

Guía práctica para diseño de encuestas en procesos participativos

-Portal de Participación-

Oficina Transparencia, Integridad y
Participación

27/04/2026

Contenido

| | | |
|-----|---|--------------------------------------|
| 1 | Introducción..... | 3 |
| 1.1 | Objetivo de la guía | 3 |
| 1.2 | Qué es esta guía | 4 |
| 1.3 | Qué no es esta guía..... | 4 |
| 1.4 | Reparto de roles: dónde poner cada responsabilidad..... | 5 |
| 2 | El proceso participativo: ¿qué es y fases?..... | 5 |
| 2.1 | ¿Qué es un proceso participativo?..... | 5 |
| 2.2 | El Portal de Participación..... | 6 |
| 2.3 | Fases del proceso participativo..... | 6 |
| 3 | Criterios básicos para el diseño de encuestas en procesos participativos..... | 7 |
| 3.1 | ¿Cuándo es adecuada una encuesta? | 7 |
| 3.2 | Importancia de definir bien el objetivo | 8 |
| 3.3 | Identificación del público destinatario..... | 8 |
| 3.4 | Claridad y simplicidad en las preguntas..... | 8 |
| 3.5 | Estructura y duración del cuestionario | 9 |
| 4 | Casos específicos de uso de formularios de encuestas en procesos participativos | 10 |
| 4.1 | Evaluación de políticas públicas o servicios..... | 10 |
| 4.2 | Procesos de participación interna..... | 11 |
| 5 | Plan de comunicación | 12 |
| 6 | Importancia de la fase de retorno de resultados | 12 |
| | ANEXO 1. Checklist para el diseño de encuestas en procesos participativos..... | 14 |
| | (lista de verificación previa al envío del cuestionario)..... | ¡Error! Marcador no definido. |
| | Anexo2. Los formatos de las preguntas..... | 17 |

1 Introducción

1.1 Objetivo de la guía

Los **formularios de encuesta son uno de los instrumentos más utilizados** en los procesos participativos para recoger la opinión de la ciudadanía y de colectivos específicos. **Bien diseñadas**, permiten obtener información estructurada, comparable y útil para orientar la toma de decisiones públicas. Sin embargo, cuando no se definen adecuadamente sus objetivos, su público destinatario o la formulación de las preguntas, los resultados obtenidos pueden ser difíciles de interpretar y de escasa utilidad práctica.

Esta **guía práctica está dirigida a los órganos gestores** de la Junta de Comunidades de Castilla-La Mancha (JCCM) que diseñan formularios de encuestas en el marco de procesos participativos dentro del [Portal de Participación](#). Su finalidad es ofrecer un **marco sencillo de referencia** que ayude a decidir cuándo una encuesta es el instrumento adecuado y cómo plantearla correctamente. La guía se estructura en **dos partes complementarias**:

- Una **parte explicativa inicial**, que recoge los criterios básicos que conviene tener en cuenta antes y durante el diseño de una encuesta.
- **Anexos**.
 - I. **Checklist** para el diseño de encuestas en procesos participativo.
 - II. Un muestrario del tipo de preguntas que permite diseñar la aplicación de diseño de encuestas **Limesurvey**.

La guía no sustituye el acompañamiento técnico de las Unidades de Participación, sino que pretende **facilitar el trabajo previo de los órganos gestores**, mejorando la calidad de las encuestas y, en consecuencia, la utilidad de los resultados obtenidos. Para cualquier duda o aclaración sobre el diseño de un formulario de encuesta para procesos participativos impulsados a través del [Portal de Participación](#), puede contactar la Unidad de Participación de su consejería u organismo autónomo, o con la Oficina de Transparencia, Integridad y Participación (gestionparticipacion@jccm.es)



1.2 Qué es esta guía

Esta guía establece criterios básicos de calidad y coherencia para el diseño de encuestas en procesos participativos, con el fin de mejorar la utilidad de los resultados y facilitar su correcta interpretación.

Esta guía es:

Un instrumento de orientación previa.

Un marco mínimo de calidad ex ante.

Una ayuda para tomar decisiones informadas,
no un manual técnico.

1.3 Qué no es esta guía

La guía no pretende cubrir todos los aspectos técnicos del diseño de encuestas ni sustituir el asesoramiento especializado.

No es:

Un manual exhaustivo de investigación social.

Un recetario cerrado de preguntas.

Un sustituto del acompañamiento técnico.

