

UNIDAD III



Nombre de alumno:

Lesvi Guadalupe de León Vázquez

Nombre del profesor:

Alejandro de Jesús Méndez López

Nombre del trabajo: Súper nota

Materia: Psicología social

Grado: 4 cuatrimestre

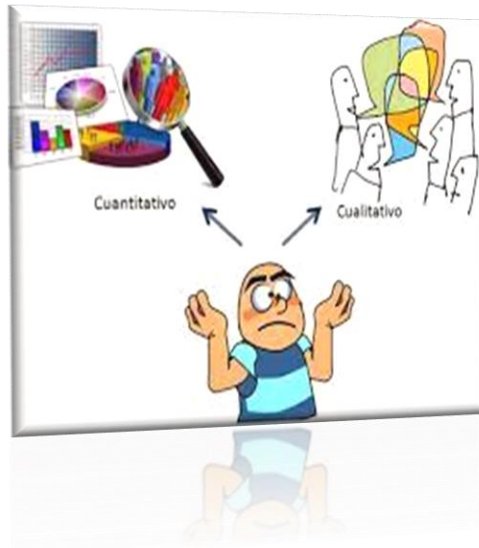
Grupo: "C"

PASIÓN POR EDUCAR

UNIDAD III

2

3.1. CARACTERÍSTICAS DEL ENFOQUE CUANTITATIVO EN INVESTIGACIÓN



Esta metodología cuantitativa se basa en analizar el comportamiento de una serie de factores a partir de datos y números. Este estudio de probabilidad básicamente trata de comprobar los datos y otro tipo de información concreta. Por ello, este tipo de metodología se utiliza para estudios matemáticos, físicos, estadísticos o de finanzas. Es decir, de ciencias exactas.

Un procedimiento basado en la investigación empírico-analista. Esto significa que basa sus estudios en números estadísticos para dar respuesta a unas causas concretas y a sus posibles efectos. El objetivo de la investigación cuantitativa es obtener respuestas de la sociedad a ciertas preguntas muy concretas.



Su propósito empresarial sería tomar las decisiones más efectivas a la hora de alcanzar los objetivos que se persigan. Por ejemplo, cuando una empresa lanza un producto, su finalidad es tener éxito mediante su posicionamiento de mercado. Para conseguir esto, se necesitará realizar estudios previos a través de, por ejemplo, el Método Cuantitativo.

UNIDAD III

3.1.1. EL CONCEPTO DE MEDICIÓN

3



Es un proceso básico de la ciencia que se basa en comparar una unidad de medida seleccionada con el objeto o fenómeno cuya magnitud física se desea medir, para averiguar cuántas veces la unidad está contenida en esa magnitud.

También se define la **medición** como la cuantificación de los atributos de un objeto o evento, que puede utilizarse para comparar con otros objetos o eventos

El alcance y la aplicación de la medición dependen del contexto y la disciplina. En las ciencias naturales y en la ingeniería, las mediciones no se aplican a las propiedades nominales de los objetos o eventos, lo que es coherente con las directrices del *Vocabulario internacional de metrología* publicado por la Oficina Internacional de Pesas y Medidas

es una piedra angular del comercio, la ciencia, la tecnología y la investigación cuantitativa en muchas disciplinas. Históricamente, existían muchos sistemas de medición para los variados campos de la existencia humana con el fin de facilitar las comparaciones en estos campos.

A menudo se conseguían mediante acuerdos locales entre socios comerciales o colaboradores. A partir del siglo XVIII, los desarrollos progresaron hacia estándares unificados y ampliamente aceptados que dieron lugar al moderno Sistema Internacional de Unidades (SI). Este sistema reduce todas las medidas físicas a una combinación matemática de siete unidades básicas.

UNIDAD III

4

3.1.2. ALCANCES Y LÍMITES DEL ENFOQUE CUANTITATIVO



El Alcance de una investigación, queda entendido como aquello que se logra a partir de la realización de un proceso investigativo. Tiene que ver con los objetivos y las metas logradas, en otras palabras, indica hasta dónde se llegó con el desarrollo de la investigación, y que beneficios ofrece a la humanidad, en los ámbitos: social, humanístico, educativo, salubre, religioso, cultural, deportivo, etc.

