

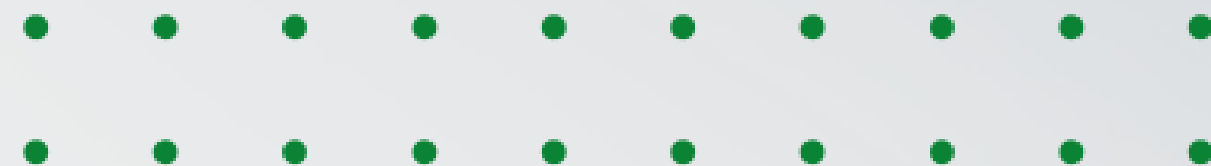


UNIVERSIDAD
ICEMÉXICO



Unidad 3

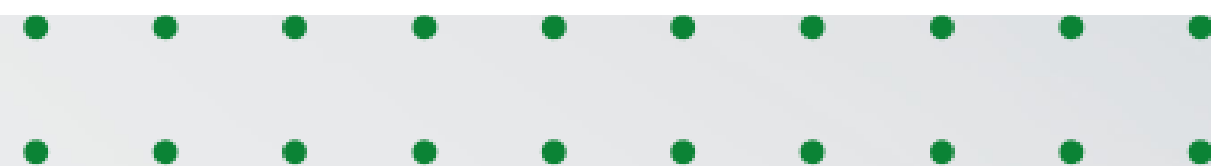
Instrumentos para la recolección de datos

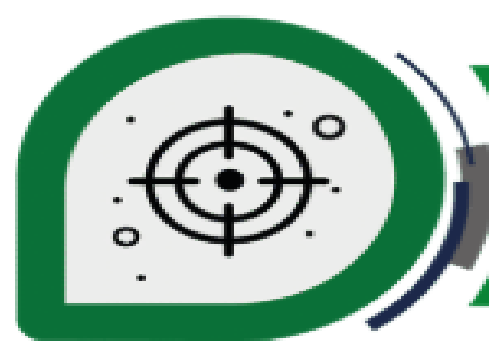




Competencia

Desarrollar instrumentos de recolección de datos diseñando encuestas, entrevistas y guías de observación para obtener información precisa y relevante en proyectos de consultoría.





