



Técnicas de investigación cualitativa en los ámbitos sanitario y sociosanitario

Edición preparada por:
Jesús Manuel Tejero González

171

colección
estudios

**TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN CUALITATIVA EN LOS
ÁMBITOS SANITARIO Y SOCIOSANITARIO**

TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN CUALITATIVA EN LOS ÁMBITOS SANITARIO Y SOCIOSANITARIO

**Edición preparada por:
Jesús Manuel Tejero González**



Ediciones de la Universidad
de Castilla-La Mancha

Cuenca, 2021

TÉCNICAS de investigación cualitativa en los ámbitos sanitario y sociosanitario / edición preparada por Jesús Manuel Tejero González.– Cuenca : Ediciones de la Universidad de Castilla-La Mancha, 2021

180 p. ; 24 cm.– (Estudios ; 171)

ISBN 978-84-9044-423-8

1. Investigación médica 2. Medicina – Relación médico/paciente 3. Investigación y teoría de la enfermería I. Tejero González, Jesús Manuel, ed. lit. II. Universidad de Castilla-La Mancha, ed. III. Título IV. Serie

614.253.8

614.253.5

MBGR - MBDP - MQCB

Cualquier forma de reproducción, distribución, comunicación pública o transformación solo puede ser realizada con la autorización de EDICIONES DE LA UNIVERSIDAD DE CASTILLA-LA MANCHA salvo excepción prevista por la ley.

Diríjase a CEDRO (Centro Español de Derechos Reprográficos – www.cedro.org), si necesita fotocopiar o escanear algún fragmento de esta obra.

© de los textos e imágenes: sus autores.

© de la edición: Universidad de Castilla-La Mancha.

Edita: Ediciones de la Universidad de Castilla-La Mancha.

Colección ESTUDIOS n.º 171

ISSN: 2255-2618 / ISSN-L: 2255-2618

I.S.B.N.: 978-84-9044-423-8 (Edición impresa)

I.S.B.N.: 978-84-9044-424-5 (Edición electrónica)

D.O.I.: http://doi.org/10.18239/estudios_2021.171.00

D.L.: CU 13-2021

Diseño de la colección y de la cubierta:

C.I.D.I. (Universidad de Castilla-La Mancha)



Esta editorial es miembro de la UNE, lo que garantiza la difusión y comercialización de sus publicaciones a nivel nacional e internacional.

Composición: Compobell, S.L.

Impresión: MG Color



Esta obra se encuentra bajo una licencia internacional Creative Commons BY-NC-ND 4.0.

Cualquier forma de reproducción, distribución, comunicación pública o transformación de esta obra no incluida en la licencia Creative Commons BY-NC-ND 4.0 solo puede ser realizada con la autorización expresa de los titulares, salvo excepción prevista por la ley. Puede usted acceder al texto completo de la licencia en este enlace: <https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/deed.es>

Hecho en España (U.E.) – *Made in Spain (E.U.)*

ÍNDICE

Capítulo 1. Introducción al método científico. Paradigmas empíricos e interpretativos.	9
<i>J. Manuel Tejero González</i>	
Capítulo 2. La investigación-acción como método de evaluación participativa.	35
<i>M. Pilar Delgado Hito</i>	
Capítulo 3: El método Delphi.	55
<i>Mercedes Guilabert Mora</i>	
Capítulo 4. Entrevistas estructuradas, semi-estructuradas y libres. Análisis de contenido.	65
<i>Raquel Lázaro Gutiérrez</i>	
Capítulo 5. Observación participante. Historias de vida y entrevista en profundidad	85
<i>Rosa Castro Ramos</i>	
Capítulo 6. Grupos de discusión y grupos focales	103
<i>M^a Virtudes Pérez Jover</i>	
Capítulo 7. Encuestas de opinión	113
<i>Isabel María Navarro Soler</i>	
Capítulo 8. Calidad percibida y satisfacción: Cómo conocer y medir la experiencia del paciente en una organización sanitaria	145
<i>Encarnación Añó Consuegra</i>	
Capítulo 9. Identificación de evidencia científica y sus repercusiones en la práctica profesional.	165
<i>Francisco Alberto García-Sánchez</i>	

CAPÍTULO 7

ENCUESTAS DE OPINIÓN

ISABEL MARÍA NAVARRO SOLER
Universidad Miguel Hernández

El propósito fundamental de este tema es comprender aspectos fundamentales de la utilización de encuestas como fuente de información primaria en una investigación en salud. Conocer qué factores y elementos es preciso controlar para diseñar un cuestionario válido, que consiga recoger la información deseada en el planteamiento del estudio que se vaya a realizar.

El lector conseguirá saber:

- Qué se entiende por cuestionario y encuesta y los errores que se asocian a su administración.
- Diferentes tipos de encuestas como vías de administración de cuestionarios.
- Cómo diseñar un cuestionario, los tipos de preguntas y su orden dentro del cuestionario.
- Cómo diseñar un formulario en ACCESS que nos permita tabular la información recogida a través de un cuestionario autoadministrado o telefónico.

1. ¿QUÉ ES UN CUESTIONARIO Y QUÉ ES UNA ENCUESTA? ERRORES ASOCIADOS A LAS ENCUESTAS

La información que se requiere para realizar una investigación sanitaria puede provenir de fuentes de información secundarias (registros o bases de datos inter-

nas de nuestro centro, estadísticas publicadas, etc.) o partir de fuentes de información primarias, diseñando y utilizando un instrumento de recogida y medida de dicha información. Los cuestionarios son instrumentos de recogida y medición de información de carácter primario, como también lo es la observación o la realización de pruebas diagnósticas. Los cuestionarios son un instrumento frecuente de recogida de información en estudios epidemiológicos, en estudios de percepción de la calidad de un servicio sanitario, en estudios de opinión sobre salud entre otros estudios.

Un cuestionario es un instrumento de recogida de información estructurado, que se lleva a cabo mediante la cumplimentación de una serie predeterminada de preguntas, que se les presenta por igual a todos los participantes del estudio. Los cuestionarios pueden auto-cumplimentarse por cada uno de los participantes o pueden ser administrados de forma indirecta, dónde un encuestador previamente entrenado registra las respuestas dadas por cada uno de los participantes. El cuestionario es la herramienta que se administra cuando se realizan encuestas.

William G. Zikmund, describe las encuestas mal realizadas como las encuestas dónde “Las muestras están sesgadas; las preguntas mal construidas, a los entrevistadores no se les forma y supervisa adecuadamente, y los resultados se malinterpretan. Tales encuestas son peores que la ausencia de ellas porque el cliente puede ser mal dirigido hacia un decisión costosa. Incluso las encuestas bien planificadas y limpiamente ejecutadas pueden ser inútiles si, como pasa a menudo, los resultados llegan demasiado tarde como para tener valor o son transformados en un enorme informe que nadie tiene tiempo de leer.”

Los errores asociados a las encuestas como vía para obtener información primaria son los siguientes:

- **Error de marco muestral:** Sesgos por no disponer de un listado de todos los sujetos de la población a la hora de seleccionarlos. Si no se dispone de un marco muestral, no se puede garantizar la aleatoriedad de una selección muestral.
- **Error aleatorio de muestreo:** Errores estadísticos por haber seleccionado una muestra concreta y no otra, aunque se haya hecho aleatoriamente. Sin aumentar el tamaño de la muestra, estos problemas estadísticos son inevitables.
- **Error sistemático:** Proviene de algunos aspectos imperfectos del diseño de la investigación o de una equivocación en la ejecución de ésta. Este tipo de errores también se denomina “errores ajenos al muestreo” y las fuentes de error son múltiples.

- o Error de diseño. Errores derivados del incorrecto diseño de encuesta, propósito de la encuesta o método utilizado.
- o Error de no-respuesta. Sesgo de no localización, Sesgo de rechazo, Sesgo de autoselección.
- o Error de respuesta. Sesgo de aquiescencia, Sesgo de Extremismo, Sesgo inducido por la empresa cliente, Sesgo de conveniencia social.
- o Error administrativo (Error de proceso de datos, Error del entrevistador, Engaño del entrevistador).

Una buena encuesta es la que se diseña minimizando al máximo todos los posibles errores y en la que se ha planteado un correcto muestreo para obtener la información.

2. TIPOS DE ENCUESTAS

Los tipos de encuestas se clasifican según el modo de administrar los cuestionarios. Y se distinguen 4 tipos:

- Encuestas personales, cuando el encuestador administra personalmente el cuestionario.
- Encuestas telefónicas, si el encuestador administra telefónicamente el cuestionario.
- Encuestas por correo, cuando el cuestionario es auto-cumplimentado vía correo postal o correo electrónico.
- Encuestas online, cuando el cuestionario es auto-cumplimentado y se aloja en alguna Web o espacio en Internet.

En la figura 1, se proporciona una serie de factores que se deben tener en cuenta a la hora de seleccionar un tipo de encuesta u otro.

La encuesta: Selección del diseño

	Encuesta personal	Encuesta telefónica	Encuesta por correo	Encuesta por Internet
Velocidad recopilación datos	Moderada-rápida	Muy rápida	Lenta	Instantánea
Flexibilidad geográfica	Limitada-moderada	Alta	Alta	Alta
Longitud del cuestionario	Larga	Moderada	Varia en función del incentivo	Moderada
Índice de no-respuesta	Bajo	Medio	Alto	No se puede asegurar
Mal entendimiento	Bajo	Medio	Alto	Alto
Influencia del entrevistador	Alto	Moderado	Ninguno	Ninguno
Costes	Elevado	Bajo-moderado	Los más bajos	Bajos

Figura 1. Ventajas e inconvenientes del uso de diferentes tipos de encuestas.

3. DISEÑO DEL CUESTIONARIO, TIPO Y ORDEN DE LAS PREGUNTAS

El investigador que diseña un cuestionario debe tomar varias decisiones, que de forma habitual aparecerán en el siguiente orden:

1. **¿Qué debería preguntarse?**
2. **¿Cómo deberían redactarse las preguntas?**
3. **¿En qué secuencia deben disponerse las preguntas?**
4. **¿Qué esquema de cuestionario cumplirá mejor los objetivos de investigación?**

La figura 2, muestra una secuencia de etapas que deberían seguirse para asegurar en cierto modo que el instrumento de medida que se obtiene es adecuado.

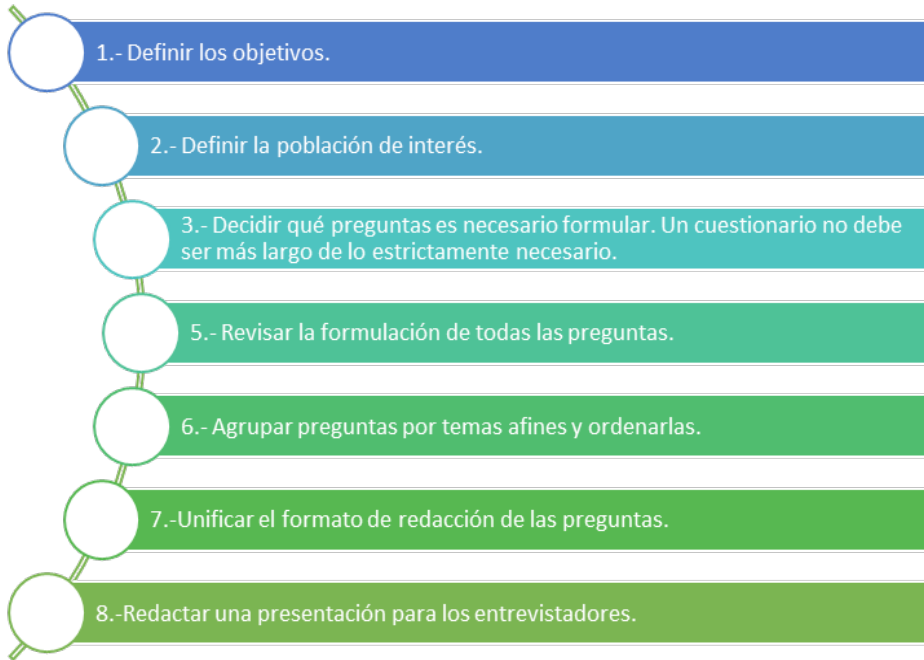


Figura 2. Secuencia de pasos en la elaboración de un cuestionario.