1.4 Reparto de roles: dónde poner cada responsabilidad

El órgano gestor es responsable de definir el sentido, los objetivos y el contenido de la encuesta, con el apoyo técnico de la Unidad de Participación y/o la Oficina de Transparencia, Integridad y Participación:

| Actor | Rol que debería desprenderse de la guía |
|--|---|
| Órgano gestor | Define objetivos, público, contenido sustantivo, pertinencia de la encuesta |
| Unidad de Participación | Acompaña, revisa, implementa técnicamente y asesora |
| Servicio de Participación Ciudadana de la OTIP | Coherencia del proceso y asesora |
| Portal de Participación | Canal, visibilidad |

Nota: El personal del órgano gestor será el responsable de elaborar el formulario de encuesta y de enviarlo en formato Word o PDF a la Unidad de Participación de su consejería, que será la encargada de implementar la encuesta en la **aplicación LimeSurvey**. En todo momento se contará con el apoyo de la Unidad de Participación y del Servicio de Participación Ciudadana de la OTIP.

2 El proceso participativo: ¿qué es y fases?

2.1 ¿Qué es un proceso participativo?

Un proceso participativo es una actuación regulada en la Ley 8/2019 de Participación de Castilla-La Mancha mediante la cual la Administración regional abre un espacio ordenado para que la ciudadanía, las entidades y otros actores sociales puedan opinar, aportar propuestas o compartir su experiencia sobre una política pública.

El proceso participativo tiene como finalidad mejorar la calidad y legitimidad de las decisiones públicas, incorporando conocimiento ciudadano y experto, sin sustituir en ningún caso la responsabilidad final del órgano gestor.

En los procedimientos de elaboración normativa, el proceso participativo se sitúa entre la consulta pública previa y el trámite de información pública, en un momento en el que la propuesta aún no está cerrada y puede incorporar aportaciones relevantes.

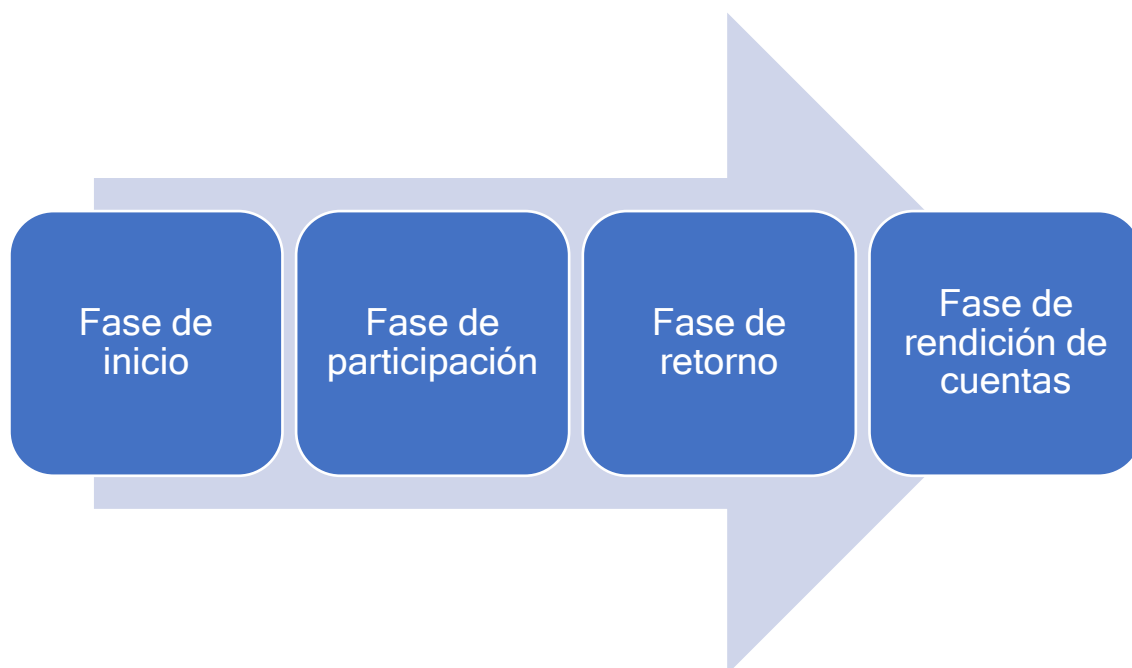
2.2 El Portal de Participación

Los procesos participativos se impulsan a través del [Portal de Participación de Castilla-La Mancha](#), que actúa como el canal institucional común para informar, convocar la participación, recoger aportaciones y comunicar resultados.

El uso del Portal garantiza visibilidad, transparencia y trazabilidad del proceso, pero no sustituye la responsabilidad del órgano gestor en la definición del contenido del proceso ni en el uso de los resultados.

2.3 Fases del proceso participativo

Todo proceso participativo se desarrolla siguiendo una estructura común en cuatro fases, que permite entender la participación como un proceso completo y coherente.



Fase de inicio

En esta fase se impulsa formalmente el proceso mediante un Acuerdo de Inicio y se diseña el plan de comunicación. El órgano gestor define el objeto, los objetivos, el público destinatario y los instrumentos de participación, y se publica el proceso en el Portal de Participación. Su objetivo es explicar el sentido y el alcance de la participación. El modelo del Acuerdo de Inicio y de la ficha del plan de comunicación será facilitado por la Unidad de Participación.

