendo influencia sobre sus respuestas con una pregunta sugerente. (Por pregunta sugerente se entiende aquella que implica que hay una sola respuesta “correcta”).


 **Evite:** ¿Considera que nuestro nuevo y excelente servicio de compras en línea le simplifica la vida?

 **Use:** ¿Qué opina sobre nuestro nuevo servicio de compras en línea?

2. CUIDADO: Preguntas tendenciosas

Asegúrese de que sus opiniones personales no se “escurran” en sus preguntas, ya que las preguntas subjetivas pueden influir en las respuestas de los encuestados, en particular si contienen lenguaje tendencioso que puede generar fuertes connotaciones o emociones en los encuestados.

 **Evite:** ¿Cuántas horas perdió mirando televisión la semana pasada?


 **Use:** ¿Cuántas horas dedicó a mirar televisión la semana pasada?


3. CUIDADO: Preguntas compuestas

Asegúrese de formular una sola pregunta a la vez. Mire esta pregunta:

¿Come comida saludable y hace ejercicio todos los días?

¿Qué sucede si el encuestado solo come comida no saludable pero hace ejercicio todos los días? ¿O si nunca hace ejercicio pero le encanta el repollo? ¿Responderían “sí” o “no”?

 **Evite:** ¿Come comida saludable y hace ejercicio todos los días?



 **Use:** En los últimos siete días, ¿cuántos días hizo ejercicio?
 En los últimos siete días, ¿cuántos días comió comida saludable?

¿Ve que también utilizamos un período de tiempo pertinente?

Qué se debe hacer y qué no se debe hacer al escribir preguntas

4. CUIDADO: Preguntas desequilibradas

Ayude a sus encuestados a sentirse cómodos a la hora de expresar sus opiniones mediante la inclusión de ambos aspectos de la pregunta.

 Evite:	¿Le gusta la espinaca?
 Use:	¿Le gusta la espinaca o no?



Sugerencia profesional: Preguntas equilibradas

En el ejemplo de arriba, la pregunta “¿Le gusta la espinaca o no?” es una pregunta *mínimamente equilibrada*, lo que significa que hemos hecho lo mínimo e indispensable para equilibrarla. Es posible aumentar el equilibrio sacrificando la concisión (algo bueno a la hora de escribir preguntas); para hacerlo, escriba una pregunta *formalmente equilibrada*: “¿Le gusta la espinaca o no le gusta la espinaca?”

5. CUIDADO: Preguntas demasiado amplias

Imagine que quiere que alguien responda la pregunta “¿Qué opina sobre nuestro periódico?” en una casilla de comentarios.

¿Sobre qué deberían escribir? ¿Sobre la precisión del informe? ¿Sobre las historias narradas? ¿Sobre el precio de suscripción al periódico? Si quiere obtener la información que está buscando, sea específico. Y, si quiere obtener información sobre varios temas específicos (p. ej., la precisión del informe, los temas tratados), escriba una pregunta para cada uno de ellos.

 Evite:	¿Qué opina sobre nuestro periódico?
 Use:	¿Cuán preciso considera que es el informe incluido en nuestro periódico?

Para obtener la información que pretende, sea específico al escribir las preguntas de la encuesta.

Distintos tipos de preguntas y respuestas

Preguntas cerradas versus preguntas abiertas

Cuando quiera obtener resultados simples de cuantificar, utilice *preguntas cerradas* en las que se les pida a los encuestados que elijan entre opciones de respuestas preestablecidas. Estas preguntas de múltiples opciones arrojan resultados en términos de porcentajes simples (p. ej., el 62 % de las mamás prefirió la marca X) y son más accionables y fáciles de compartir.

Ejemplo

¿Cuál fue la razón más importante por la cual le otorgó a nuestra heladería una baja calificación?

- Precio demasiado alto
- No me gustó el sabor del helado
- La ubicación no me resulta práctica
- El personal no es amable

Por el contrario, en las preguntas abiertas se les pide a los encuestados que respondan con sus propias palabras. Con estas preguntas, los encuestados son libres de expresarse y compartir respuestas más meditadas.