3.1. Tipos de preguntas

Las preguntas se pueden clasificar de acuerdo a varios criterios: contenido, modo de respuesta, grado de premeditación de la respuesta y según su función dentro del cuestionario.

Según su contenido. Podemos clasificar las preguntas en función de su contenido en hecho, opiniones, motivaciones, actitudes y sentimientos y por último sobre conocimiento o información. En la figura 3, pueden vislumbrarse algunos ejemplos en cada uno de los casos.

Preguntas sobre hechos. Preguntas con una única respuesta cierta, independiente de la opinión del encuestado.

Preguntas sobre opiniones. Preguntas en las que el individuo manifiesta su opinión. La veracidad depende de la sinceridad del encuestado. La formulación es delicada debido a que una opinión suele tener intensidad y matices. Al preguntar sobre una opinión, se persiguen dos objetivos: i) Estimar la proporción de gente que opina de una determinada forma, ii) Cuantificar la intensidad de la opinión.

Preguntas sobre motivaciones, actitudes y sentimientos. Conciernen a cuestiones sobre el comportamiento de los individuos.

Preguntas de conocimiento o información. Suelen utilizarse para investigar el nivel de conocimientos o información de la gente entrevistada.

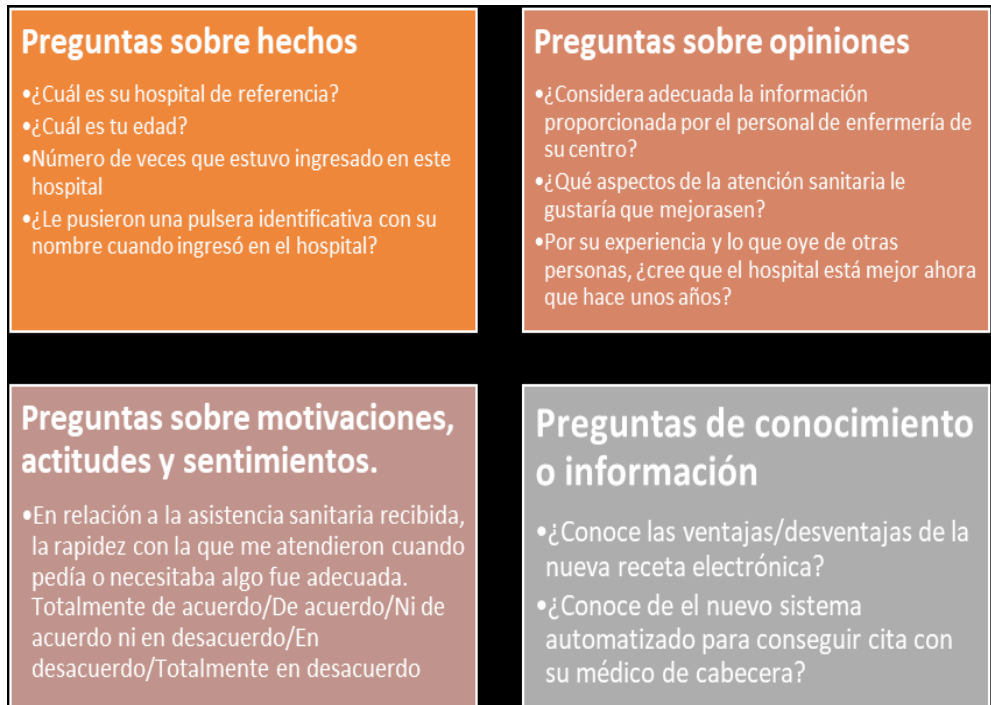


Figura 3. Ejemplos de preguntas de encuestas en función del contenido.

Según el modo de respuesta

Preguntas abiertas. Estas preguntas proporcionan respuestas detalladas que dependen de la locuacidad del encuestado y del entrenamiento y la habilidad del encuestador a la hora de registrarlas. **Ejemplo:** ¿Qué opina sobre la nueva carta de derechos y deberes del paciente redactada por nuestra comunidad?

Preguntas cerradas. Preguntas con respuesta cerrada. Se les proporcionan alternativas de respuesta. La información se recoge ya codificada, reduciendo trabajo al encuestado y entrevistador, y, muy importante errores de interpretación. **Ejemplo:** Antes del alta, ¿recibió información sobre las precauciones que debía tener con la medicación una vez en casa? Sí/No.

Cuando planteamos preguntas cerradas, se ha de tener especial cuidado con ciertas cuestiones:

- Analizar el efecto del orden de las respuestas.
- Incluir una opción Otras si procede, esto es, cuando no se conocen todas las posibles opciones de respuesta.
- Incluir una respuesta neutral si el contenido es de opinión, y tantas opciones positivas como negativas.
- Mostrar al encuestado todas las posibles respuestas, si el número de ellas es elevado.

Según el grado de premeditación en la respuestas. Según este criterio, podremos clasificar las preguntas en espontáneas y sugeridas.

Espontáneas

Se pretende captar la primera idea que viene a la cabeza del encuestado cuando se le formula la pregunta.

Sugeridas

El encuestado elige entre un conjunto de respuestas especificadas en el cuestionario.

Según su función en el cuestionario

Preguntas sustantivas

Son las preguntas básicas del cuestionario, referentes a las cuestiones de interés central en la investigación.

Preguntas de introducción

Son las que sirven para iniciar el cuestionario e interesar al encuestado en él; preceden a las preguntas sustantivas.

Preguntas de filtro

Son preguntas previas a otras para eliminar a los individuos que no les afectan.

Preguntas de control

Son las que persiguen detectar incongruencias en las respuestas de un encuestado.

Preguntas batería

Preguntas que comparten una misma estructura. Preguntas sobre la misma cuestión, que se complementan, enfocando diversos aspectos de ella. Suelen ir de los aspectos más generales a los más concretos.

A la hora de decidir cómo formular las preguntas que hemos decidido incluir en el cuestionario, tan sólo contamos con unas cuantas orientaciones y nuestras habilidades en redacción. A continuación vemos unas cuantas recomendaciones.

Preguntas simples y cortas. Conviene utilizar las palabras más simples posibles con las que comunicar de modo exacto qué información se pretende conseguir. Sustituir una pregunta larga por unas cuantas cortas.

Evitar la ambigüedad. Es conveniente formular las preguntas del modo más claro posible. Ante preguntas ambiguas, personas distintas pueden entender cosas distintas y contestar preguntas distintas, con lo cual la pregunta perdería toda su validez.

Evitar doble negación. Es conveniente que el encuestado no tenga que interpretar su respuesta.

Evitar expresiones vagas. Preguntas con expresiones vagas como: generalmente, muchos, con frecuencia, del tipo de, parecido, en conjunto, cosa, mucho, poco, etc., pueden provocar que no todos los encuestados las interpreten igual.

Evitar preguntas dirigidas. Las preguntas no deben formularse suponiendo una determinada respuesta del encuestado. Se pregunta para conseguir información que se desconoce, y por lo tanto al preguntar no se debe dejar ver que se conoce la respuesta.

No presuponer información. Las preguntas no deben formularse presuponiendo algo sobre el que responde: ni que conoce el tema, ni que tiene una opinión formada sobre lo que se le pregunta. Evitar preguntas hipotéticas, que involucren la memoria, de conocimientos y tipo cerrados ya que a nadie le gusta admitir su ignorancia sobre algún aspecto o preguntas embarazosas.

3.2. Orden de las preguntas

El orden de las preguntas en el cuestionario puede afectar al porcentaje de rechazos y a las respuestas obtenidas. Se ha de tener en cuenta que las primeras preguntas han de ser las de introducción, continuar con preguntas que, de una manera lógica, se muevan de tópico en tópico, debe haber una relación entre las preguntas.

Hay que agrupar las preguntas por temas afines:

- 1) introducción.
- 2) cuerpo de preguntas sustantivas.
- 3) preguntas de clasificación.

Recordad cuidar la presentación de cada una de las preguntas. Hay que considerar el efecto condicionante de las preguntas anteriores a una dada.

- Hay que avanzar de lo general a lo específico.
- Las preguntas de control han de estar distanciadas entre sí.
- Dejar para el final las preguntas sustantivas más difíciles, delicadas o pesadas, para evitar fatigar o irritar.
- Las preguntas de clasificación suelen colocarse al final de cuestionario para no consumir tiempo de la entrevista.

- Conviene utilizar el pretest para comprobar la ordenación de las preguntas y su efecto en las respuestas.
- Antes de despedirnos el encuestador debe dar las gracias por su colaboración en la investigación.

Es importante, realizar siempre una prueba piloto para garantizar que las preguntas se comprenden por el público al que va dirigido el cuestionario. Del mismo modo, se deberá entrenar y supervisar el trabajo de los encuestadores con el objetivo de introducir el mínimo sesgo en las respuestas que desvirtúen los resultados obtenidos con el estudio.

4. FORMULARIOS EN MICROSOFT ACCESS

La introducción de los datos directamente sobre las tablas es bastante incómoda. No sólo no se pueden ver todos los campos sin desplazarse con la barra de herramientas, sino que además los registros de los pacientes están uno encima de otro. Si se pierde la referencia del registro se pueden introducir datos que no correspondan a ese sujeto.

Los formularios en Access permiten la introducción de datos en las tablas de una forma más sencilla y más limpia, además de que la posibilidad de cometer error de administración asociados a la tabulación de datos se reduce considerablemente. En vez de introducir los datos directamente sobre la tabla, los datos se introducen en la tabla a través de los formularios.

Hay diferentes formatos de formularios, en alguno de ellos los registros se pueden ver de forma aislada, en otros, todos los registros juntos, o también se puede diseñar un formulario con un formato totalmente personalizado.

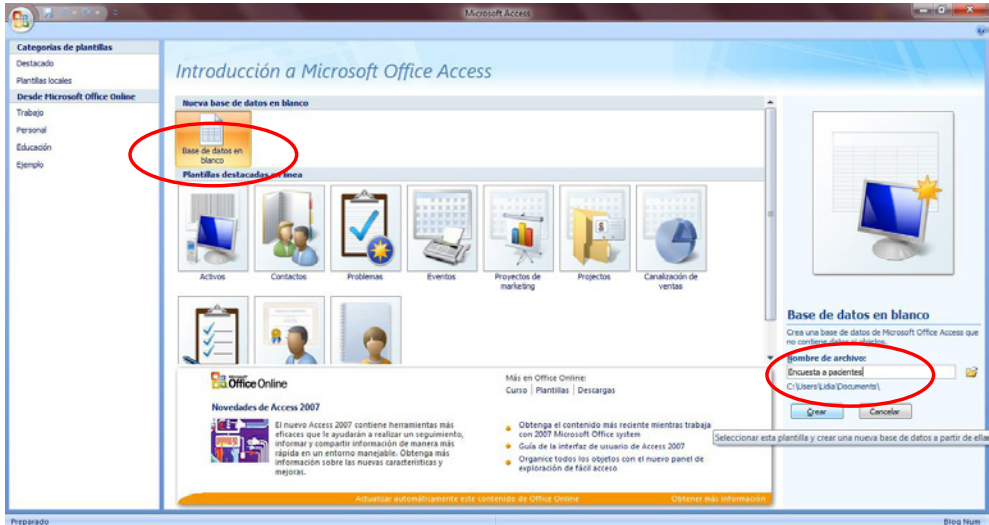
Las tablas almacenan la información, los formularios se encargan de recogerla. Para que las tablas puedan incluir los datos de los formularios deben estar cerradas. Al cerrar o guardar los formularios, las tablas se actualizan.