Objetivos de aprendizaje

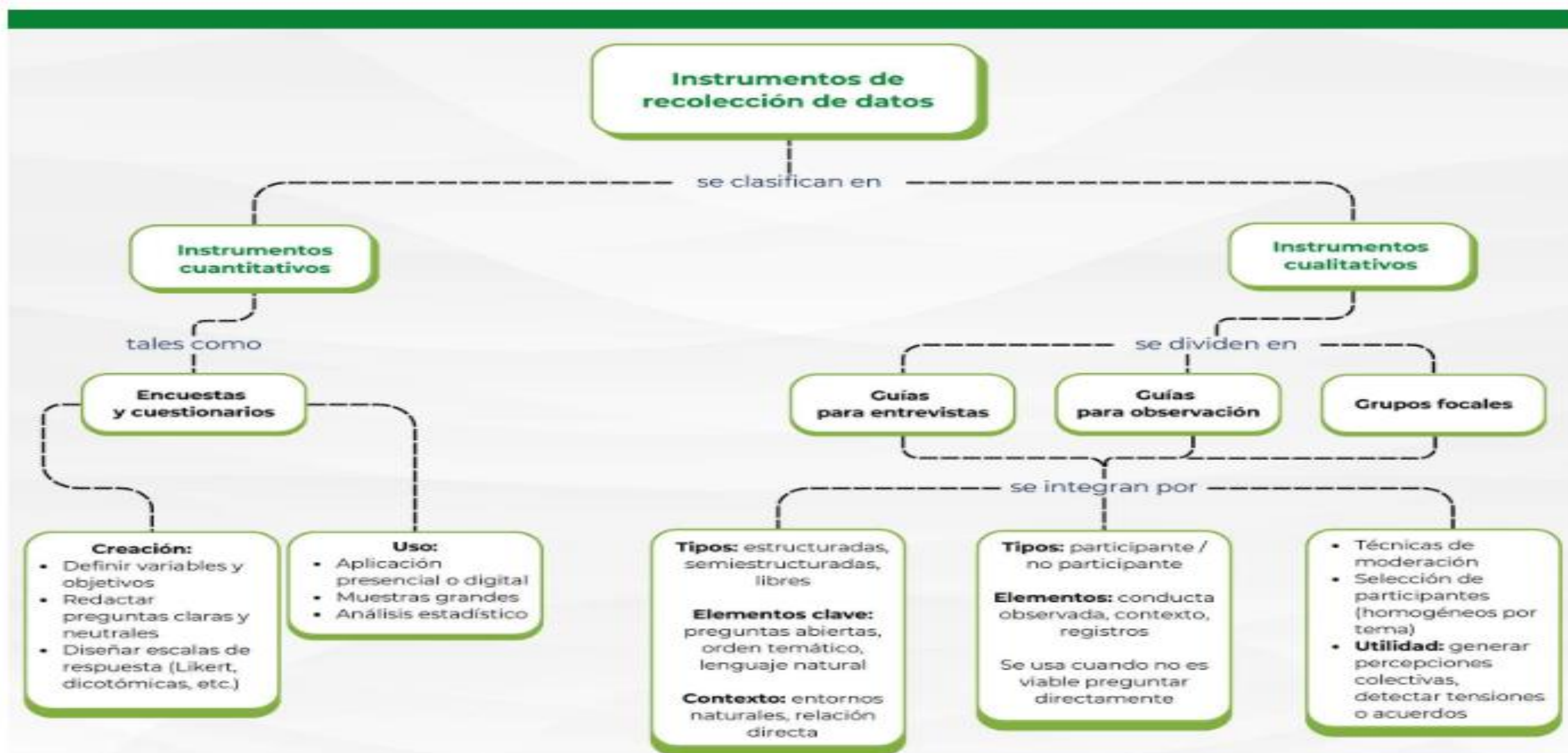
1

Comparar distintos instrumentos de recolección de datos cualitativos y cuantitativos, analizando sus aplicaciones, ventajas y limitaciones en función del tipo de estudio, para seleccionar los más adecuados en el diseño metodológico de una investigación aplicada en consultoría.

2

Diseñar instrumentos de recolección de datos como encuestas, entrevistas y guías de observación, identificando sus características, estructura y criterios de validez y confiabilidad, para obtener información pertinente que sustente diagnósticos en proyectos de consultoría.

Este mapa conceptual presenta de manera general los temas que explorarás a lo largo de la asignatura.



3.1 Encuestas y cuestionarios

Las encuestas y cuestionarios son instrumentos que se utilizan principalmente en investigaciones cuantitativas. Permiten recolectar datos estructurados, generalmente con preguntas cerradas, que pueden analizarse de forma estadística.

1

Muestra definida

- Se debe establecer una población objetivo y una técnica de muestreo adecuada.
- Es esencial conocer a quiénes va dirigido y cómo se recolectarán los datos.

2

Propósito definido

- Se elaboran para recolectar información específica sobre variables o temas de interés.
- El objetivo debe estar claramente delimitado antes del diseño del instrumento.

3

Tipo de datos que recolectan

- Principalmente datos **cuantitativos**, aunque pueden incluir algunas preguntas cualitativas abiertas.
- Permiten medir actitudes, opiniones, comportamientos o características demográficas.

4

Estructura organizada

- Inician con preguntas generales o introductorias (rompehielo).
- Continúan con preguntas específicas relacionadas al objeto de estudio.
- Finalizan con datos sociodemográficos u otras preguntas de cierre.

5

Formato de preguntas

- **Cerradas:** con opciones de respuesta delimitadas (ej. múltiple, dicotómica, escala Likert).
- **Abiertas:** para permitir respuestas libres (se usan con menos frecuencia y requieren análisis cualitativo).