Las limitaciones de la Investigación son todas aquellas restricciones del diseño de esta y de los procedimientos utilizados para la recolección, procesamiento y análisis de los datos, así como los obstáculos encontrados en la ejecución de la investigación. Existen obstáculos teóricos, metodológicos o prácticos que impiden realizar una investigación de validez universal.

Por lo general, las limitaciones de la investigación, no pueden estar referidas directamente a las funciones y actividades del propio investigador o los investigadores

El tiempo, espacio, las condiciones económicas y las fuentes de información. Dividiremos en los dos enfoques (Cualitativo y Cuantitativo) sus respectivos alcances y limitaciones

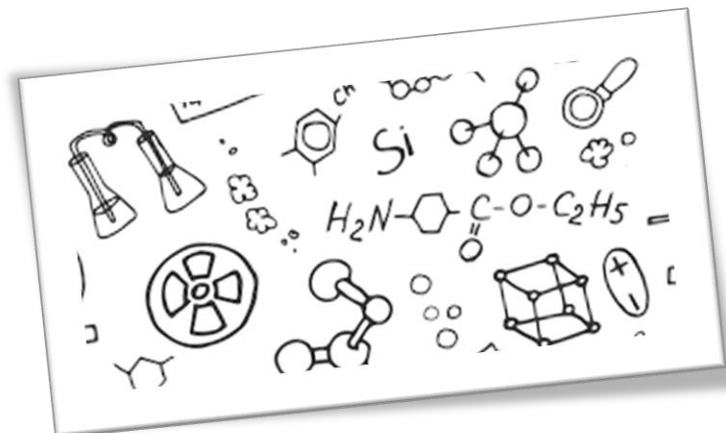


UNIDAD III

5

3.1.3. FORMATO DEL BLOQUE METODOLÓGICO CUANTITATIVO Y UTILIZACIÓN DEL MISMO

Es aquella cuantitativo y lo cualitativo son referentes que se utilizan para conocer y explicar la realidad científica. Han sido muchas las aportaciones que se han hecho sobre el tema, ofreciendo al investigador dos enfoques que se excluyen o incluyen entre sí.



En esta exposición se sostiene la idea de que son dos técnicas con enfoques teóricos, epistemológicos y metodológicos distintos, pero con los que se puede trabajar en conjunto apoyándose en la estadística.



Este trabajo presenta la matriz de investigación científica que contiene la combinación de los cuatro criterios de clasificación de la investigación con sus diez tipos de diseño, estudios o proyectos de investigación científica cuantitativos y cualitativos de acuerdo a las variables y escalas de medición en cuestión.

UNIDAD III

6

3.2. OPERACIONALIZACIÓN DE LAS VARIABLES

para ello deberá hacerse una cuidadosa revisión de la literatura disponible en marco teórico. La operacionalización de las variables está estrechamente vinculada al tipo de técnica o metodología empleadas para la recolección de datos. *Estas deben ser compatibles con los objetivos de la investigación*, a vez que responden al enfoque empleado, al tipo de investigación que se realiza, en líneas generales, pueden ser cualitativas o cuantitativas.

La dimensión: es el factor rasgo de la variable que debe medirse y que permite establecer indicadores; se apoyan en el marco teórico, al igual que la variable operacional. Es un elemento que resulta del análisis y/o descomposición de la misma.

Un indicador: es un indicio, señal o unidad que permite estudiar y cuantificar una variable, mostrando cómo medir cada uno de los factores o rasgos presentes en una dimensión (es) de la variable. Los indicadores: consisten en lo medible, verificable, el dato, el hecho; forman parte de la descomposición o clasificación de las dimensiones; los *indicadores no deben surgir de la nada, ni ser inventados por el investigador*, más bien deben partir de la clasificación dada por algún autor consultado en una referencia bibliográfica o documental, y rigurosamente referenciados en el marco teórico.



UNIDAD III



3.2.1. OPERACIONALIZACIÓN DEL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN



La **operacionalización** es un proceso que consiste en definir estrictamente variables en factores medibles. El proceso define conceptos difusos y les permite ser medidos empíricamente y cuantitativamente.