Fase de participación

Es la fase en la que se recogen las aportaciones de la ciudadanía. Puede realizarse mediante uno o varios instrumentos, como aportaciones online, **formulario de encuestas**, foros, jornadas o reuniones de expertos.

Las **encuestas** son uno de los posibles instrumentos y deben utilizarse siempre como parte del proceso participativo, no de manera aislada.

Fase de retorno

Consiste en informar a la ciudadanía sobre los resultados del proceso. Se elabora un informe final de conclusiones del proceso participativo y de los resultados de la encuesta, y, en su caso, qué aportaciones se incorporan. El retorno es un elemento esencial de transparencia y calidad democrática.

Fase de rendición de cuentas

Hace visible la relación entre el proceso participativo y la decisión final adoptada, mediante la referencia o enlace a la norma, plan o actuación aprobada. Refuerza la confianza y la trazabilidad del proceso.

3 Criterios básicos para el diseño de encuestas en procesos participativos

3.1 ¿Cuándo es adecuada una encuesta?

La encuesta es especialmente útil cuando se necesita conocer opiniones generales, valoraciones o prioridades de un colectivo amplio, y cuando el proceso participativo se encuentra en una fase inicial (por ejemplo, en el diseño de planes, programas o estrategias aún no cerrados), o en su evaluación intermedia o final. Ejemplo:



[Proceso participativo Estrategia Regional para la promoción de hábitos de vida saludable sobre nutrición, ejercicio físico y prevención de la obesidad en Castilla-La Mancha](#).

Cuando el objetivo es profundizar en cuestiones complejas, contrastar propuestas concretas o generar deliberación, la encuesta debe combinarse con otros instrumentos de participación (aportaciones online, foros, reuniones o encuentros presenciales). Ejemplo:



[Proceso participativo proyecto Salud y Sociedad: construcción de un modelo de participación social en salud en Castilla-La Mancha](#)



[Proceso Participativo correspondiente al Plan Regional de control de Especies Exóticas Invasoras de Castilla-La Mancha](#)



3.2 Importancia de definir bien el objetivo

Toda encuesta debe responder a un objetivo claro y concreto. Antes de formular preguntas, es necesario identificar qué decisiones se quieren apoyar con los resultados y qué información es realmente necesaria para ello. Cada pregunta incluida en el cuestionario debe tener una relación directa con ese objetivo.



[Proceso participativo sobre el Portal de Mapas de Castilla-La Mancha: evaluación e impactos en la sociedad y en el sector público regional](#)

3.3 Identificación del público destinatario

Definir correctamente el **público objetivo es esencial** para utilizar un lenguaje adecuado, seleccionar los formatos de pregunta más apropiados e interpretar correctamente los resultados. Una definición imprecisa del público puede conducir a conclusiones erróneas, aunque la encuesta esté bien ejecutada desde el punto de vista técnico.



[Actuación participativa para la elaboración de un Plan Integral de Juventud en Castilla-La Mancha](#)

En aquellos procesos participativos en los que **coexisten públicos objetivo claramente diferenciados** (por ejemplo, ciudadanía en general, profesionales, entidades o personas usuarias de un servicio), conviene valorar la realización de encuestas diferenciadas para cada perfil, adaptando el lenguaje, el contenido y el enfoque de las preguntas. Ejemplo:



[Proceso participativo para la Humanización de la Asistencia Sanitaria de Castilla-La Mancha](#)



[Proceso Participativo Plan de Acción 2026-2030 de la Estrategia de Educación Ambiental de Castilla-La Mancha, Horizonte 2030](#)

3.4 Claridad y simplicidad en las preguntas

Cuando las encuestas vayan dirigidas a la **ciudadanía en general**, las preguntas deben formularse con un **lenguaje claro y sencillo**, evitando tecnicismos innecesarios, juicios de valor o formulaciones que sugieran una respuesta concreta. Cada pregunta debe referirse a una sola idea y permitir respuestas comprensibles y analizables.



[Proceso Participativo de la Carta de Servicios de Transporte Escolar de Castilla-La Mancha](#)

La **obligatoriedad de las preguntas** debe limitarse a aquellos casos estrictamente necesarios. En los procesos participativos, es preferible permitir la no respuesta antes que forzar contestaciones que puedan afectar a la calidad y fiabilidad de los datos obtenidos.

En caso de que las encuestas vayan dirigidas a **profesionales del sector, agentes sociales o colectivos** especialmente sensibilizados o formados en la materia, quizás tenga sentido plantear un tipo de preguntas de carácter técnico.



[Proceso participativo sobre la Revisión intermedia 2025 de la Estrategia regional frente a la despoblación en Castilla-La Mancha.](#)

3.5 Estructura y duración del cuestionario

Un cuestionario bien estructurado mejora la tasa de respuesta y la calidad de la información obtenida. Se recomienda ordenar las preguntas de lo general a lo específico, agruparlas en bloques temáticos y limitar la duración total de la encuesta, especialmente cuando va dirigida a la ciudadanía en general.