4.1. Creación de un formulario en Microsoft Access paso a paso

El primer paso será crear un fichero de base de datos en Access.

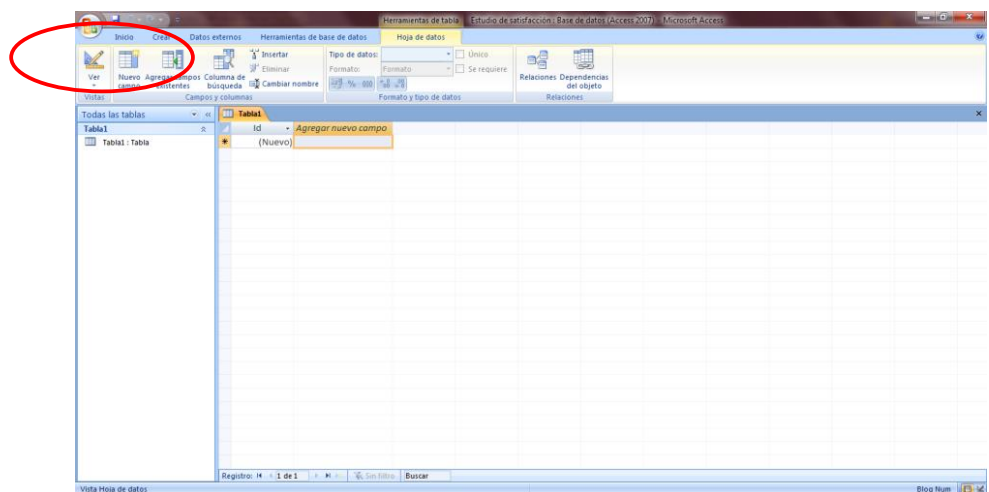
¿Cómo crear un fichero de base de datos en Access?

Abrimos el programa Microsoft Office Access y hacemos clic en “Base de datos en blanco”



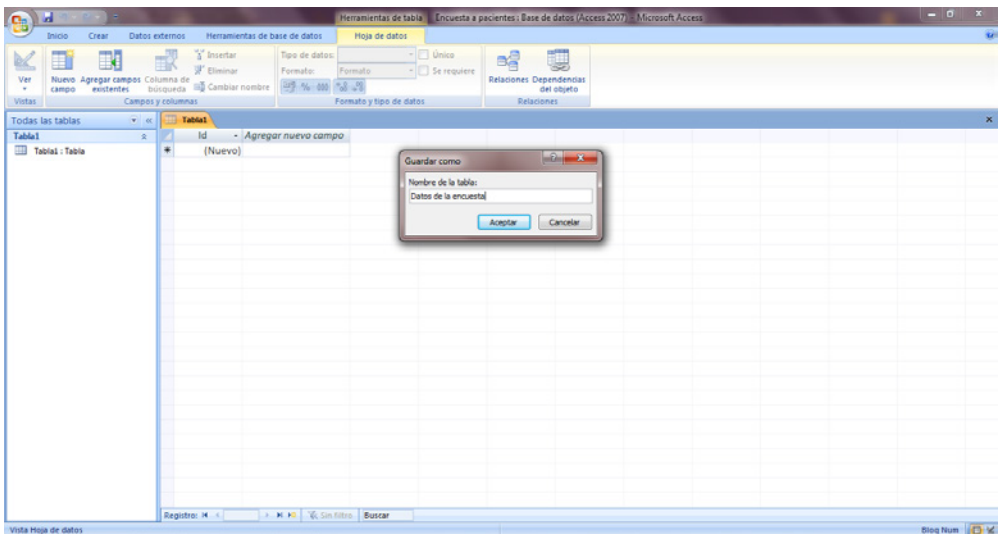
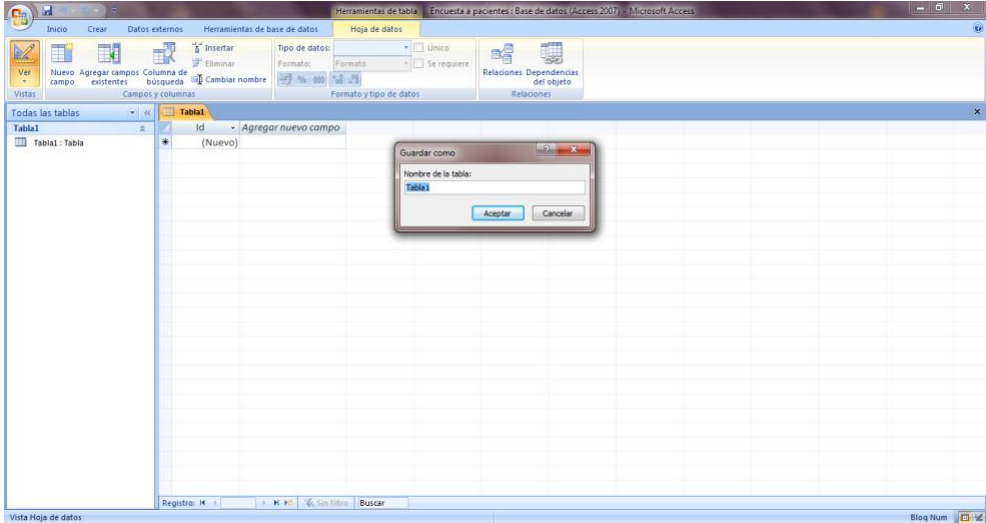
Apretamos al botón “Crear”. También podemos cambiarle el nombre a “Encuesta a pacientes”, debemos utilizar un nombre apropiado y relacionado con el contenido de la base de datos, para poder recuperarla con facilidad posteriormente.

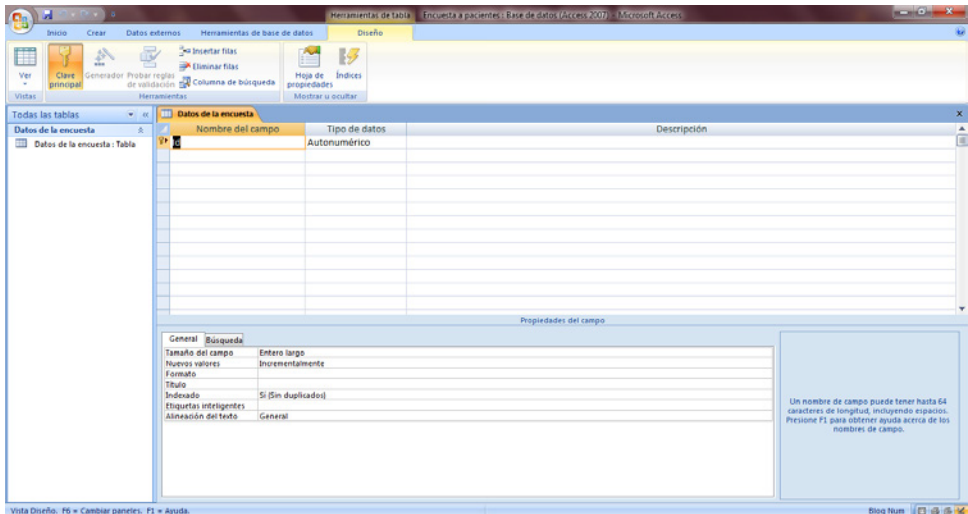
Aparecerá una tabla. Es ahí donde generaremos los campos/variables de nuestro estudio, pero primero tenemos que diseñar cómo queremos nuestra base de datos, le damos al icono de “Diseño de la tabla”. Para empezar a trabajar con una base de datos primero es necesario crear la tabla donde se van a ir registrando todos los datos correspondientes a las respuestas de los pacientes.



Encuestas de opinión

Nos indica que nombremos de alguna manera a nuestra base de datos, por tanto cambiaremos el nombre y en vez de “Tabla 1”, la llamaremos “Datos de la encuesta”.



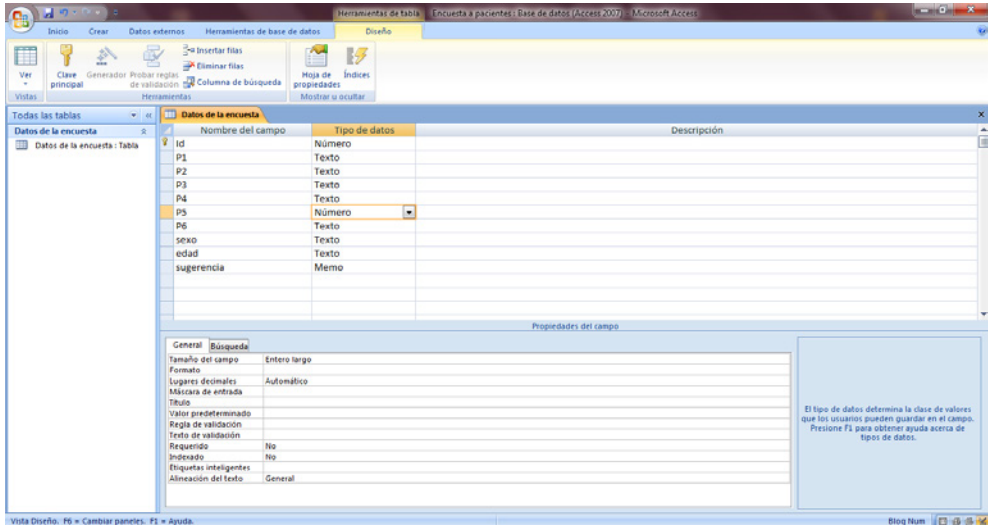


Dentro de la tabla hay que definir los campos que contendrán la información. En la primera columna se introducirán los nombres de los campos, y en la segunda columna el tipo de datos.

- **Nombre del campo:** los nombres de los campos.
- **Tipo de datos:** texto, numérico, fecha/hora, contador, Si/No, memo, moneda, objeto OLE.
- **Descripción:** en esta columna se introduce la descripción del contenido del campo o su finalidad.
- **Propiedades de los campos:** estableciendo las propiedades de los campos se controla la apariencia de los datos, y se puede evitar que se introduzcan de modo incorrecto.

Vamos introduciendo los diferentes campos con los nombres asignados de nuestra encuesta en el “Nombre del campo”, así como el tipo en “Tipo de datos”.

Se puede introducir (pero no es necesario) una clave principal. La clave principal suele ser uno o varios de los campos de la tabla. El contenido de este campo identifica cada registro del campo de manera única, en nuestro caso puede ser el número de identificación de la encuesta, si antes de introducir las encuestas en nuestra base de datos hemos numerado las diferentes encuestas. De modo que no se podrán introducir dos registros iguales o almacenar valores nulos en los campos de la clave principal. Para establecer este campo como clave principal se hace clic sobre él y en la barra de herramientas se pulsa el botón “Establecer Clave Principal”.