El objetivo de este trabajo está dirigido a actualizar los conocimientos de los

profesores, sobre las variables en la investigación y su operacionalización, de la Facultad de Ciencias Sociales de la Universidad Técnica de Machala. Se consultaron fuentes bibliográficas actualizadas, tales como revistas, informes de investigación, tesis de grado. Se emplearon además otros métodos de investigación como el de análisis y la síntesis que permitieron resumir la información obtenida.



Como resultado se ha obtenido un documento que contiene, en síntesis, una información actualizada sobre la conceptualización del constructo variable, su clasificación y proceso de operacionalización en la investigación educativa. El material que se pone a disposición se caracteriza por su actualidad de sus contenidos, que se corresponde con algunos de los aportes dados por la comunidad científica que estudia el tema en cuestión.

3.2.1.2. LAS HIPÓTESIS



Es un enunciado no verificado, que se intenta confirmar o refutar. Si es confirmada, la hipótesis se denomina enunciado verificado. La hipótesis es una conjetura que requiere una contrastación con la experiencia. Para ella no son suficientes los argumentos persuasivos, por más elaborados que sean. Nótese que de ciertas hipótesis se pueden deducir otras y, sucesivamente, se puede llegar a ciertos enunciados básicos, de observación directa.

Una **hipótesis científica** es una proposición aceptable que ha sido formulada a través de la recolección de información y datos, aunque no esté confirmada, sirve para responder de forma alternativa a un problema con base científica.

Una hipótesis se puede usar como una propuesta provisional que no se pretende demostrar estrictamente, o puede ser una predicción que se debe verificar por el método científico.

Esto es lo que se conoce como contrastación empírica de la hipótesis o bien proceso de validación de la hipótesis. Este proceso puede realizarse mediante confirmación (para las hipótesis universales) y/o mediante verificación (para las hipótesis existenciales).



UNIDAD III



3.2.1.3. DISEÑO DE INVESTIGACIÓN Y TIPOS DE HIPÓTESIS

Investigación Exploratoria:

Es aquella que se efectúa sobre un tema u objeto poco conocido o estudiado, por lo que sus resultados constituyen una visión aproximada de dicho objeto. Se busca conocer el objeto de estudio, no se formulan hipótesis sino supuestos.

Ejemplo:

- Las primeras investigaciones acerca del SIDA. Por ser una nueva enfermedad, no se conocían sus causas ni formas de transmisión.
- Estudios sobre realidad virtual.

Investigación Descriptiva:

Consiste en la caracterización de un hecho o fenómeno para poder establecer su estructura o comportamiento. Investiga propiedades características del objeto de estudio y permite hacer un diagnóstico. No necesariamente formula hipótesis. Los estudios descriptivos miden de forma independiente las variables, y aun cuando no se formulan hipótesis, las primeras aparecerán enunciadas en los objetivos de investigación.

Ejemplo:

- Análisis de la población estudiantil universitaria.
- Censos nacionales.

Investigación Explicativa:

Se encarga de buscar el por qué de los hechos mediante el establecimiento de relaciones causa-efecto.

Ejemplo:

- Indagación de las causas que generan corrupción.
- Estudio de los efectos de una estrategia de enseñanza sobre el rendimiento estudiantil.

Diseño de investigación

El diseño de investigación es la estrategia que adopta el investigador para responder al problema planteado. Estos pueden ser:

UNIDAD III

10

Investigación Documental:

Es aquella que se basa en la obtención y análisis de datos provenientes de materiales impresos u otros tipos de documentos.

Ejemplo:

- Estudio sobre la historia del computador, realizado mediante la consulta de material bibliográfico y hemerográfico.

Investigación de Campo:

Consiste en la recolección de datos directamente de la realidad donde ocurren los hechos, sin manipular o controlar variable alguna.

Ejemplo:

- Sondeo de opinión en el que se consulta directamente al consumidor acerca de un producto.