Es interesante incluir un **bloque estadístico de análisis del perfil del participante**. Se sugiere situar el bloque de datos identificativos al **final del cuestionario**. Esta disposición **favorece una mayor tasa de respuesta y reduce el abandono temprano**, ya que permite que las personas participantes expresen primero su opinión y experiencia sobre la materia objeto del proceso. Además, incluso en aquellos casos en los que el cuestionario no se complete íntegramente, se preservan las respuestas sustantivas ya aportadas, lo que mejora el aprovechamiento global de la información recogida.

Regla de oro: mejor pocas preguntas bien pensadas que muchas preguntas poco útiles

Se recomienda que una encuesta dirigida a la **ciudadanía en general no tenga más de 10 preguntas o que el tiempo estimado de cumplimentación no exceda de 5 minutos**.



[Proceso Participativo de la Carta de Servicios de Transporte Escolar de Castilla-La Mancha](#)

En caso de que las encuestas vayan dirigidas a **profesionales del sector**, agentes sociales o colectivos especialmente sensibilizados o formados en la materia, se puede valorar diseñar encuestas con un mayor número de preguntas o con mayor tiempo de cumplimentación.



[Proceso participativo correspondiente al Anteproyecto de la Ley de Accesibilidad Universal en Castilla-La Mancha](#)

4 Casos específicos de uso de formularios de encuestas en procesos participativos

Además de los procesos participativos dirigidos a la ciudadanía en general, el instrumento de formulario de recogida de datos mediante encuestas puede utilizarse en otros contextos específicos. En estos casos, es necesario extremar algunos criterios de diseño y uso para garantizar la calidad de la información obtenida y la correcta interpretación de los resultados.

4.1 Evaluación de políticas públicas o servicios

Las encuestas también pueden utilizarse como instrumento complementario en la evaluación de políticas públicas, planes, programas o servicios. En este contexto, conviene tener en cuenta que:

- La encuesta permite incorporar una dimensión participativa a la evaluación, recogiendo la percepción, experiencia y valoración subjetiva de las personas destinatarias o afectadas por una política pública.
- No sustituye a otros componentes de la evaluación, como el análisis de indicadores objetivos, los estudios de impacto o las evaluaciones técnicas especializadas.
- Resulta especialmente útil en fases intermedias o finales, para valorar el grado de satisfacción, la adecuación de las actuaciones o la identificación de áreas de mejora desde el punto de vista de las personas usuarias.
- Es recomendable explicitar siempre qué aspectos de la evaluación se abordan mediante la encuesta y cuáles quedan fuera de su alcance.

Las encuestas pueden aportar información relevante para la toma de decisiones públicas, pero no constituyen por sí solas una evaluación completa de una política pública.



[Proceso participativo sobre la Revisión intermedia 2025 de la Estrategia regional frente a la despoblación en Castilla-La Mancha](#)



[Proceso participativo de encuesta de satisfacción para personas que hayan contactado con la nueva línea sobre atención sanitaria: "Salud Responde"](#)



[Proceso participativo sobre el Portal de Mapas de Castilla-La Mancha: evaluación e impactos en la sociedad y en el sector público regional](#)



[Proceso participativo sobre el Boletín electrónico Castilla-La Mancha Región de Europa](#)

4.2 Procesos de participación interna

Los formularios de encuestas en procesos de participación interna se dirigen al personal de la propia organización y presentan características diferenciadas respecto a las encuestas dirigidas a la ciudadanía.

En este tipo de procesos es especialmente importante tener en cuenta los siguientes aspectos:

- El público destinatario no participa en condiciones de plena simetría, por lo que deben extremarse las garantías de anonimato, confidencialidad y voluntariedad real.
- El lenguaje y el enfoque de las preguntas deben evitar cualquier sesgo evaluador o percepción de control del desempeño individual, diferenciando claramente la participación interna de los procesos de gestión de recursos humanos.
- Deben evitarse preguntas que permitan la identificación indirecta de personas o unidades pequeñas, especialmente cuando se solicitan valoraciones críticas.
- La encuesta es especialmente adecuada para recoger percepciones, experiencias, dificultades operativas y propuestas de mejora, pero no para evaluar rendimientos individuales.

En los procesos de participación interna, la confianza del personal participante es un requisito metodológico esencial para la validez de los resultados.



[Proceso Participativo del Plan Estratégico de Participación Ciudadana 2025–2030](#)



[Proceso participativo correspondiente al Plan Estratégico del Dato de Castilla-La Mancha](#)



[Proceso participativo proyecto Salud y Sociedad: construcción de un modelo de participación social en salud en Castilla-La Mancha](#)



[Proceso participativo correspondiente al Anteproyecto de la Ley de Accesibilidad Universal en Castilla-La Mancha](#)



5 El plan de comunicación

El éxito de un proceso participativo no depende únicamente de la calidad técnica del instrumento utilizado, sino también de la capacidad para **informar, convocar y motivar a las personas destinatarias**. En este sentido, la encuesta debe integrarse en un plan de comunicación coherente, alineado con los objetivos del proceso participativo.