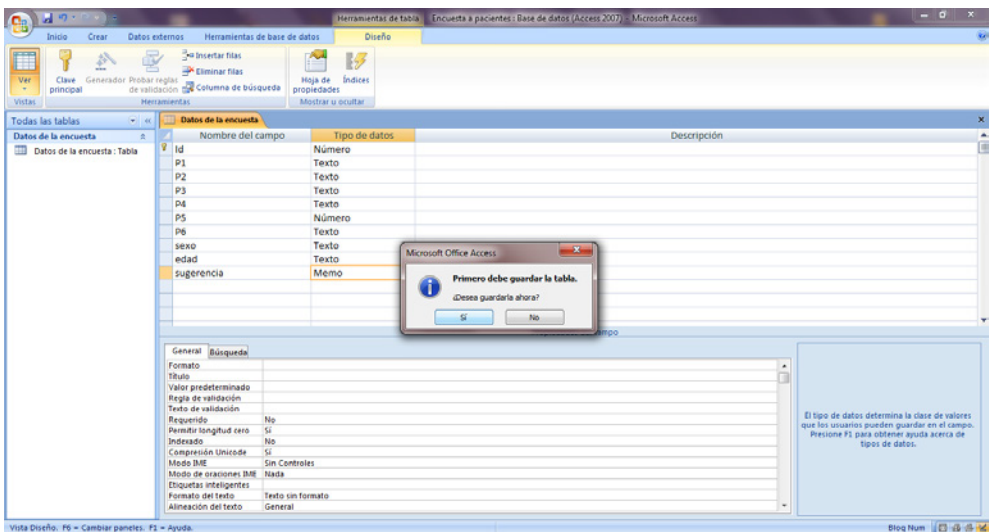
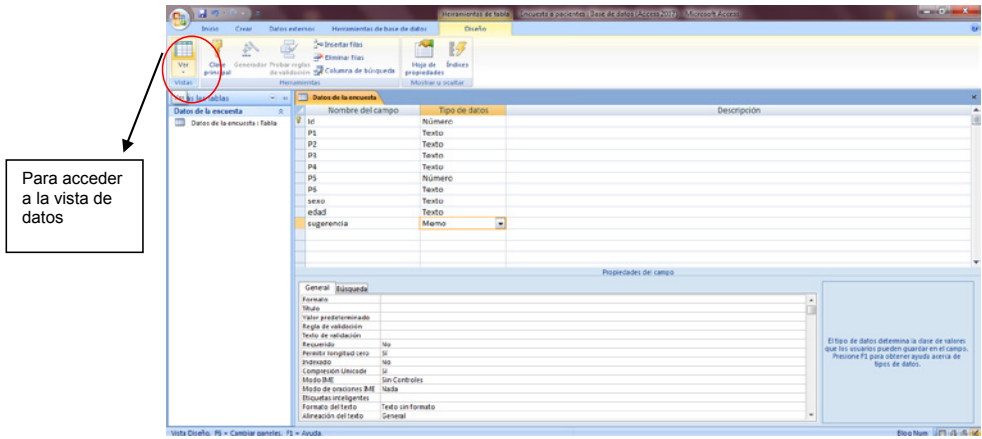


No se tiene que definir obligatoriamente una clave principal, pero normalmente es conveniente hacerlo. Si no se establece la clave principal, al cerrar la tabla aparece un cuadro de diálogo pidiendo que se establezca, podemos indicarle, si es el caso, que no se desea crear una clave principal.

Introducimos los diferentes campos de nuestra encuesta. La pregunta 5 del cuestionario “Satisfacción Global” es de tipo numérica, lo introducimos en Tipo de datos mediante el desplegable.

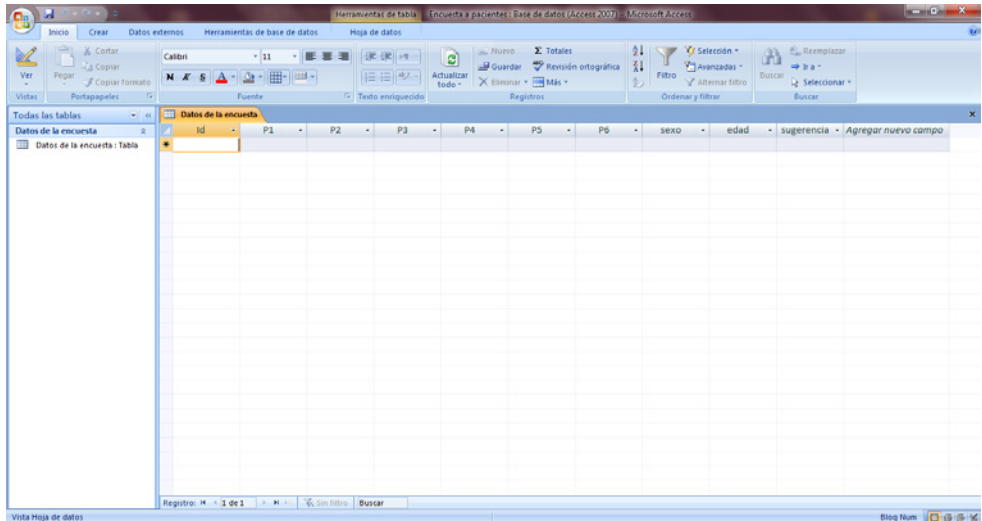
Terminamos de introducir los diferentes campos correspondientes a las preguntas de la encuesta.

Una vez introducidos todos los campos de nuestra encuesta podemos ver como se ha diseñado la tabla en “Vista de datos”, accediendo desde el botón señalado en la figura.



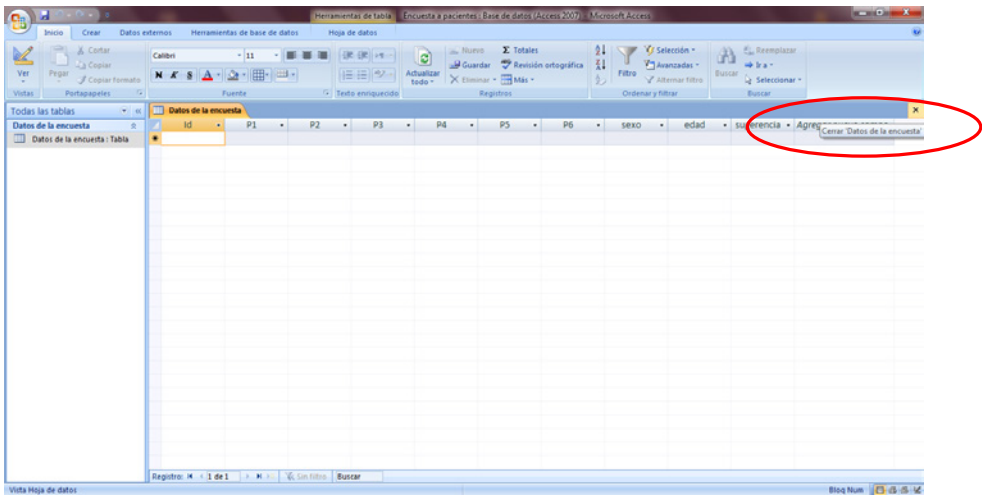
En la tabla se muestran los campos tal y como se almacena la información en una base de datos.

Encuestas de opinión

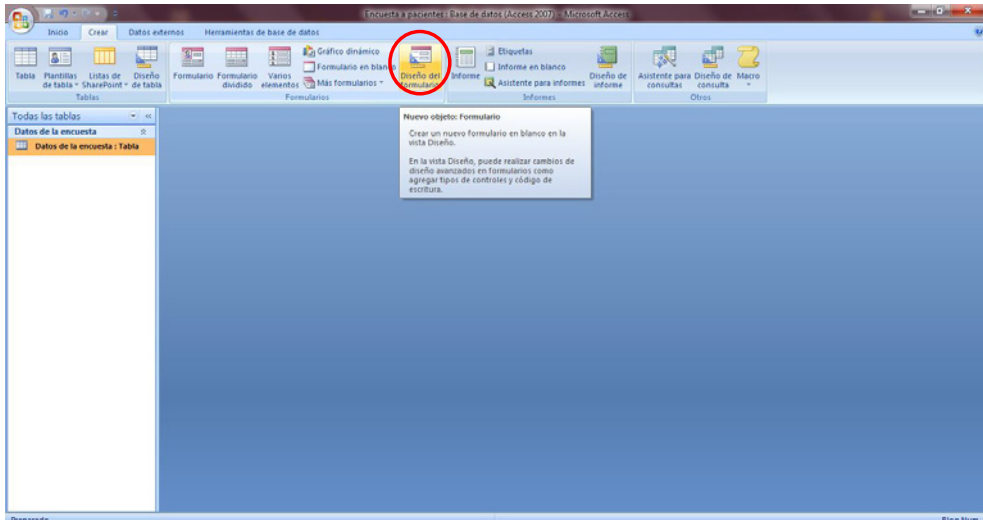


¿Cómo crear un formulario en Access para introducir datos?

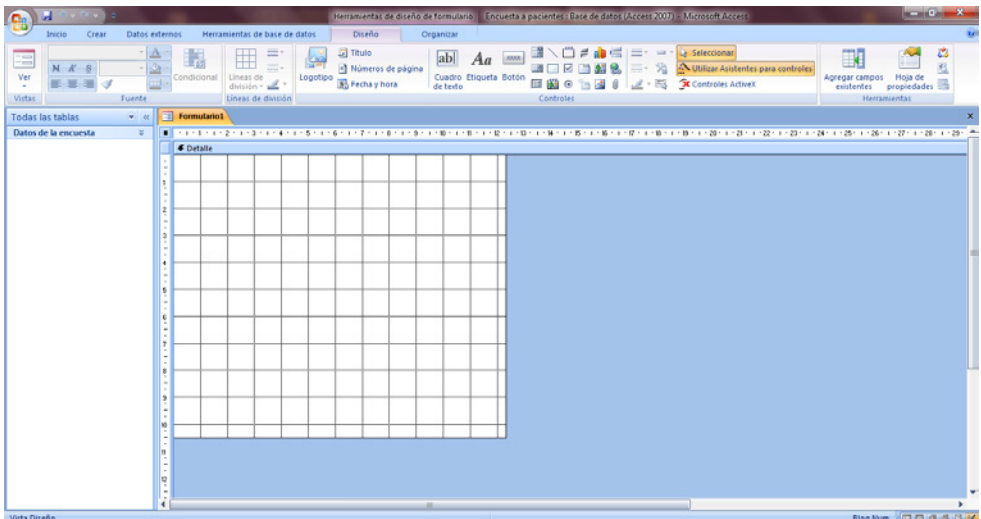
Cerramos la tabla que acabamos de generar con el aspa que se encuentra a la derecha.



Para crear un nuevo formulario se selecciona la pestaña “Formularios”, seleccionamos la pestaña “Crear” y apretamos al botón “Diseño del formulario”.