En cuanto a los diseños de campo es posible presentar varios grupos de diseños de este tipo:

- Diseño de Encuesta: Exclusivo de las ciencias sociales. Parte de la premisa de que si queremos conocer algo sobre el comportamiento de las personas, lo mejor es preguntarlo directamente a ellas.
- Diseño Estadístico: Efectúa mediciones para determinar los valores de una variable o de un grupo de variables.
- Diseño de Casos: Estudia cualquier unidad de un sistema, para estar en condiciones de conocer algunos problemas generales del mismo.
- Diseño Experimental: Cuando a través de un experimento se pretende llegar a la causa de un fenómeno. Somete el objeto de estudio a la influencia de ciertas variables en condiciones controladas por el investigador.
- Diseño Cuasi-Experimental: Cuando estudia las relaciones causa-efecto, pero no en condiciones de control riguroso de las variables.
- Diseño Ex Post Facto: Cuando el experimento se realiza después de los hechos y el investigador no controla ni regula las condiciones de la prueba.

Investigación Experimental:

Proceso que consiste en someter a un objeto o grupo de individuos a determinadas condiciones o estímulos (variable independiente) para observar los efectos que se producen (variable dependiente). Se diferencia de la investigación de campo por la manipulación y control de variables.

UNIDAD III

11

El investigador puede incluir en su estudio dos o más variables independientes. Al variar intencionalmente una de ellas, las demás también varían. Como ejemplo de éste estudio de variables independientes se puede decir: Si la desmotivación es la causa de la improductividad, al motivar al individuo, lo más lógico es que haya más productividad

Ejemplo:

- Sometimiento de un grupo de alumnos a una determinada estrategia para observar los efectos sobre el rendimiento de éstos.



UNIDAD III

12

3.2.2. OPERACIONALIZACIÓN DE LAS VARIABLES



Es un proceso metodológico que consiste en descomponer deductivamente las variables que componen el problema de investigación, partiendo desde lo más general a lo más específico; es decir que estas variables se dividen (si son complejas) en dimensiones, áreas, aspectos, indicadores, índices, subíndices, ítems; mientras si son concretas solamente en indicadores, índices e ítems.

Ahora bien, una variable es operacionalizada con la finalidad de convertir un concepto abstracto en uno empírico, susceptible de ser medido a través de la aplicación de un instrumento.

Dicho proceso tiene su importancia en la posibilidad que un investigador poco experimentado pueda tener la seguridad de no perderse o cometer errores que son frecuentes en un proceso de investigación,

cuando no existe relación entre la variable y la forma en que se decidió medirla, perdiendo así la validez, dicho de otro modo (grado en que la medición empírica representa la medición conceptual).



UNIDAD III

3.2.2.1. RELACIÓN ENTRE VARIABLES E HIPÓTESIS

La **hipótesis** puede señalar a los **relaciones** o vínculos existentes entre las **variables** y cuáles de ellas se deben estudiar, sugieren una explicación en ciertos hechos y orientan la investigación en otros, sirve para establecer la forma en que debe organizarse eficientemente el análisis de los datos.

Sirve para orientar y delimitar una investigación, dándole una dirección definitiva a la búsqueda de la solución de un problema. La claridad de la definición de los términos de la hipótesis es una condición importante para el desarrollo de la investigación. Si los términos de la hipótesis carecen de operacionalizada y validez, el investigador ira a tientas y nunca sabrá cuál es el objetivo del Explicación inicial: A través de la formulación de la hipótesis podrán completarse los datos, detectando los posibles significados y relación entre ellos.

- ❖ Estímulo para la investigación: La hipótesis resume los problemas encontrados.
- ❖ Fuente de metodología: La hipótesis se enuncia como oraciones condicionales, nos lleva a un análisis de las variables y como consecuencia a los métodos para controlarlas y cuantificarlas.
- ❖ Criterios para valorar las técnicas de la investigación
- ❖ Principios organizadores trabajo que está desarrollando.

SE DEFINE

Descriptiva: Consiste en describir una situación en sus dimensiones y establecer posibles pautas de asociación entre ellas

Explicativa: Consiste en lo esencial, en someter a comprobación posibles explicaciones de un hecho observado, con el propósito de establecer con alguna seguridad si estas explicaciones son respaldadas por nuestros experimentos.