Un plan de comunicación adecuado permite:

- Explicar el sentido del proceso participativo, clarificando por qué se solicita la participación, qué se va a hacer con las aportaciones y cómo pueden influir en la toma de decisiones.
- Identificar y activar los canales más adecuados para llegar al público objetivo (Portal de Participación, redes sociales, webs institucionales, comunicaciones sectoriales, etc.).
- Incrementar la tasa de participación, evitando una difusión limitada o meramente formal.
- Evitar interpretaciones erróneas sobre el alcance de la encuesta o sobre las expectativas de impacto de los resultados.



La comunicación no debe entenderse como un elemento accesorio, sino como una parte sustantiva del diseño del proceso participativo

La Unidad de Participación de su consejería u organismo autónomo le proporcionará un modelo de plan de comunicación para que se cumplimente al comienzo del proceso.

6 Importancia de la fase de retorno de resultados

La fase de retorno constituye un elemento esencial de cualquier proceso participativo. Informar a las personas participantes sobre los resultados obtenidos y el uso que se hará de sus aportaciones es una cuestión de calidad democrática, transparencia y legitimidad institucional. Un adecuado retorno de resultados permite:

- Reconocer el valor del tiempo y del conocimiento aportado por las personas participantes.
- Reforzar la confianza en los procesos participativos, evitando la percepción de participación meramente simbólica.
- Mejorar la comprensión pública de las decisiones adoptadas, incluso cuando no todas las aportaciones puedan incorporarse.
- Facilitar futuros procesos participativos, al generar experiencias positivas y expectativas realistas.

El retorno debe ser:

- Comprensible, utilizando un lenguaje claro y accesible.
- Proporcionado, sin necesidad de reproducir análisis técnicos complejos.
- Honesto y transparente, explicando qué propuestas se incorporan, cuáles no y por qué.
- Coherente con los objetivos iniciales del proceso participativo.

Se **recomienda analizar el conjunto de las respuestas recibidas**, incluidas aquellas encuestas no completadas, siempre que su estado de cumplimentación y la calidad de la información lo permitan. Las respuestas parciales pueden aportar indicios útiles sobre percepciones, prioridades o dificultades del propio cuestionario, aunque deben ser tratadas con cautela y diferenciadas claramente de las encuestas completas en el análisis y en el retorno de resultados.

La ausencia de una fase de retorno debilita el conjunto del proceso, por lo que debe considerarse un compromiso inherente a la convocatoria de la participación, y no una acción opcional o secundaria.



ANEXO 1. Checklist para el diseño de encuestas en procesos participativos

1. Definición del marco de la encuesta

- ¿Se ha definido claramente el objetivo de la encuesta y la decisión pública que se pretende apoyar con sus resultados?
- ¿Se ha verificado que la encuesta es el instrumento adecuado para este momento del proceso participativo?
- ¿Se ha valorado si la encuesta debe combinarse con otros instrumentos (aportaciones, foros, reuniones, etc.)?
- ¿Todas las preguntas incluidas están directamente relacionadas con el objetivo de la encuesta?

2. Público destinatario

- ¿Está claramente identificado el público objetivo de la encuesta?
- ¿El lenguaje y el contenido de las preguntas están adaptados a ese público?
- En caso de públicos diferenciados, ¿se ha valorado la conveniencia de encuestas distintas por perfil?
- ¿Se evita utilizar un único cuestionario para públicos con niveles de conocimiento muy diferentes?

3. Diseño de las preguntas

- ¿Las preguntas utilizan un lenguaje claro, sencillo y no técnico (si va dirigida a ciudadanía general)?
- ¿Cada pregunta se refiere a una sola idea o concepto?
- ¿Se evita sugerir respuestas o introducir juicios de valor?
- ¿Las preguntas permiten respuestas comprensibles y analizables?
- ¿Se ha limitado el número de preguntas abiertas a las estrictamente necesarias?

4. Estructura y duración del cuestionario

- ¿Las preguntas están ordenadas de lo general a lo específico?
- ¿El cuestionario está organizado en bloques temáticos claros?
- ¿Se ha situado el bloque de perfil del participante al final?
- ¿La duración estimada de la encuesta es adecuada al público destinatario?

Ciudadanía general: ≤ 10 preguntas / ≤ 5 minutos

Públicos profesionales: duración adaptada y justificada

¿Se ha evitado declarar obligatorias preguntas innecesarias?

5. Calidad y utilidad de los resultados

¿El diseño de la encuesta permite interpretar los resultados sin ambigüedades?

¿Se ha revisado el orden de las preguntas para evitar sesgos o efectos de arrastre?