Ejemplo

¿Cuál fue la razón más importante por la cual le otorgó a nuestra heladería una baja calificación? (Escriba la respuesta en la casilla de abajo).



Sugerencia profesional: Análisis de texto

Siempre que sea posible, recomendamos utilizar preguntas cerradas ya que puede resultar difícil analizar y clasificar las respuestas de preguntas abiertas. Al mismo tiempo, ahora disponemos de una función de Análisis de texto que lo ayudará a aprovechar al máximo los comentarios abiertos (disponibles en los planes GOLD y PLATINUM).

Distintos tipos de preguntas y respuestas

Intente limitarlas a una selección

Al igual que las respuestas recopiladas de preguntas abiertas, las respuestas a las preguntas “Seleccione todas las que correspondan” pueden resultar difíciles de interpretar. Si alguien elige tres cosas, ¿todas tienen el mismo nivel de importancia? Si está en duda, mantenga enfocados a los encuestados (así los resultados serán más manejables) limitando el uso de preguntas en las que los encuestados deben marcar múltiples casillas. Tenga en cuenta que SurveyMonkey ofrece preguntas de múltiples opciones y otros 14 tipos de preguntas, en caso de que las necesite.

Use palabras, no números

“En una escala del 1 al 10, siendo 1 el peor helado que haya probado y 10, el mejor, ¿cuánto le gustó nuestro helado?”.

“Tres”.

Un momento... ¿qué significa “tres”? Las personas suelen pensar en palabras, no en números, por lo tanto, debería pedirles que expresen sus opiniones con escalas en las que se utilicen palabras.

Las escalas de valoración (también conocidas como escalas Likert) son conjuntos de respuestas metodológicas que contribuyen a medir la frecuencia, la intensidad, la cantidad, la calidad y la probabilidad de las actitudes y los comportamientos de los encuestados.

Ejemplo

¿Cuán probable es que vuelva a probar nuestros helados?

- Altamente probable
- Muy probable
- Moderadamente probable
- Algo probable
- Para nada probable

Por supuesto, podría usar una escala de valoración basada en un número del 1 (para nada probable) al 5 (extremadamente probable); no obstante, cuando pone las respuestas en palabras, reduce la ambigüedad entre lo que significa un 2 y lo que significa un 3 para el encuestado.

Para que los encuestados se mantengan enfocados, restrinja el uso de preguntas en las que deben marcar varias casillas.

Distintos tipos de preguntas y respuestas

Preguntas unipolares versus bipolares

¿Cuántas opciones de respuesta debería haber cuando se califica con palabras en lugar de números? Los expertos en metodología de encuestas han dedicado mucho tiempo a desarrollar las prácticas recomendadas. Para ahorrar tiempo y obtener buenos resultados, le indicamos lo que necesita saber:

Cuando escribe una pregunta *unipolar* en la que solo se le pide al encuestado que califique un atributo (como cuán agradable es algo o cuán cómodo o probable es), una escala de valoración estándar de 5 puntos arroja estimados confiables.

Ejemplo: Pregunta unipolar (5 puntos)

¿Cuán sabroso es nuestro helado de fresa?

- Extremadamente sabroso
- Muy sabroso
- Moderadamente sabroso
- Algo sabroso
- Para nada sabroso

Cuando formula una pregunta *bipolar*, le pide a alguien que describa la intensidad de sus sentimientos en función de dos dimensiones opuestas (como “gustar” o “no gustar”) de algo; es recomendable incluir una opción intermedia (“neutral”) y una, dos o tres opciones hacia arriba y hacia abajo. Si hay dos opciones hacia arriba y hacia abajo, sería una escala de 5 puntos (incluye la opción neutral). Y, si hay 3 opciones hacia arriba y hacia abajo, sería una escala de 7 puntos.

En una escala, no hay una cantidad única y superior de puntos (resulta más sencillo pensar en números impares); no obstante, si agrega muchos puntos a los encuestados puede resultarles más difícil tomar una decisión. Básicamente, debe analizar el nivel de detalle que puede comprender un encuestado y cuánto quiere poder analizar al finalizar.