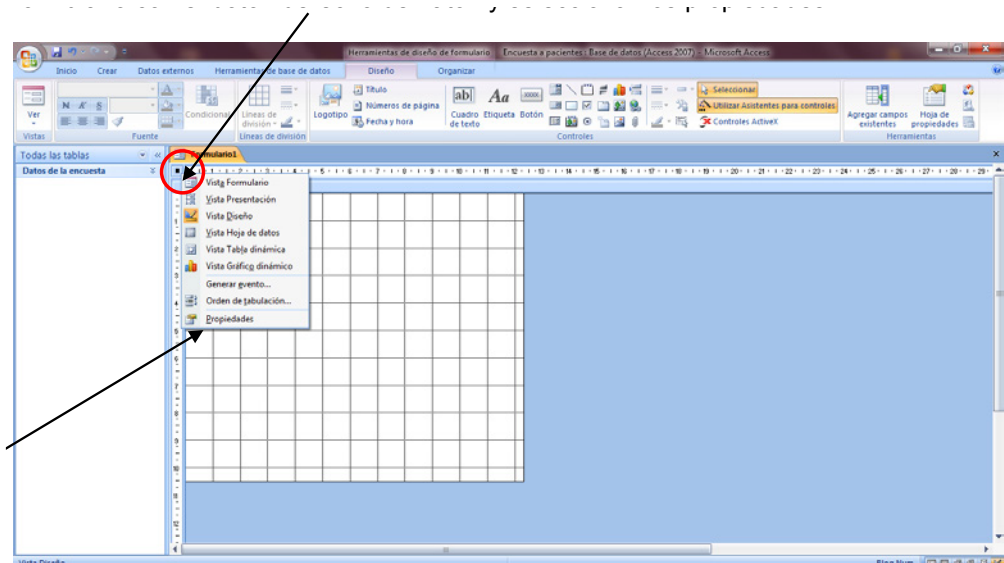


Aparecerá la siguiente pantalla.

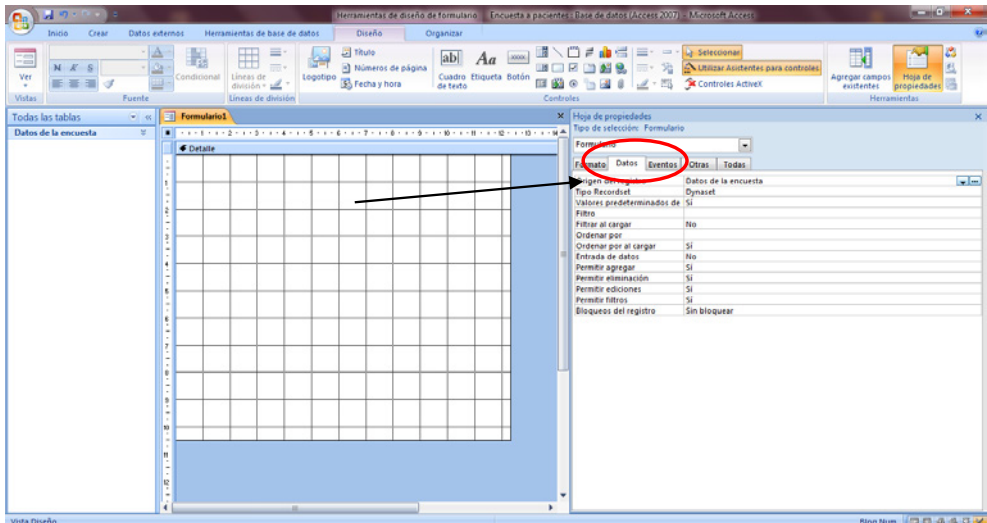


Indicamos que el formulario se va a utilizar para rellenar los campos de la tabla que acabamos de crear, para ello, hacemos clic en la esquina superior izquierda del formulario con el botón derecho del ratón y seleccionamos propiedades.

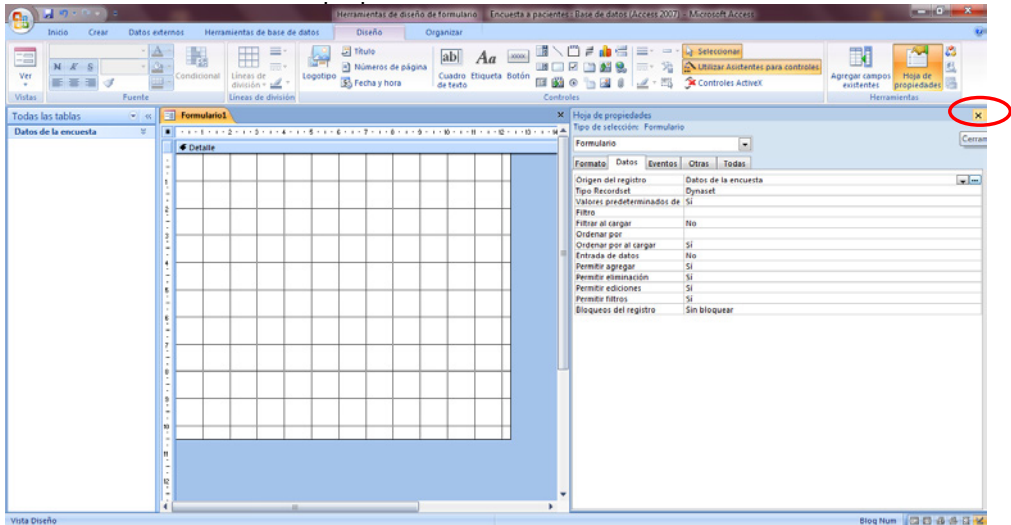
Encuestas de opinión



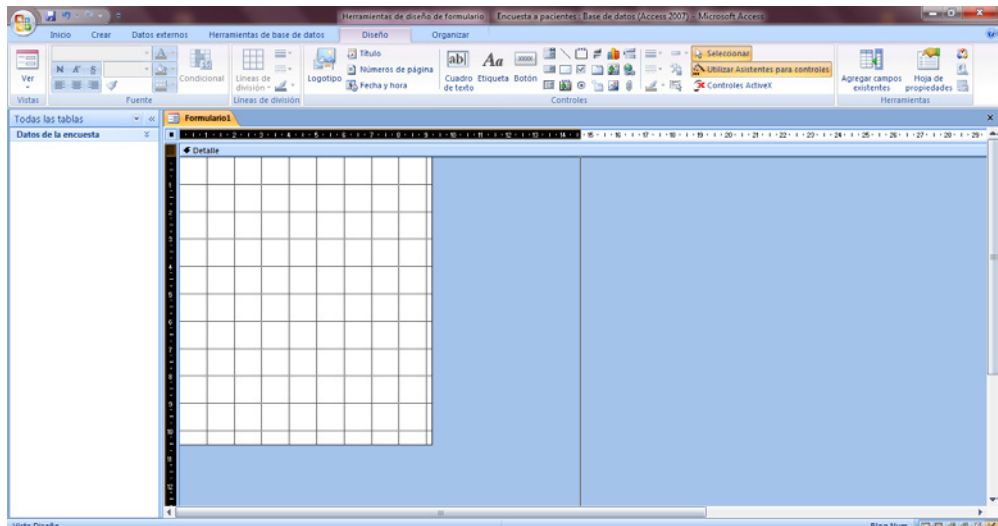
Se abre un cuadro de diálogo a la derecha con varias pestañas (formato, datos, eventos, otras, todas), seleccionamos la pestaña “Datos” y dentro de esta pestaña en “Origen del registro”, en el desplegable, seleccionamos la tabla que hemos creado anteriormente “Datos de la encuesta”.



Cerramos la ventana de las propiedades del formulario.

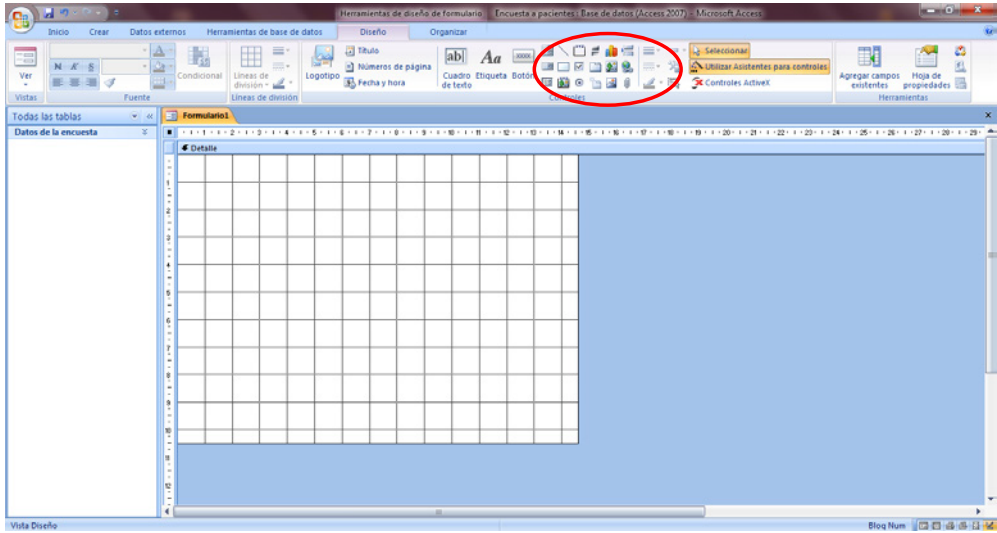


Ajustamos estirando la cuadrícula hacia la derecha y luego hacia abajo para hacerla más grande, según nuestras necesidades.



















En la parte superior, aproximadamente hacia el centro, tenemos todas las herramientas que nos hacen falta para la construcción del formulario.

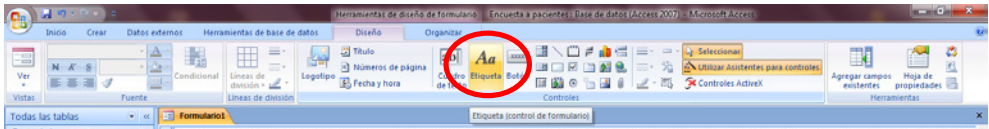
Encuestas de opinión



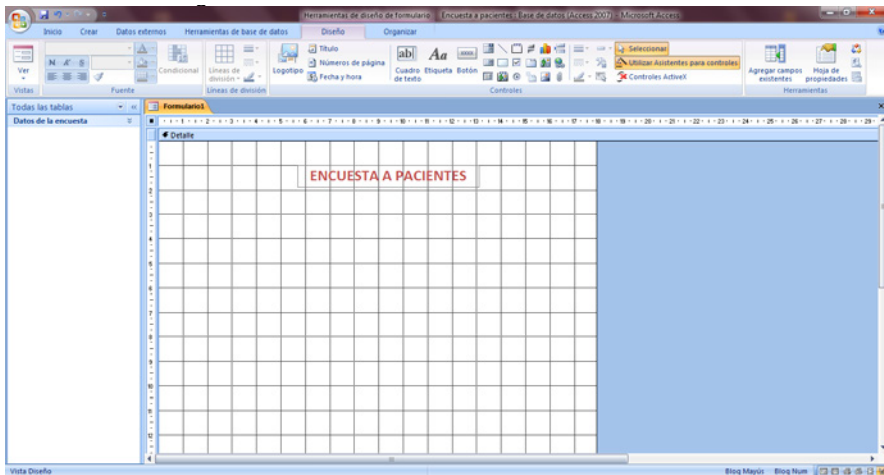
HERRAMIENTAS

	Cuadro de texto	Sirven para mostrar o introducir datos
	Etiqueta	Crea una etiqueta
	Grupo de opciones	Formado por un grupo de casillas de verificación o botones de opción. Sólo permite que se active una opción.
	Botón de opción	Para valores Si/No. Se puede utilizar dentro de un grupo de opciones.
	Casilla de verificación	Para valores Si/No. Se puede utilizar dentro de un grupo de opciones.
	Botón de alternar	Para valores Si/No. No puede utilizarse dentro de un grupo de opciones.
	Cuadro combinado	Permite seleccionar un elemento de una lista o escribir el dato directamente
	Cuadro de lista	Permite seleccionar un elemento de una lista.
	Botón de comando	Inserta un botón que al ser pulsado ejecuta instrucciones.
	Imagen	Inserta un marco para incluir una imagen. No es un objeto OLE. No se edita.
	Marco de objeto dependiente	Inserta un marco para incluir un objeto OLE que depende del valor de un campo.
	Marco de objeto independiente	Inserta un marco para incluir un objeto OLE que no depende del contenido de un campo.
	Subformulario/subinforme	Permite introducir un formulario dentro de otro.
	Salto de página	Cuando el formulario tiene más de una página, así se indica dónde empieza cada una.
	Línea_	Inserta una línea en el formulario.
	Rectángulo_	Inserta un rectángulo.