¿Los resultados esperados serán útiles para la toma de decisiones del órgano gestor?

¿Se ha asumido que el órgano gestor es responsable del sentido y contenido de la encuesta?

6. Casos específicos

6.1. Si se trata de una encuesta en un proceso de participación interna

¿Se garantizan el anonimato y la confidencialidad de las respuestas?

¿La participación es realmente voluntaria, sin consecuencias profesionales?

¿El lenguaje evita cualquier enfoque evaluador o de control individual?

¿Se han evitado preguntas que permitan la identificación indirecta de personas o unidades pequeñas?

¿La encuesta se orienta a percepciones, experiencias y propuestas de mejora, y no al desempeño individual?

6.2. Si la encuesta se utiliza en la evaluación de políticas públicas

¿Se ha clarificado que la encuesta aporta una dimensión participativa, no una evaluación completa?

¿Se ha definido qué aspectos de la política se evalúan mediante la encuesta y cuáles no?

¿La encuesta se dirige a personas usuarias o afectadas directamente por la política?

¿Los resultados se interpretarán junto con otros indicadores y fuentes de información?

7. Revisión final y acompañamiento

¿El cuestionario ha sido revisado desde una perspectiva externa (lenguaje, claridad, extensión)?

¿Se ha validado internamente antes de su envío?

¿Se ha preparado un texto breve de contextualización para las personas participantes?

¿El cuestionario se remite a la Unidad de Participación para su implementación y acompañamiento técnico?

8. Plan de comunicación del proceso participativo

- ¿Se ha cumplimentado la ficha de comunicación que acompaña al proceso participativo?
- ¿Se han identificado los públicos destinatarios de la comunicación, coherentes con el público objetivo de la encuesta?
- ¿Se han seleccionado los canales de difusión adecuados para llegar efectivamente a dichos públicos (Portal de Participación, web institucional, redes sociales, canales sectoriales, comunicaciones internas, etc.)?
- ¿Se ha previsto una fase previa de difusión, suficiente para que las personas destinatarias conozcan el proceso antes de la apertura de la encuesta?
- ¿Se contempla una fase de seguimiento o recordatorio durante el periodo de recogida de respuestas?

Anexo2. Los formatos de las preguntas en Limesurvey

Las preguntas se pueden redactar mediante varios formatos. Algunos tipos son más efectivos que otros, según el tipo de información que se busca en la encuesta. Los más frecuentes en la aplicación Limesurvey son:

- **Pregunta de opción única:** este es el tipo más básico de pregunta. Se pide al entrevistado que seleccione una de dos respuestas; por ejemplo, "sí" o "no", "masculino" o "femenino". Ejemplo:

9
¿Tienes teléfono móvil propio?

Sí No

- **Pregunta de opción múltiple con una sola respuesta:** este tipo de pregunta ofrece varias opciones de respuesta al entrevistado, de las cuales el entrevistado debe elegir sólo una. Por ejemplo, rango de edad (20–29, 30–39, etc.) o provincia.

Edad

📌 Seleccione una de las siguientes opciones

- 16 a 25 años
- 25 a 50 años
- mayor de 50 años

- **Pregunta de opción múltiple con más de una respuesta:** este tipo de pregunta ofrece varias opciones al entrevistado y permite más de una respuesta.

17

Servicios que sueles utilizar frecuentemente:

● Marque las opciones que correspondan

- Chatear (WhatsApp...)
- Escuchar música
- Ver películas
- Buscar información para estudios o trabajo
- Correos electrónicos
- Participar en foros
- Jugar a videojuegos
- Jugar - apuestas

- **Pregunta de ranking:** esta pregunta pide al entrevistado que ordene o califique por rango de varias opciones. Por ejemplo, del primero al último, o del mejor al peor.

Coloque del 1 a 10, siendo el 1 lo más importante y el 10 lo menos importante, cuales son las funciones que debería priorizar, para usted, la coordinación autonómica de trasplantes:

Doble clic o arrastrar y soltar elementos de la lista de la izquierda para moverlos a la derecha. El elemento de mayor prioridad debe estar en la parte superior, mientras el menos prioritario debe estar en la posición más baja.