Ejemplo: Pregunta bipolar (5 puntos)

¿Le gusta la selección de sabores de nuestra tienda, ni le gusta ni le disgusta, o le disgusta?

- Me gusta mucho
- Me gusta un poco
- Ni me gusta ni me disgusta
- Me disgusta un poco
- No me gusta para nada

Distintos tipos de preguntas y respuestas

Sea cauto a la hora de usar preguntas sí/no

¿Le gusta hacer ejercicio? ¿Sí o no? Probablemente, algunos días le gusta y otros días no se siente con la energía suficiente. Sin embargo, aquí solo puede elegir una respuesta. ¿Qué diría?

Al hacer que los encuestados elijan entre “sí” y “no”, les está pidiendo que piensen en términos absolutos. No es una buena opción si su objetivo real es comprender los grises. A veces, es mejor darles algo de espacio utilizando una escala de valoración de 5 o 7 puntos. Su encuesta será mucho más fácil de responder si las opciones no son tan tajantes para los encuestados.

⊘ **Evite:** ¿Volverá a nuestra heladería?

- Sí
- No

✔ **Use:** ¿Cuán probable es que vuelva a visitar nuestra heladería?

- Altamente probable
- Muy probable
- Moderadamente probable
- Algo probable
- Para nada probable



Sugerencia profesional: Respuestas Sí/No

Una opción de respuesta sí/no resulta adecuada cuando se mide algo absoluto. Por ejemplo, cuando se le pregunta a alguien si tiene un perro, no hay grises. Las respuestas sí/no pueden resultar útiles para calificar a los potenciales encuestados (ver página 21).

Distintos tipos de preguntas y respuestas

Medir “cuánto”

¿Quiere saber cuántos encuestados dedican su tiempo, dinero o energía a algo? Utilice una escala de 5 o 7 puntos con palabras cuando los encuestados tal vez no recuerden fácilmente números precisos; además, usted no necesita números exactos para su análisis.

Ejemplo (escala verbal)

¿Qué parte de su presupuesto para comidas dedica a comprar helado?

- Todo mi presupuesto para comidas
- La mayor parte de mi presupuesto para comidas
- Alrededor de la mitad de mi presupuesto para comidas
- Parte de mi presupuesto para comidas
- Nada de mi presupuesto para comidas

Sin embargo, si es posible que los encuestados respondan con precisión y esos detalles son importantes para alcanzar el objetivo de la encuesta (p. ej., quiere presentar números exactos), use intervalos numéricos. Esto es lo que queremos decir:

Ejemplo (intervalos numéricos)

¿Qué parte de su presupuesto para comidas dedica a comprar helado?

- 0-20%
- 21-40%
- 41-60%
- 61-80%
- 81-100%



Sugerencia profesional: Resultados acumulados

Si quiere presentar los resultados acumulados en forma de promedio, analice la posibilidad de que los encuestados ingresen un número exacto o porcentaje, no verbal ni escalas numéricas.

Distintos tipos de preguntas y respuestas

Preste atención a los rangos

Es importante que no incluya rangos superpuestos en las opciones de respuesta. Por ejemplo, echemos un vistazo a las preguntas de abajo. Cuando les proporcione rangos a los encuestados, bríndeles de 5 a 7 opciones, siendo 7 la cantidad máxima de opciones diferentes que la mayoría de las personas puede recordar a la vez. Además, intente que sus rangos sea aproximadamente del mismo tamaño.

 **Evite:** En un día típico, ¿cuánto tiempo pasa mirando televisión?

- 1 hora o menos
- 1 o 2 horas
- 2 a 5 horas
- 5 a 10 horas

Si alguien pasa 2 horas mirando televisión, ¿debería elegir la segunda o la tercera categoría de respuesta? ¿Cinco horas pertenecería a la categoría tres o cuatro? Haga que las preguntas sean mucho más fáciles de responder asegurándose de que cada respuesta posible esté representada. Por ejemplo, ofrezca una opción “más de” en la parte superior del rango. Además, trate de mantener todas las respuestas en la misma escala (p. ej., horas, dólares, kilómetros).