6

Diseño claro y sin sesgos

- Uso de lenguaje simple, directo y neutral.
- Evita términos ambiguos, dobles negaciones o juicios de valor.
- Orden lógico que facilite la comprensión y la fluidez en las respuestas.

7

Aplicación flexible

- Pueden aplicarse en formato **presencial, telefónico, digital (en línea)** o por medio de aplicaciones móviles.
- Permiten una amplia cobertura geográfica y acceso a distintos perfiles de participantes.

8

Validación previa

- Se recomienda aplicar una **prueba piloto** para verificar la claridad, pertinencia y funcionalidad del instrumento.
- Esto permite detectar errores y ajustar antes de la aplicación masiva.

9

Ventajas

- Son económicos y rápidos de aplicar.
- Permiten recopilar datos de muchas personas en poco tiempo.
- Facilitan el análisis estadístico.

10

Limitaciones

- Riesgo de respuestas poco reflexivas o automáticas.
- Pueden excluir matices importantes si solo se usan preguntas cerradas.
- Dependen de la honestidad y comprensión del encuestado.

3.1.1 Creación

El diseño de una encuesta o cuestionario requiere de planificación cuidadosa. Algunos pasos esenciales son:

1. **Definir el objetivo del instrumento:** ¿qué se quiere saber?, ¿qué variables se medirán?
2. **Identificar el tipo de datos necesarios:** datos demográficos, opiniones, actitudes, comportamientos, etc.
3. **Diseñar las preguntas:**
 - **Cerradas:** opción múltiple, dicotómicas (sí/no), escalas (como Likert)
 - **Abiertas:** cuando se desea explorar más allá de opciones predeterminadas
4. **Ordenar y estructurar el cuestionario:**
 - Iniciar con preguntas generales o de contexto
 - Luego abordar preguntas centrales al estudio
 - Finalizar con preguntas sociodemográficas
5. **Revisar redacción y evitar sesgos:** Lenguaje claro, sin ambigüedades o juicios de valor.
6. **Aplicar una prueba piloto:** Para detectar errores de redacción, estructura o interpretación.

Creación de encuestas y cuestionarios

El diseño de un buen instrumento requiere seguir pasos claros:

1. Definir el objetivo

Responder preguntas como:

- ¿Qué quiero saber?
- ¿Qué variables voy a medir?

2. Identificar tipo de datos

Ejemplos:

- Demográficos (edad, género, nivel educativo)
- Opiniones
- Actitudes
- Conductas

3. Diseño de preguntas

Tipos principales:

a) Cerradas

- Opción múltiple
- Dicotómicas (sí/no)
- Escalas (ej. Likert)

b) Abiertas

Permiten respuestas libres
Más profundidad

4. Estructura del cuestionario

Orden recomendado:

- Preguntas generales (rompe hielo)
- Preguntas centrales
- Preguntas sensibles (al final)
- Datos sociodemográficos

5. Redacción adecuada

- Lenguaje claro
- Sin ambigüedades
- Sin inducir respuestas
- Evitar juicios de valor

6. Prueba piloto

Antes de aplicar:

- Detectar errores
- Verificar comprensión
- Ajustar estructura

Tipos de preguntas: comparativa

Característica	Preguntas Abiertas	Preguntas Cerradas
Tipo de respuesta	Libre	Opciones definidas
Profundidad	Alta	Limitada
Facilidad de análisis	Baja (más complejo)	Alta (estadístico)
Tiempo de respuesta	Mayor	Menor
Uso recomendado	Exploración	Medición precisa
Ejemplo	¿Qué opinas del servicio?	¿Cómo calificas el servicio? (1-5)

No se trata de elegir un tipo mejor, sino el adecuado según el objetivo:

- **Abiertas** : comprender a profundidad
- **Cerradas**: medir y comparar

Ejemplo aplicado a consultoría

Objetivo: evaluar satisfacción del cliente

a) Cerrada:

“Califica el servicio del 1 al 5”

b) Abierta:

“¿Qué mejorarías del servicio?”

Lo ideal es **combinar ambas**.

¿Qué pasaría si solo usas preguntas cerradas en un problema complejo?