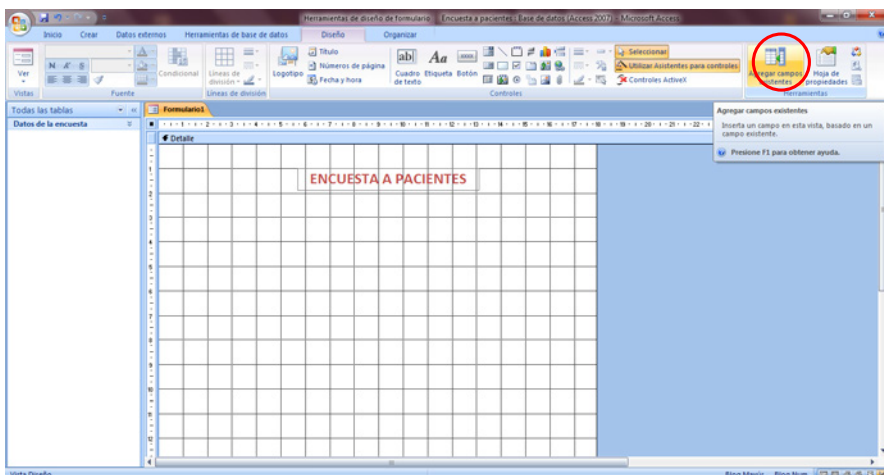
Empleando el botón para crear etiquetas le damos un título a nuestro formulario.



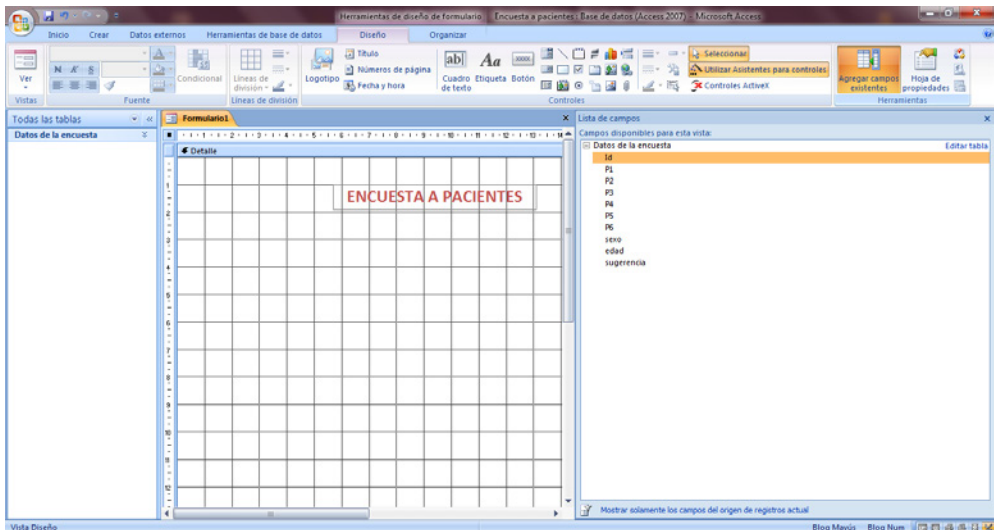
Pinchamos sobre el botón marcado en la figura (Etiqueta) y volvemos a pinchar en la cuadrícula. Luego arrastramos dentro de la cuadrícula y damos formato de color y de tamaño de letra según nuestras necesidades.



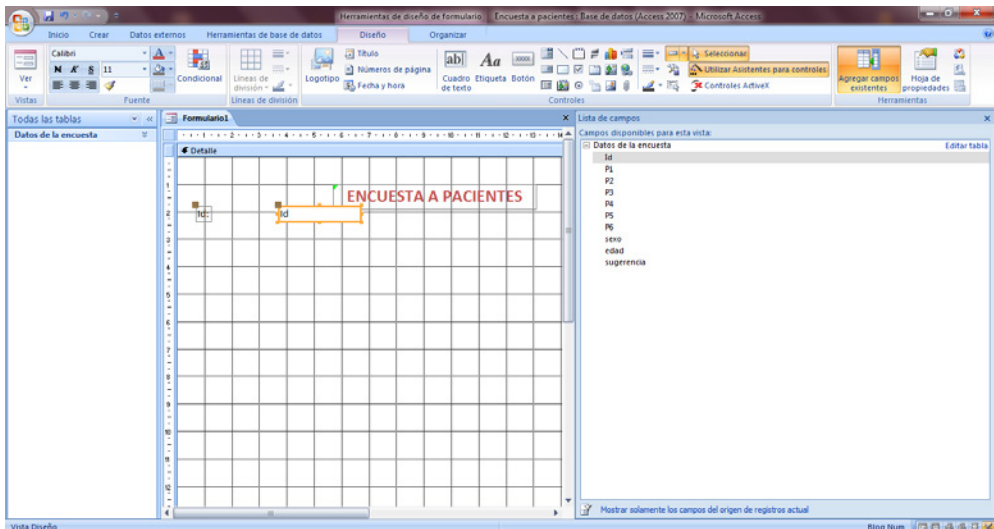
Para introducir en el formulario el campo correspondiente al número de la encuesta, necesitamos la lista de campos de la tabla que hemos creado anteriormente, deberemos pinchar en el botón “AGREGAR CAMPOS EXISTENTES”.



Y debe aparecer la siguiente tabla a la derecha de la pantalla.

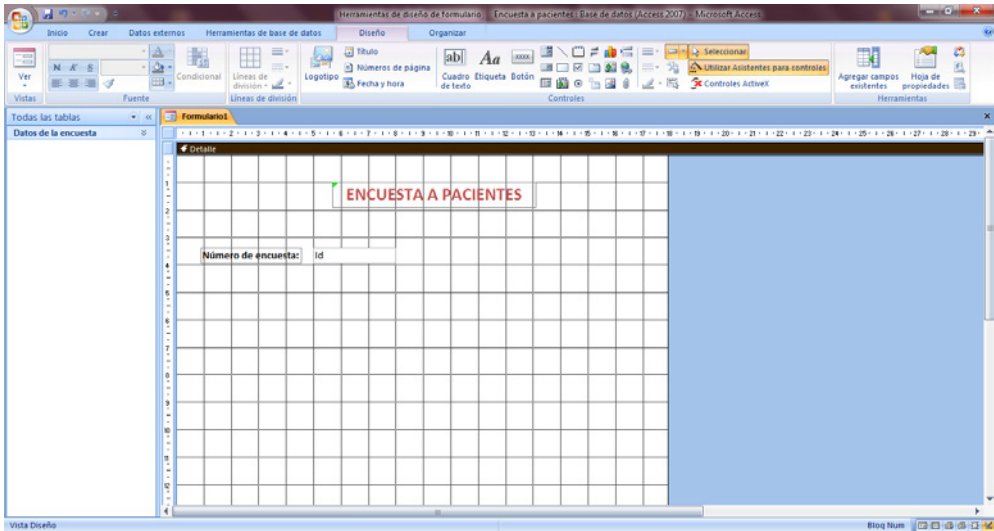


Para crear el primer campo correspondiente al número de identificación de la encuesta, simplemente se pincha dos veces en la tabla de la derecha el campo “Id” y el campo aparece en la cuadrícula (también se puede arrastrar el campo desde la parte de la derecha hasta la cuadrícula).

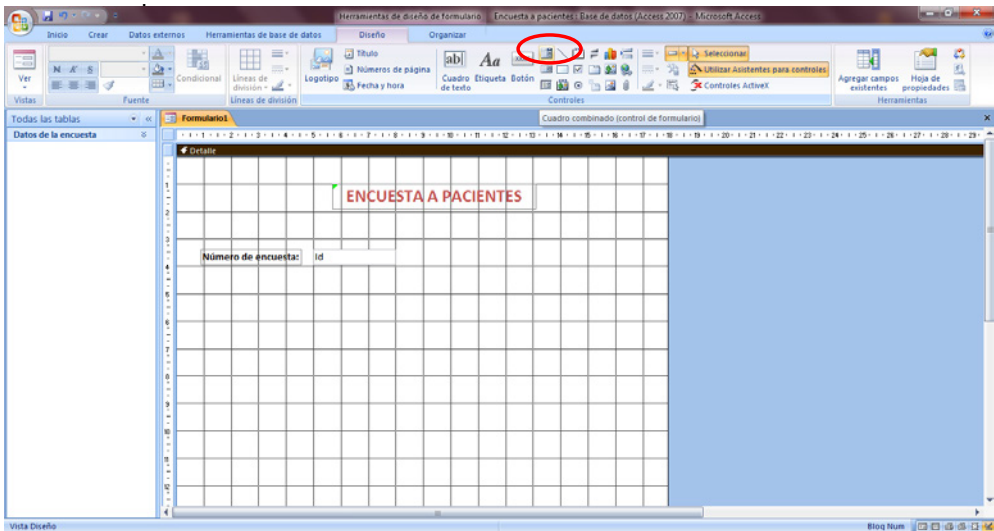


Podemos cambiar la etiqueta e introducir el texto explicativo necesario, pinchando dentro de la etiqueta y cambiando el texto.

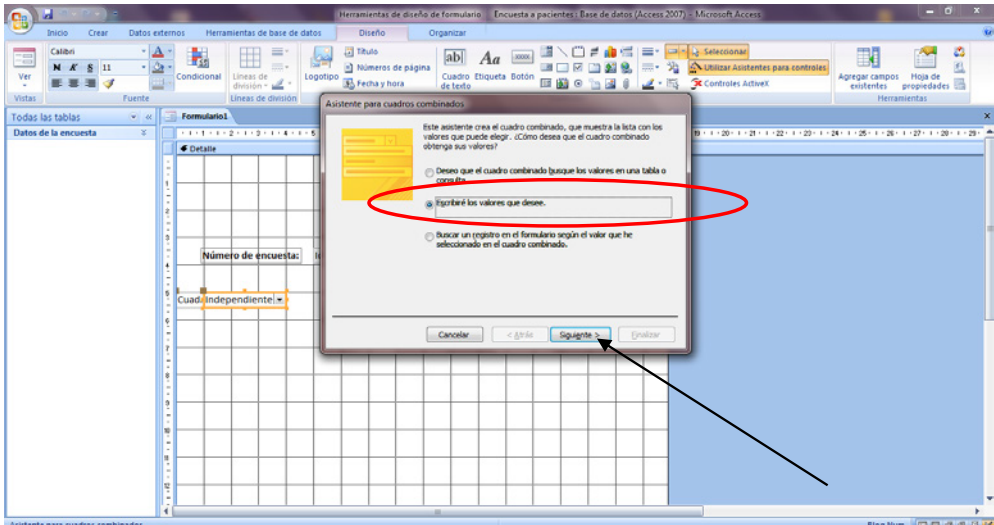
Encuestas de opinión



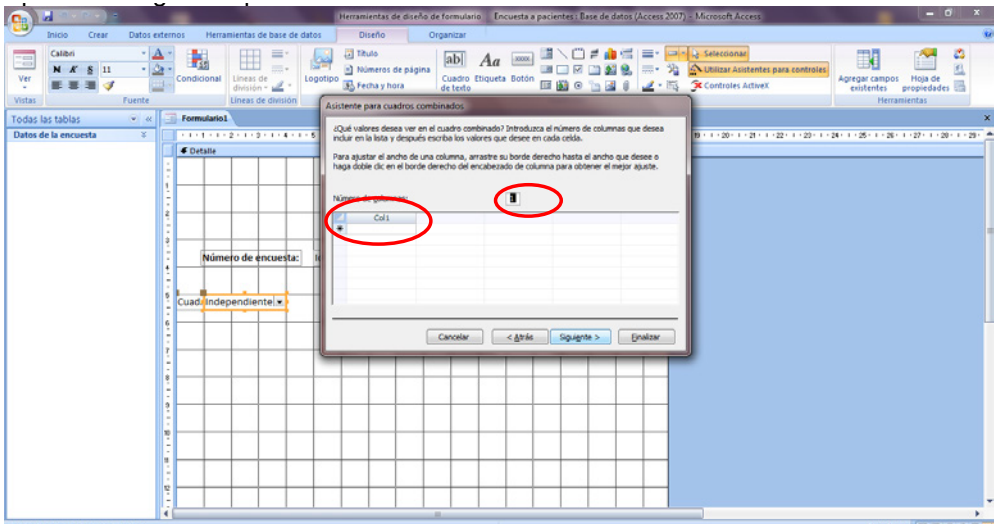
Para crear las preguntas de nuestro cuestionario, vamos a crear listas desplegables para facilitar la introducción de las categorías de los ítems de la encuesta. Para ello, hacemos uso de la herramienta, “Cuadro combinado”, pinchamos en el botón y volvemos a pinchar en la cuadrícula.