UNIDAD III

14

3.2.2.2. RELACIÓN ENTRE VARIABLES Y DIMENSIONES

Variables simples

Son las que se manifiestan directamente a través de un indicador o unidad de medida y son fáciles de medir. No se descomponen en elementos o dimensiones.

Ejemplos: la temperatura que se expresa en grados Celsius y se puede medir fácilmente con el termómetro, el peso que se puede medir fácilmente con la balanza, el precio de un producto que se expresa en unidades monetarias y la edad que se manifiesta en años cumplidos. En muchos casos existen instrumentos universales para medirlos.

Variables complejas

Son aquellas que se pueden descomponer en dos dimensiones como mínimo, son imposibles de medir o no son fáciles ni rápidos de medir, y no pueden expresarse directamente a través de un indicador o unidad de medida.

Ejemplo, el clima organizacional, ¿crees que se puede medir directamente esta variable, así como el peso o la temperatura? Si la respuesta es sí, ¿cómo podría medirse? En realidad, la variable clima organizacional no nos da directamente un valor a observar, y no hay forma de medirla directamente. Para poder medirla tenemos que descomponerla en varios elementos.

TIPOS DE VARIABLES



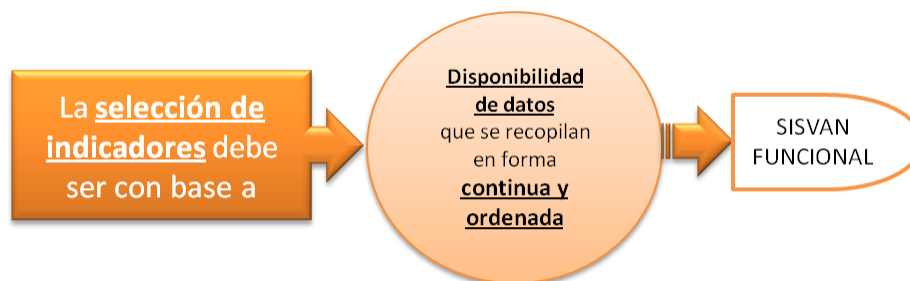
3.2.2.3. RELACIÓN ENTRE VARIABLES E INDICADORES

VARIABLES

Una **variable** es cada una de las **características o cualidades** que poseen los **individuos de una población**, puede ser **cualitativa y cuantitativa**.

INDICADORES

Para que la VAN sea práctica y útil para la toma de decisiones, los **indicadores** deben fundamentarse en: Un modelo causal y en información disponible



Muchos indicadores se definen con base a variables **nutricionales para construir indicadores de resultado y estado de salud, mismo que están usualmente en los** sistemas de información oficial.

Un buen indicador debe tener capacidad para reflejar la realidad, por lo que se sugiere cumplir con las siguientes características

los criterios en los indicadores: Con la aplicación de los criterios en forma apropiada se garantiza la utilidad de los mismos de manera que:

- Sean comparables entre países a través del tiempo (**fuentes de datos oficiales disponibles en forma periódica**) y fáciles de construir con las fuentes disponibles. **Con base a los objetivos planteados por la VAN.**
- Además, permiten **medir el cumplimiento de estándares** y pueden ser utilizados para elaborar pronósticos cuando son **recogidos en forma sistemática**

UNIDAD III

16

3.2.2.4. RELACIÓN ENTRE INDICADORES E ÍTEMS



Cuantitativas: son aquellas que se expresan en valores o datos numéricos, como por ejemplo la cantidad de habitantes en una región, calificaciones estudiantiles y número de personas que pertenecen a un partido político.

Así mismo, las variables cuantitativas se clasifican en:

- ❖ **1) Discretas:** son aquellas que asumen valores o cifras enteras. Ejemplos: cantidad de estudiantes en un aula de clases (pueden ser 39, 40, ó 41 pero nunca 40,7 estudiantes); otro ejemplo es la cantidad de libros que pueden ser consultados, ya que nunca podrá revisar 25,3 libros pero si podrá consultar 25 ó 26.
- ❖ **2) Continuas:** son las que adoptan números fraccionados o decimales. Ejemplos: la temperatura ambiental puede alcanzar 32,4 °C ; un objeto puede medir 58,6cm de alto.
 - **Cualitativas:** también llamadas categóricas, son características o atributos que se expresan de forma no numérica. Éstas pueden ser:
 - ❖ **1) Dicotómicas:** se expresan en sólo dos clases o categorías. Como por ejemplo tipos de escuelas (públicas o privadas), sexo

UNIDAD III

17

(masculino o femenino), procedencia de un producto (nacional o importado).