 **Use:** En un día típico, ¿cuánto tiempo pasa mirando televisión?


- Menos de 2 horas
- 2 a 4 horas
- 5 a 7 horas
- 8 a 10 horas
- Más de 10 horas


Asegúrese de que los rangos no se superpongan y ofrézcales a los encuestados de 5 a 7 opciones de respuesta.

Distintos tipos de preguntas y respuestas

Tenga en cuenta todas las opciones

Cuando formula una pregunta que tiene distintas respuestas posibles, por ejemplo, “¿Qué proveedor de servicio de cable utiliza?”—tal vez no pueda representar las respuestas de todos. No fuerce a los encuestados a elegir una opción que no es del todo apropiada. Incluya la opción “Otro (especifique)”.

-  **Evite:** En los últimos 30 días, ¿qué sitio web utilizó más para mirar programas de televisión?
- Netflix
 - Crackle
 - Azteca

-  **Use:** En los últimos 30 días, ¿qué sitio web utilizó más para mirar programas de televisión?
- Netflix
 - Crackle
 - Azteca
 - Otro (especifique)

Sugerencia profesional: Lógica de exclusión

Recomendamos no usar las opciones “ninguna de las anteriores”, “no lo sé” o “no aplica” ya que tal vez se aliente a los encuestados a usar esta opción para omitir respuestas. En cambio, puede obtener buenos datos y ahorrar tiempo utilizando la [lógica de exclusión](#) cuando alguien responde una pregunta de forma tal que las otras preguntas se tornan irrelevantes.

No fuerce a los encuestados a elegir una respuesta que no es del todo apropiada. Ofrezca una opción “Otro”.

Flujo y prácticas recomendadas

“Conformistas” es uno de los términos particularmente problemáticos de la ciencia de las encuestas: se trata de personas que recorren rápidamente la encuesta y encuentran una respuesta “lo suficientemente buena” que, tal vez, no habría sido su opción real si hubieran analizado las opciones en mayor detalle. Cuando analiza el formato de la encuesta y el flujo de preguntas en forma inteligente, puede minimizar este comportamiento y obtener datos más confiables. ¿Cómo?

Exigiendo respuestas para todas las preguntas

Al crear encuestas en línea, exija que se respondan todas las preguntas a fin de evitar que se pierdan datos clave cuando los encuestados omiten una pregunta por error o hacen clic en el botón “siguiente página” demasiado rápido.

Distribuya las opciones de respuesta al azar cuando sea posible o relevante

En forma desproporcionada, los encuestados suelen elegir la primera o la última respuesta de una lista de opciones porque son las más fáciles de detectar. A excepción de las preguntas basadas en una escala o en un rango, distribuir al azar el orden de las opciones de las respuestas es una forma inteligente de reducir la subjetividad en el orden.

Utilice un flujo natural de preguntas

Haga participar a sus encuestados haciéndoles preguntas más sencillas (y no demasiado sensibles) al comienzo. Mantenga juntas todas las preguntas relacionadas y asegúrese de que las primeras preguntas de la encuesta estén directamente relacionadas con el tema de la encuesta. Por ejemplo, no comience la encuesta preguntando cuánto dinero ganan o cuáles son sus hábitos a la hora de mirar televisión con una pregunta acerca de su afiliación a un partido político. Formule preguntas que no estén relacionadas (o preguntas demográficas) al final de la encuesta, cuando ya se ha establecido cierta relación de confianza.

Deje las preguntas confidenciales para el final de la encuesta, luego de haber establecido cierta relación con los encuestados.

Flujo y prácticas recomendadas

¡Cuanto más corto, mejor!

Cuando se trata de preguntas y encuestas, sea breve y no haga preguntas innecesarias. Si la encuesta es breve, los encuestados pasan mucho más tiempo pensando en las respuestas y es mucho menos probable que la abandonen sin terminarla. A partir de los millones de encuestas que enviamos, observamos una correlación directa entre la extensión de las encuestas y la reducción de los índices de completitud. No obstante, a veces la encuesta tiene que ser larga, en particular, si quiere capturar las distintas dimensiones de un lugar de trabajo, de una escuela, etc.