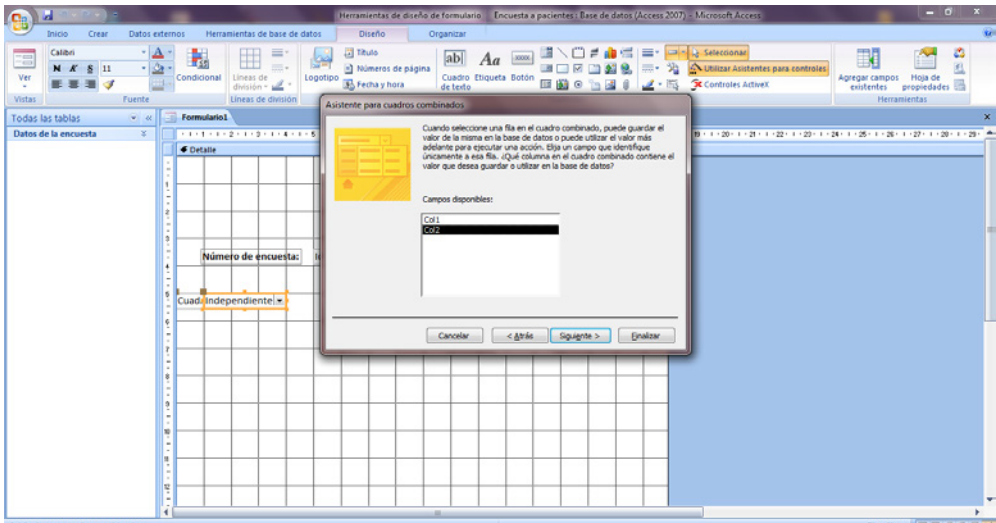
Aparecerá el campo en la cuadrícula y el “Asistente para cuadros combinados”. Le indicaremos la segunda opción “Escribiré los valores que desee” y pulsamos siguiente.



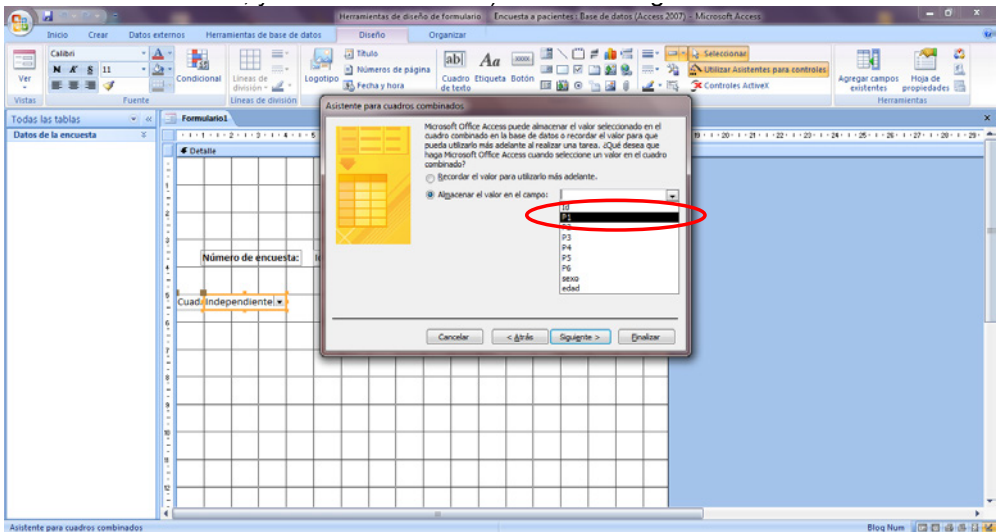
Aparece la siguiente pantalla. Nos situamos dentro de Col1.



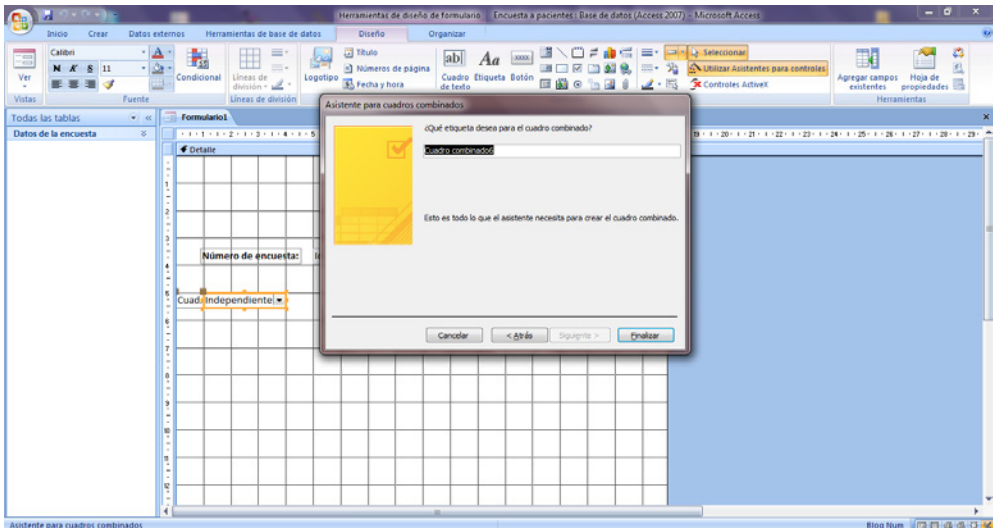
Le indicamos 2 columnas



En la siguiente pantalla, seleccionamos la segunda opción “Almacenar el valor en el campo” y seleccionamos con el desplegable, P1 (porque estamos en la primera pregunta de la encuesta, si estuviéramos haciendo la segunda pregunta, seleccionaríamos P2, y así sucesivamente). Pulsamos siguiente.

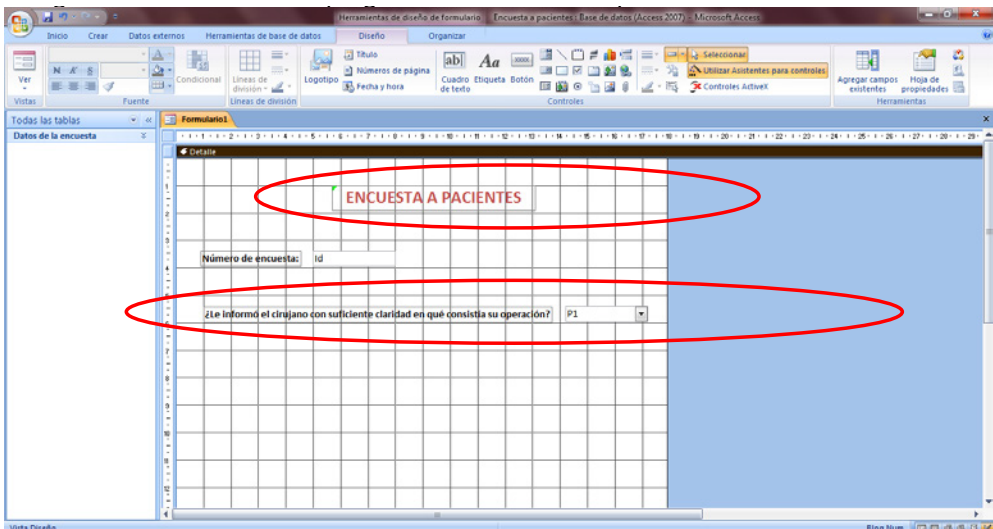


Encuestas de opinión

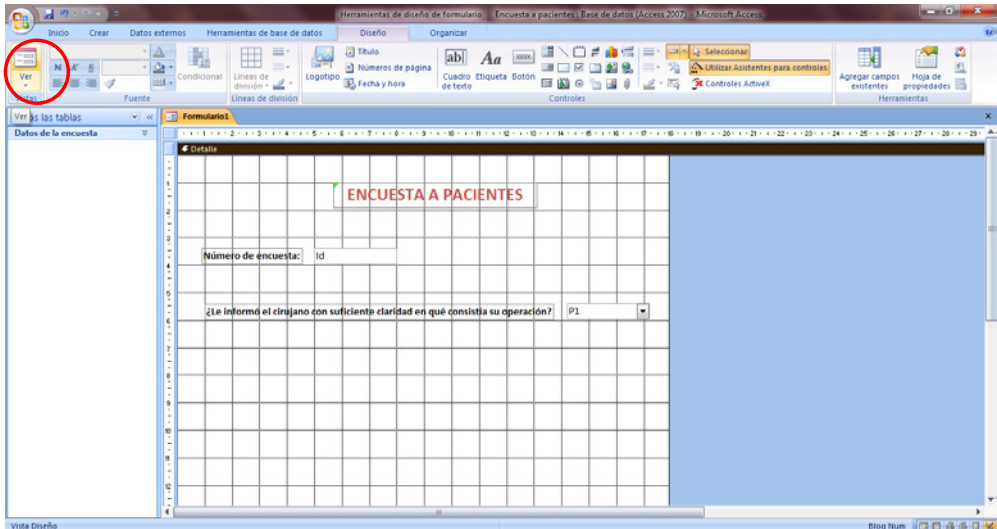


y seleccionamos Finalizar.