- ❖ **2) Policotómicas:** se manifiestan en más de dos categorías, así como marcas de computadoras, colores de tinta, tipos de empresas, clases sociales.
 - Según el grado de complejidad, tanto las variables cuantitativas como las cualitativas pueden ser simples o complejas.
 - **Las variables simples** son las que se manifiestan directamente a través de un indicador o unidad de medida. Ejemplos: el precio de un producto, que se expresa en unidades monetarias y la edad que se manifiesta en años cumplidos.
 - **Las variables complejas** son aquellas que se pueden descomponer en dos dimensiones como mínimo.
 - Por otra parte, según su función, las variables se clasifican en:
- ❖ **Independientes:** son las causas que generan y explican los cambios en la variable dependiente. En los diseños experimentales la variable independiente es el tratamiento que se aplica en el grupo experimental. Ejemplo: la dieta a la que es sometido un grupo de pacientes obesos.
- ❖ **Dependientes:** son aquellas que se modifican por acción de la variable independiente. Constituyen los efectos o consecuencias que se miden y que dan origen a los resultados de la investigación. Ejemplo: el peso corporal de los integrantes del grupo.
- ❖ **Intervinientes:** son las que se interponen entre la variable independiente y la dependiente, pudiendo influir en la modificación de esta última. En un diseño experimental puro, este tipo de variable debe ser controlada con el fin de comprobar que el efecto es debido a la variable independiente y no a otros factores. Ejemplo: el ejercicio físico practicado por el grupo. Ante esta

UNIDAD III

18

situación, es probable que el investigador controle dicha variable mediante la prohibición del ejercicio durante el período de administración de la dieta, para tener así la certeza de que la modificación del peso se debe a la dieta y no al ejercicio físico.

- ❖ **Extrañas:** también llamadas ajenas, son factores no controlables directamente por el investigador y que pueden ejercer alguna influencia en los resultados. Ejemplo: los factores hereditarios pueden incidir en el peso corporal de una persona.

Todos los ejemplos anteriores se pueden sintetizar de la siguiente manera:

Hipótesis:

«Los individuos sometidos a la dieta X, disminuirán su peso corporal.»

- Variable independiente: la dieta X.
- Variable dependiente: peso corporal.
- Variable interviniente: realizar ejercicio físico.
- Variable extraña: factores hereditarios.



UNIDAD III

3.2.2.5. PASOS A CONSIDERAR EN LA OPERACIONALIZACIÓN DE LAS VARIABLES

Es un proceso metodológico que consiste en descomponer deductivamente las variables que componen el problema de investigación, partiendo desde lo más general a lo más específico; es decir que estas variables se dividen (si son complejas) en dimensiones, áreas, aspectos, indicadores, índices, subíndices, ítems; mientras si son concretas solamente en indicadores, índices e ítems.

Ahora bien, una variable es operacionalizada con la finalidad de convertir un concepto abstracto en uno empírico, susceptible de ser medido a través de la aplicación de un instrumento.

Dicho proceso tiene su importancia en la posibilidad que un investigador poco experimentado pueda tener la seguridad de no perderse o cometer errores que son frecuentes en un proceso de investigación, cuando no existe relación entre la variable y la forma en que se decidió medirla, perdiendo así la validez, dicho de otro modo (grado en que la medición empírica representa la medición conceptual).

La precisión para definir los términos tiene la ventaja de comunicar con exactitud los resultados. En consecuencia, la operacionalización de las variables es el proceso a través del cual el investigador explica en detalle la definición que adoptará de las categorías y/o variables de estudio, tipos de valores (cuanti o cualitativos) que podrían asumir las mismas y los cálculos que se tendrían que realizar para obtener los valores de las variables cuantitativas.

