

Formulación de preguntas para analizar **el perfil del consumidor** de comercios electrónicos

Carlos Miguel Amador Ortiz

Abril, 2020



Introducción

Una de las principales técnicas de investigación utilizadas en la mercadotecnia es la encuesta, ya que nos permite obtener información valiosa para identificar el perfil del consumidor en comercios electrónicos.

El correcto diseño de un cuestionario constituye la base de una encuesta exitosa. En esta presentación, verás indicaciones específicas para elaborarlo.



Estructura del cuestionario

Primero es importante que consideras la siguiente estructura del cuestionario:

- ▶ **Título:** claro y congruente, con la información que se espera obtener.
- ▶ **Introducción:** se expone el objetivo del cuestionario, qué tipo de información se requiere y por qué será de utilidad; también, para brindar seguridad a los encuestados, se menciona que la información proporcionada es confidencial.
- ▶ **Datos de clasificación:** son datos básicos de los encuestados como sexo, edad, ocupación, etcétera, que son útiles para el análisis de la información.
- ▶ **Preguntas:** es importante elegir el tipo de preguntas, que sigan un orden lógico y que estén escritas en un lenguaje sencillo y comprensible para el público a quien van dirigidas.



Tipos de preguntas de un cuestionario

Según Fresno (2019), las preguntas de un cuestionario pueden ser tan variadas como los aspectos que se midan a través de este, y podemos hablar de dos tipos de preguntas: cerradas y abiertas.

- ▶ **Abiertas:** el encuestado se expresa libremente para contestar la pregunta.
- ▶ **Cerradas:** el encuestado debe elegir la respuesta de las opciones previamente definidas y proporcionadas en el cuestionario.



Preguntas **cerradas**

Se dividen en:

De selección única: se puede elegir una opción de respuesta.

De selección múltiple: se puede elegir más de una opción de respuesta.

Y pueden ser también:

Dicotómicas: cuando únicamente hay dos opciones para elegir, por ejemplo:

1) Sí, o 2) No.

No dicotómicas: hay más de dos opciones por elegir y están diseñadas en escalas que pueden ser nominales, ordinales, de intervalo y de razón.



Preguntas **de escala**

Las principales **escalas** utilizadas para cuestionarios en ciencias sociales son nominales y ordinales:

- ▶ **Escalas nominales:** las opciones de respuesta no tienen orden o jerarquía, por ejemplo:

1) Inglés 2) Español 3) Francés 4) Portugués

- ▶ **Escalas ordinales:** son ampliamente utilizadas en encuestas de opinión y siguen una jerarquía que va regularmente de peor a mejor, por ejemplo:

1) Insatisfecho 2) Poco satisfecho
3) Satisfecho 4) Muy Satisfecho

Especificaciones para el **diseño del cuestionario**

Para diseñar el cuestionario del perfil del consumidor de comercios electrónicos es importante que consideres lo siguiente:

- 1) Tener claros los indicadores de las variables sobre las que se requiere la información a obtener (socioeconómicas y demográficas, psicológicas, sociales y culturales, y tecnológicas).
- 2) Formula preguntas de cada uno de los indicadores de las variables. Recomendamos las preguntas cerradas, pues son más fáciles de contestar y de analizar. Considera también las dicotómicas o no dicotómicas, de opciones única o múltiple y de escala nominal u ordinal.
- 3) Redacta el título del cuestionario y la introducción.

Especificaciones para el **diseño del cuestionario**

- 4) Considera que, para los datos de clasificación, hay información que obtendrás de las variables socioeconómicas y demográficas: agrega únicamente la que pueda ser útil.
- 5) Una vez terminado el cuestionario, revisa la redacción; después, pídele a alguien que lo conteste y te diga si alguna pregunta no es clara, y corrígelo.
- 6) Publica el cuestionario en una herramienta digital como Google Forms, para que pueda ser contestado en línea; esto te facilitará aplicar las encuestas con el apoyo de un teléfono móvil o una PC y obtener la base de datos para el análisis de resultados.



Referencias bibliográficas

Bernal, C. (2010). *Metodología de la investigación*. 3 ed. Colombia: Pearson.

INEGI. (2013). *Diseño de Cuestionario*. Recuperado de <https://www.inegi.org.mx/app/biblioteca/ficha.html?upc=702825004009>.

Hernández, S. R., & Fernández, C. C. (2014). *Metodología de la investigación* (6a. ed.). México: McGraw Hill.

Hernández, S. R., Méndez, V. S. y Mendoza, T. C. P. (2017). *Fundamentos de investigación*. México: McGraw Hill.

Fresno, C. C. (2019). *Metodología de la investigación: Así de fácil*. Argentina: El Cid Editor:

Agradecimiento

Un agradecimiento especial al equipo que hizo posible que podamos utilizar de forma gratuita plantillas como esta:

- ▶ Plantilla por [SlidesCarnival](#)