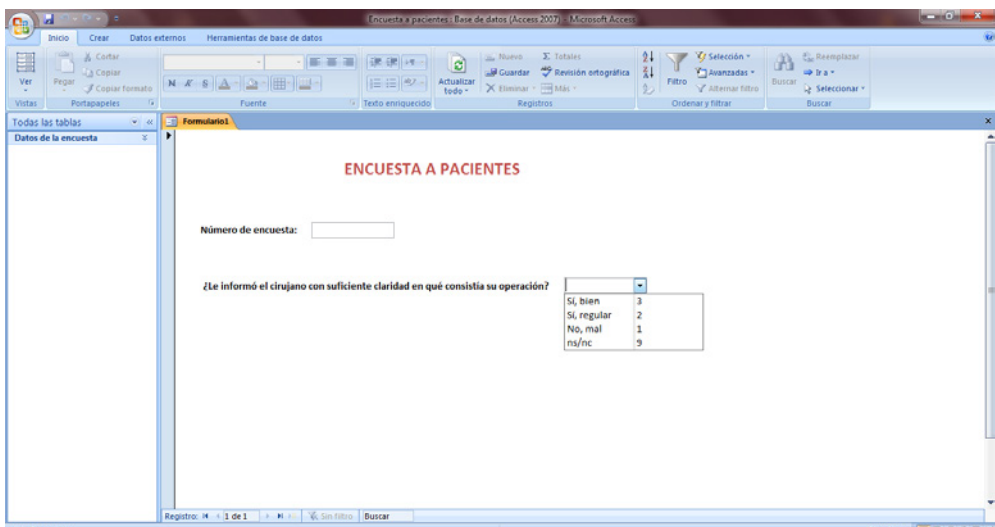
Arreglamos el formato de la pregunta de la encuesta que acabamos de introducir.



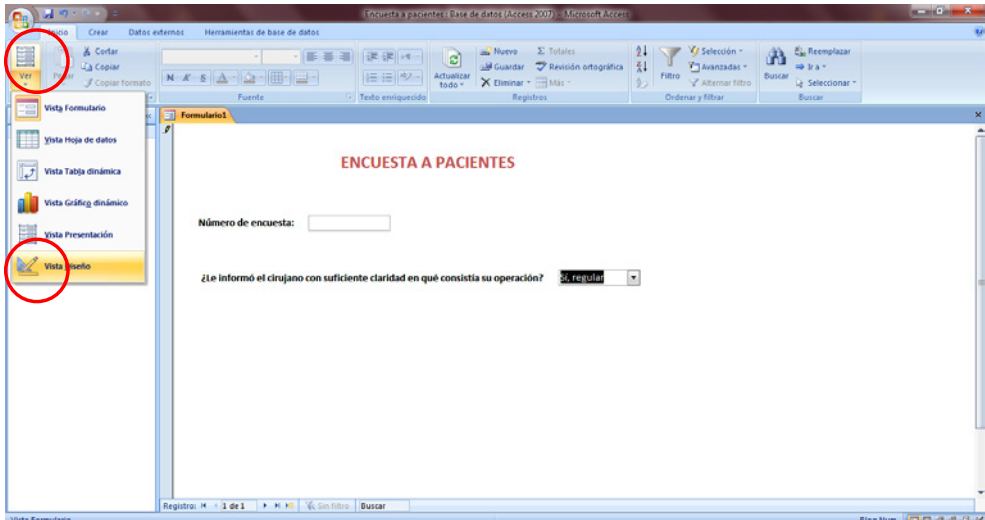
Observamos cómo estamos diseñando el formulario, pulsando al botón “Ver (Vista de formulario)”.



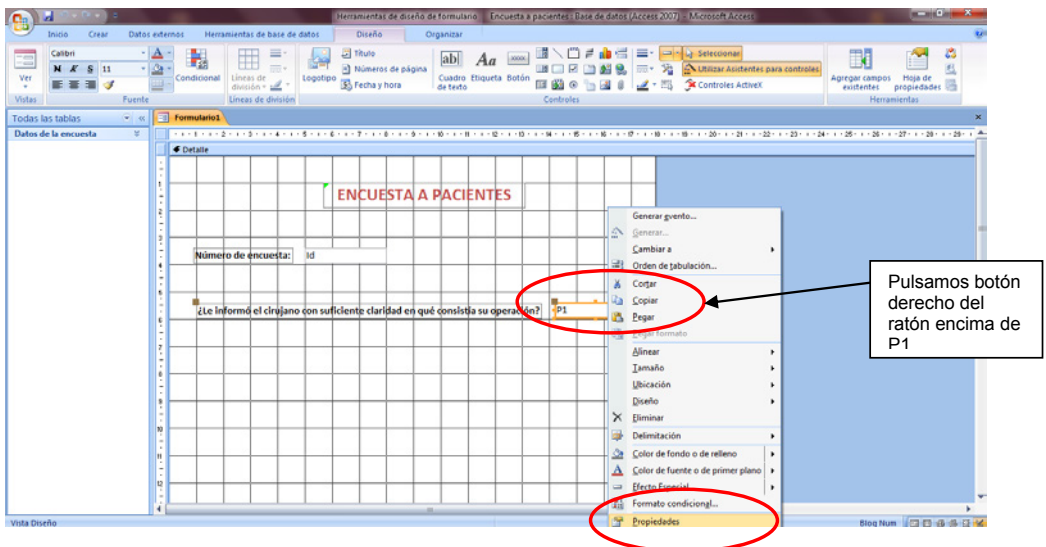
Nos aparecerá el formulario con el diseño tal y como lo vamos a utilizar para la realización de la encuesta.



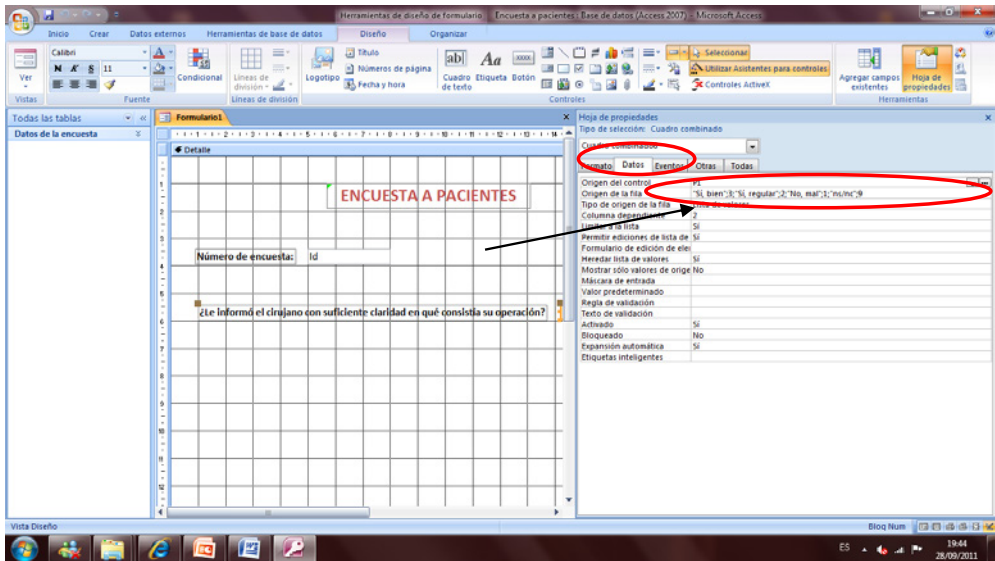
Volvemos a la vista diseño para seguir introduciendo las demás preguntas de la encuesta pulsando el botón indicado en la figura.



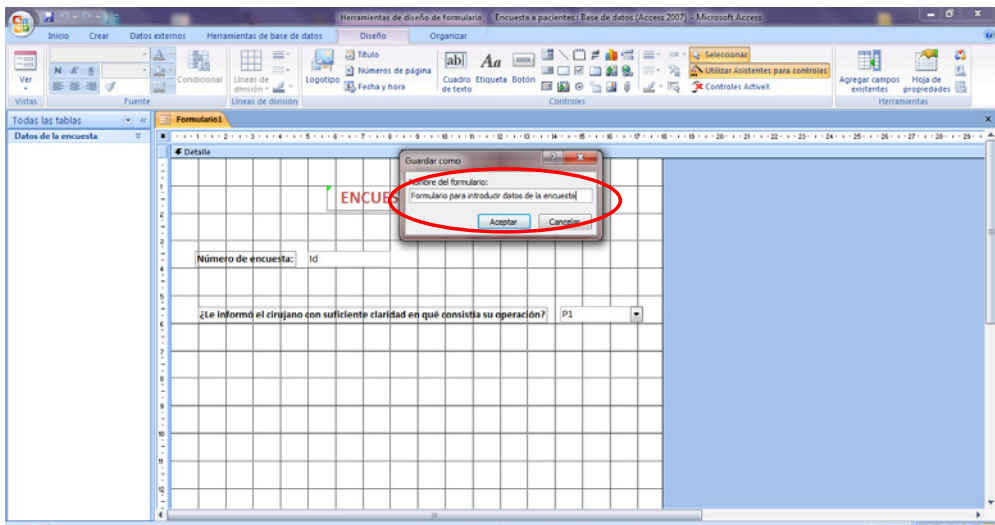
Si nos equivocamos al introducir las categorías de una pregunta, las podemos modificar en la vista diseño. Nos posicionamos encima del campo y pulsamos botón derecho y seleccionamos propiedades.



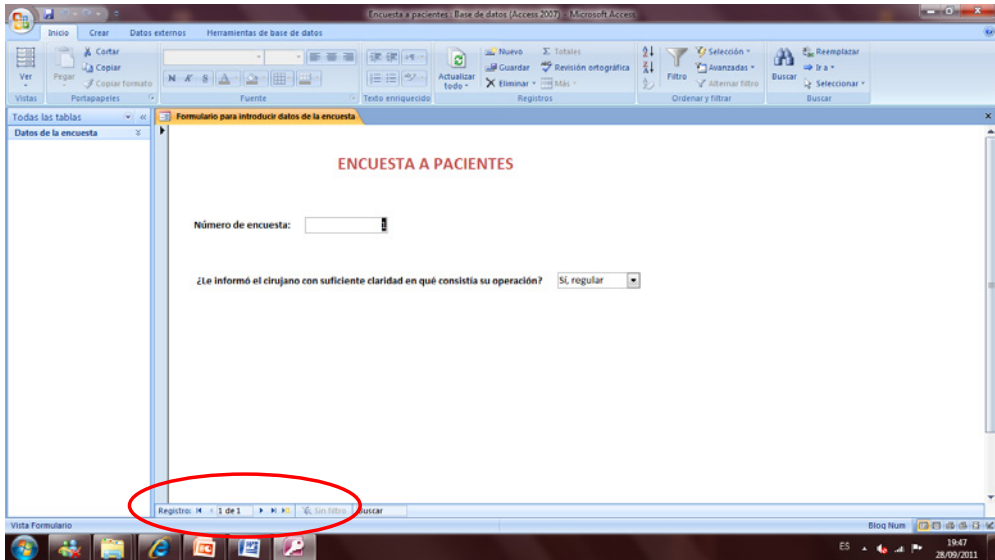
En la ficha Datos, en “Origen de la fila”, podemos cambiar la redacción de las categorías e incluir alguna que se nos haya olvidado anteriormente, siempre entre comillas y separadas por punto y coma.



Guardamos el formulario y nos pedirá un nombre, le llamamos “Introducción datos de la encuesta”, le damos a Aceptar.



Una vez creado el formulario, se pueden introducir todos los datos que se quieran. Nos vamos a vista del formulario y vemos que hay unos botones en la parte inferior. Estos botones se utilizan para moverse entre los diferentes registros.



BIBLIOGRAFÍA

- Casas Anguita J, et al. (2003). La encuesta como técnica de investigación. Elaboración de cuestionarios y tratamiento estadístico de los datos (I). *Aten Primaria* 2003; 31(8):527-38 | 527.
- Galán I, et al. (2004)-Comparación entre encuestas telefónicas y encuestas «cara a cara» domiciliarias en la estimación de hábitos de salud. *Gac Sanit* 2004;18 (6):440-50.
- Rebagliato M, Ruiz I, Arranz M. (1996). *Metodología de investigación en epidemiología*. Ediciones Diaz de Santos.
- Zikmund W. (2003). *Fundamentos de investigación de mercados*. Ediciones Thomson Editores Spain Paraninfo.