La operacionalización es un proceso que variará de acuerdo al tipo de investigación y de diseño. No obstante, las variables deben estar claramente definidas y convenientemente operacionalizada. Se consideran incompletos aquellos protocolos cuyo nivel de operacionalización es muy vago.

UNIDAD III

20

3.3. INSTRUMENTOS DE REGISTRO CUANTITATIVOS: ENCUESTAS



Los **métodos cuantitativos** se utilizan para contabilizar atributos, actitudes, comportamientos y otras variables definidas con el fin de respaldar u oponerse a la hipótesis de un fenómeno específico.

En este artículo encontrarás en qué consisten, cuáles son sus características principales, cómo llevarlos a cabo y algunas de sus ventajas y desventajas.

Con un conjunto de estrategias, técnicas y herramientas de investigación enfocadas en las mediciones objetivas y el análisis estadístico, matemático o numérico de los datos recogidos a través de sondeos, cuestionarios y encuestas, o mediante el uso de datos estadísticos preexistentes utilizando técnicas computacionales.

Generalmente, estos métodos se utilizan como parte de la investigación cuantitativa, la cual se centra en la recopilación de datos numéricos y su generalización entre grupos de personas o con el fin de explicar un fenómeno concreto.

El objetivo de los métodos cuantitativos para una investigación es **determinar la relación entre una variable independiente y una variable dependiente** dentro de una población.



3.3.1. DEFINICIONES



Es una proposición o conjunto de proposiciones que exponen de manera unívoca y con precisión la comprensión de un concepto, término o dicción o –si consta de dos o más palabras– de una expresión o locución. Aspira a determinar, por escrito u oralmente, de modo claro y exacto, las cualidades esenciales del tema de que se trate.

Desde un punto de vista una "definición" bien construida debería ser una "determinación o delimitación conceptual de lo que es esencial en un ente, que no supone necesariamente comprobación empírica. Es también, junto con la división y demostración, uno de los procedimientos generales utilizados por la ciencia".

Una definición puede ser una declaración acerca de:

- Propiedades (cualidades) de cierta cosa, persona, animal, planta o idea.
- Una declaración de equivalencia entre su significado. Término y significado no son mutuamente excluyentes, ni equivalentes, sino



complementarios.

Tipos y técnicas de definición

1. Básicamente **descriptiva**: se informa el uso del término entre los hablantes de un idioma.
2. **No prescriptiva**: se trata de precisar qué es «correcto», sin considerar el uso real del término.

Las definiciones lexicológicas tienden a ser **inclusivas**: se trata de captar todo a lo que se aplica el término. Por ello, para muchos propósitos a menudo resultan demasiado vagas.

- **Intencional**. Únicamente se proporcionan todas las propiedades requeridas para que un objeto esté comprendido dentro de la demarcación de la palabra definida.
- **Extensiva o extensional**. En el significado de un término se incluyen todos los entes que pertenecen a la clase indicada por el término.
Ejemplo: «Océano» sería una lista de todos los océanos de la Tierra.
- **Ostensiva**. Se suministran ejemplos de lo que se define. La ostensividad tiende a ser imprecisa, no muy útil cuando no se conoce la naturaleza general del vocablo definido. Se emplea cuando se dificulta encontrar palabras descriptivas o si se destina a niños. Estos aprenden gran parte de su lenguaje de manera ostensiva.
Ejemplo: «Rojo», para mencionar o señalar manzanas, señales de tráfico rojas, rosas rojas.
- **Estipulativa**. A un término nuevo o preexistente se le otorga un nuevo significado para los propósitos de un argumento o de una discusión en un contexto dado. Como cuando se dice: «para este caso concreto estipulemos que [...]». Muchos defensores de opiniones controvertidas o beligerantes utilizan definiciones estipulativas para vincular connotaciones emocionales o de otro tipo al significado que desearían que tuviese la definición.

UNIDAD III

23

3.3.2. PASOS EN LA CONSTRUCCIÓN Y APLICACIÓN DE UNA ENCUESTA

1. Establece los objetivos de la encuesta

Lo primero que tenemos que hacer es fijar claramente los objetivos que buscamos con la encuesta que vamos a hacer. Estas metas se establecen según los motivos por los que vas a realizarla.