● Por favor seleccione como máximo 10 respuestas

Opciones disponibles

| |
|---|
| Solicitudes para ser donante de progenitores hematopoyéticos. |
| Realización de campañas de sensibilización y promoción de la donación tanto participando con los diversos medios audiovisuales como realizado divulgación y concienciación mediante charlas y difundiendo material didáctico. |
| Participación en el Programa de Garantía de Calidad en el proceso de donación de la Organización Nacional de Trasplantes (ONT). |
| Solicitudes de la tarjeta de donante. |

Su Clasificación

| |
|--|
| |
|--|

- **Pregunta de matriz general o matriz de ponderación:** esta pregunta pide al entrevistado que ordene o califique por rango las opciones, asignando un valor numérico, o peso a cada respuesta posible. Varias respuestas pueden tener el mismo peso, a diferencia de las preguntas de calificación por rango en donde dos respuestas no pueden estar en la misma posición.

| | Muy fiable | Poco fiable | Nada fiable |
|-----------------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|
| Familiares | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Profesores | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Profesionales/expertos | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Internet/Google | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Internet/Redes sociales | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Internet/Web especializadas | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Revistas especializadas | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Periódicos | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |

27

Grado de preocupación por estos temas (tomando como «1» el valor de menor preocupación y «10» el valor de mayor preocupación)

| | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 |
|------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|
| Alimentación | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Ejercicio físico | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Deporte | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |

- Pregunta abierta: esta pregunta pide al entrevistado que describa algo. Por ejemplo, "Proponga mejoras en el servicio". No debe haber más del 5 por ciento de preguntas abiertas en la encuesta.

Pensando en el tema que más te preocupa, ¿por qué te preocupa?

La aplicación LimeSurvey permite hasta 30 tipos de preguntas distintas. A continuación se enumeran y mostramos un ejemplo:

Preguntas de máscara (predeterminadas)

- Ecuación

Equation

How tall are you? (cms)

● Only numbers may be entered in this field.

Your weight? (kgs)

● Only numbers may be entered in this field.

Weight: 125
Height: 200
Your Body Mass Index (BMI) is:31.25

- Entrada Numérica

Introduzca su edad:

● Sólo se pueden introducir números en este campo.

- Entrada Numérica Múltiple

Introduzca sus años de formación y experiencia en la materia:

● Sólo se pueden introducir números en estos campos.

Años de experiencia en la materia:

Años de formación en la materia:

- Fecha/tiempo

Introduzca fecha del suceso:

Formato: dd.mm.aaaa

- Género

Introduzca su género:

Femenino Masculino Sin respuesta

- Mostrar texto

Mostraría un texto que hayamos predefinido. La ciudadanía no tendría que seleccionar nada concreto.

Mostrar texto

Text display

You can write here anything you want -> It will be displayed as text to your survey participants

- Ranking

Se muestra una serie de respuestas para que se coloquen en orden según preferencia/clasificación.

Introduzca su nivel de preferencia de frutos rojos:

Doble clic o arrastrar y soltar elementos de la lista de la izquierda para moverlos a la derecha. El elemento de mayor prioridad debe estar en la parte superior, mientras el menos prioritario debe estar en la posición más baja.

Opciones disponibles

| |
|-----------|
| Fresa |
| Frambuesa |
| Arándano |
| Mora |
| Grosella |

Su Clasificación

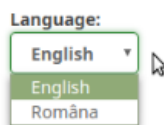
| |
|--|
| |
|--|

- Selección de idioma

No cabría lugar a utilizar este tipo de pregunta puesto que sólo puede elegirse idioma español.

Previsualizar tipo de preguntas

Selección de idioma



LimeSurvey Manual - All question types

[LimeSurvey manual](#)

[LimeSurvey manual](#)

There are 28 questions in this survey.

- Subir ficheros

Si procede, suba una foto para la denuncia:

📎 Por favor cargue como máximo un archivo

[Subir archivos](#)

- Sí/No

¿Conoce el Plan Anual de Artesanía 2023?:

Sí No Sin respuesta

Preguntas de respuesta única

- Elegir del 1 al 5

Elija su nivel de satisfacción (1. Nada satisfecho - 5. Muy satisfecho):

1 2 3 4 5 Sin respuesta

- Lista (Desplegable)

Elija su nivel de satisfacción:

📌 Seleccione una de las siguientes opciones

Por favor escoja... ▾
Por favor escoja...
Muy satisfecho
Satisfecho
Poco satisfecho
Nada satisfecho

- Lista (Radio)

Edad

📌 Seleccione una de las siguientes opciones

16 a 25 años
 25 a 50 años
 mayor de 50 años

- Lista (botones radiales) con comentarios

Elija su nivel de satisfacción:

📌 Seleccione una de las siguientes opciones

Muy satisfecho
 Satisfecho
 Poco satisfecho
 Nada satisfecho
 Sin respuesta

Por favor, escriba la justificación de su respuesta aquí:

Matrices

- Matriz

| | Muy fiable | Poco fiable | Nada fiable |
|-----------------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|
| Familiares | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Profesores | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Profesionales/expertos | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Internet/Google | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Internet/Redes sociales | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Internet/Web especializadas | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Revistas especializadas | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Periódicos | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |

- Matriz (Ampliar, Mantener, Reducir)

Elija en qué partida y en qué sentido modificaría los presupuestos:

| | Aumento | Mismo | Disminución | Sin respuesta |
|---------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|----------------------------------|
| Educación | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input checked="" type="radio"/> |
| Sanidad | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input checked="" type="radio"/> |
| Investigación | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input checked="" type="radio"/> |
| Cultura | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input checked="" type="radio"/> |
| Defensa | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input checked="" type="radio"/> |
| Justicia | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input checked="" type="radio"/> |

- Matriz (Elegir del 1 al 10)

Grado de preocupación por estos temas (tomando como «1» el valor de menor preocupación y «10» el valor de mayor preocupación)

| | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 |
|------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|
| Alimentación | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Ejercicio físico | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Deporte | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |

- Matriz (Elegir del 1 al 5)
Igual que la anterior pero con valores del 1 al 5.