Asegúrese de que las personas adecuadas respondan la encuesta

Hablamos mucho sobre la importancia de escribir encuestas accesibles y realizamos sugerencias sobre las mejores maneras de lograr que la gente las responda. Sin embargo, a veces, es mejor limitar la gente que completa la encuesta. Si quiere saber a cuántas personas les gusta su heladería, definitivamente no quiere que respondan la encuesta personas que no han estado ahí. En ese caso, usamos una pregunta eliminatoria y la lógica de exclusión.

Ejemplo

¿Fue alguna vez a nuestra heladería?

- Sí
- No

Si el encuestado elige “no”, se omitirá la encuesta y se lo direccionará a una página en la que se le agradecerá haber respondido la encuesta o se le informará que no reúne los requisitos necesarios para responderla.

Hablando de la lógica de exclusión, puede personalizar la experiencia de los encuestados con la lógica de exclusión; así, solo verá las preguntas que sean relevantes para ellos.

En la encuesta de su heladería, por ejemplo, primero debe preguntar si alguna vez probaron uno de los batidos, antes de formular una serie de preguntas sobre los batidos. Los encuestados que fueron a la tienda pero no probaron los batidos pueden seguir adelante omitiendo las preguntas que no aplican a ellos; así se los mantiene interesados y usted obtiene mejores datos.

Flujo y prácticas recomendadas

Si es posible, incluya títulos

Si considera que usar títulos de encuestas y de páginas ejercerá influencia sobre los encuestados, ocúltelos. Tenga en cuenta que los títulos contribuyen a organizar la encuesta y brindarles a los encuestados un sentido de orden.

Encuesta sobre el valor de la marca

Asociaciones de la marca

1. Califique las siguientes marcas de vestimenta deportiva en función de las dimensiones indicadas. (Seleccione todas las que correspondan).

	Valor	Calidad	Diseño	Comodidad	Rendimiento	Popularidad
Nike	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
New Balance	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Adidas	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Brooks	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Under Armour	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Mizuno	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Asics	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Puma	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Speedo	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Use saltos de página (y los marcadores de millas) de vez en cuando.

Le sugerimos no utilizar barras de progreso ya que pueden distraer al encuestado. Del mismo modo, decirles a los encuestados “¡Ya llegó a la mitad!” puede provocar que se apuren a responder la segunda parte de la encuesta. No ponga el foco en el tiempo, sino en responder las preguntas.

Limite las preguntas de matriz/cuadrícula

Eche un vistazo a esta pregunta de encuesta. Es un tipo de pregunta de matriz de opciones con múltiples respuestas permitidas por fila.

¿En qué lugar se posaron sus ojos en primer lugar? ¿Estaba echando un vistazo a la cuadrícula? Son muchas preguntas para tener en cuenta a la vez. Ahora, imagine hacer esto en un smartphone en el que tiene que desplazarse para ver todas las opciones. Al analizar una pregunta de matriz, trate de limitar la cantidad de filas y opciones de respuesta para prestarle atención a la forma en que los encuestados interactúan con la información a fin de emitir un juicio. En muchos casos, realmente será mejor formular de a una pregunta a la vez; así, se limita la frustración de los encuestados y se los invita a analizar en detalle cada una de sus respuestas.

Índice de términos y recursos

A continuación, se incluye una lista con algunos de los términos y conceptos mencionados en esta guía. Haga clic en un término o en una frase para obtener más información.

Encuestas anónimas	Distribución al azar
Preguntas claras y objetivas	Exigir respuestas
Banco de preguntas	Lógica de exclusión
Consejos para crear preguntas efectivas y relevantes <small>(sugerentes, tendenciosas, lenguaje especializado, etc.)</small>	

Obtener comentarios con



[Enviar correo electrónico a un amigo](#)

- ✓ **Sencilla creación de preguntas:** Cree encuestas personalizadas o confíe en las plantillas elaboradas por expertos
- ✓ **Envíe encuestas a quien quiera:** Utilice el correo electrónico, la web o los medios sociales: usted decide
- ✓ **Informes inteligentes:** Convierta los datos en perspectivas y cree informes personalizados

[Suscríbese hoy](#)