- Matriz (Números)

En cada desplegable se mostraría una serie numérica de valores a elegir. En las opciones podremos elegir en qué número comienza la serie y en cuál termina (0-10, 1-5...)

Puntúe del 1 al 10 cada aspecto del supermercado en cuestión:

| | Precio | Variedad | Calidad |
|-------------|----------------------------------|----------------------------------|----------------------------------|
| Mercadona | <input type="text" value="..."/> | <input type="text" value="..."/> | <input type="text" value="..."/> |
| Ahorramas | <input type="text" value="..."/> | <input type="text" value="..."/> | <input type="text" value="..."/> |
| La Despensa | <input type="text" value="..."/> | <input type="text" value="..."/> | <input type="text" value="..."/> |
| Lidl | <input type="text" value="..."/> | <input type="text" value="..."/> | <input type="text" value="..."/> |

- Matriz (Sí/No/No sé)

Indique si mejoraría cada uno de los siguientes aspectos de la web:

| | Sí | Dudoso | No | Sin respuesta |
|-------------------|----------------------------------|-----------------------|----------------------------------|----------------------------------|
| Gama de colores | <input checked="" type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Formato del texto | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input checked="" type="radio"/> |
| Imágenes | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input checked="" type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Accesibilidad | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input checked="" type="radio"/> | <input type="radio"/> |

- Matriz (Textos)

Indique su consideración sobre las características de estos buscadores:

| | Velocidad | Eficacia | Apariencia |
|------------|----------------------|----------------------|----------------------|
| Google | <input type="text"/> | <input type="text"/> | <input type="text"/> |
| Bing | <input type="text"/> | <input type="text"/> | <input type="text"/> |
| Duckduckgo | <input type="text"/> | <input type="text"/> | <input type="text"/> |

- Matriz de doble eje

Indique su calificación sobre estos aspectos de la web:

| | Importancia | | | | | Satisfacción | | | | | Sin respuesta | |
|-------------------|-----------------------|----------------------------------|-----------------------|-----------------------|----------------------------------|----------------------------------|----------------------------------|----------------------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|----------------------------------|
| | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | | |
| Gama de colores | <input type="radio"/> | <input checked="" type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input checked="" type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Formato del texto | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input checked="" type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input checked="" type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Imágenes | <input type="radio"/> | <input checked="" type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input checked="" type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Accesibilidad | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input checked="" type="radio"/> |

- Matriz en columnas

Indique su calificación sobre estos aspectos de la web:

| | Gama de colores | Formato del texto | Imágenes | Accesibilidad |
|---------------|----------------------------------|----------------------------------|----------------------------------|----------------------------------|
| 1 | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| 2 | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| 3 | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input checked="" type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| 4 | <input checked="" type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| 5 | <input type="radio"/> | <input checked="" type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input checked="" type="radio"/> |
| Sin respuesta | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |

Preguntas de opción múltiple

- Opción múltiple

Servicios que sueles utilizar frecuentemente:

● Marque las opciones que correspondan

- Chatear (WhatsApp...)
- Escuchar música
- Ver películas
- Buscar información para estudios o trabajo
- Correos electrónicos
- Participar en foros
- Jugar a videojuegos
- Jugar - apuestas

- Opción múltiple con comentarios

Servicios que sueles utilizar frecuentemente:

● Comentar sólo si escoge una respuesta.

- Chatear (WhatsApp...)
- Escuchar música
- Ver películas
- Correos electrónicos
- Participar en foros

Preguntas de texto

- Texto libre (línea)

Observaciones:

Se puede limitar el número de caracteres indicándolo en la siguiente opción:

Guardar y cerrar

Editar pregunta: A1 (ID:4202)

Código: Obligatorio

Pregunta:

Observaciones:

Opciones generales

Entrada

Longitud máxima ?

Estadísticas

Lógica

Mostrar

- Texto libre (párrafo)
Igual que la opción anterior pero con más espacio para introducir texto.
- Texto libre (varios párrafos)
Igual que la opción anterior pero con mucho más espacio para introducir texto.
- Varios textos cortos
Introduzca una breve opinión sobre cada uno de estos navegadores:

Google Chrome

Bing

Firefox

Opera

Nota: El órgano gestor deberá elaborar la encuesta en formato Word y enviarla a la Unidad de Participación para que el personal de esta implemente la encuesta en la aplicación LimeSurvey