2. Delimita la población a la que te diriges

Ya hemos establecido los objetivos, ¿cuál es el siguiente de los pasos para hacer una encuesta? Determinar la población que queremos estudiar.



UNIDAD III

Nos referimos a un conjunto de personas con características parecidas, de las que deseamos conseguir información cuyo análisis nos permita cumplir con los objetivos de la encuesta.

Siguiendo el ejemplo anterior.

Si el objetivo con el que vamos a realizar nuestra encuesta es conocer la aceptación que tendría un producto, la población estaría formada por los consumidores que dan lugar al mercado objetivo.

Entre los ejemplos más frecuentes de población a estudiar en una encuesta tenemos los siguientes:

- Los consumidores que forman un mercado determinado.
- Los clientes de una empresa.
- Los trabajadores de una compañía.
- Los dueños de negocios de un sector concreto.

Cuando tengamos la población ya determinada, identificaremos la información que debemos recolectar, que son aquellos datos procedentes de la población que permitan, tras su análisis, cumplir con los objetivos de la encuesta. Si queremos saber el grado de aceptación de un producto nuevo, esa información puede ser el gasto promedio de la población en productos similares o sus intenciones de compra. También podemos intentar recopilar información sobre sus motivaciones, preferencias, costumbres, estilos de vida, hobbies, etc.

3. Diseña el cuestionario



Ya sabemos cuáles son los objetivos por los que vamos a realizar nuestra encuesta y a quién vamos a dirigirla. Además, hemos identificado la información a recopilar. Ahora nos toca una parte más amena: **diseñar la encuesta**. En realidad, tendremos que fijarnos en cómo desarrollar correctamente el cuestionario, que tendrá las preguntas que nos permitan conseguir la información que necesitamos.

Lo importante de este paso es que la estética sea agradable. Es más fácil que la gente responda si le planteas un diseño bonito. Si no sabes cómo diseñar una encuesta, ¡no pasa nada! ¿Has visto todos los diseños que tenemos en Typeform? Sabemos que te costará elegir solo uno ;) Una vez que sepamos el modelo a utilizar, estableceremos las preguntas.

Continuemos con el mismo ejemplo, en el que necesitamos conocer la aceptación que podría tener un producto. En ese caso, podríamos hacer algunas de las siguientes preguntas:

- ¿Probaría usted este nuevo producto?

UNIDAD III

26

- ¿Cuánto suele gastar de media en productos parecidos?
- ¿Cada cuánto tiempo suele comprar productos similares a este?

Imaginemos ahora que la información que necesitamos es la que nos permita saber cuáles son los gustos y preferencias de los consumidores con relación a un producto. Entonces podríamos preguntarles:

- ¿Qué es lo primero que tiene usted en cuenta cuando compra un producto de este tipo?
- ¿Qué le cambiaría o le añadiría a un producto como este?

Hay un aspecto especialmente importante que debes tener en cuenta si quieres saber cómo se realiza una encuesta correctamente y es que las preguntas pueden ser cerradas o abiertas. Hablamos de preguntas cerradas cuando el encuestado solo puede responder a las alternativas que se le ofrecen, por ejemplo:

¿Qué es lo primero que tiene usted en cuenta cuando compra un producto de este tipo?:

- El precio
- La calidad
- La marca

UNIDAD III

27

Las preguntas abiertas son aquellas en las que el encuestado tiene libertad para responder con sus propias palabras.

Un ejemplo de pregunta abierta podría ser:

¿Qué mejoras cree usted que podríamos hacer en nuestro servicio?

Es evidente que las preguntas cerradas se contabilizan más rápidamente y que tienen un análisis más sencillo. Las preguntas abiertas llevan más tiempo y conllevan un análisis más complicado. Pero también es cierto que estas últimas permiten obtener conclusiones de mucha relevancia y que no se pueden conseguir si se ofrecen preguntas cerradas. Por ello, lo más aconsejable es combinar ambos [tipos de encuestas](#).

¡Ya tenemos el cuestionar listo! Entonces, antes de pasar al siguiente paso, debemos calcular la muestra, que es el número de personas representativo de la población a la que pretendemos encuestar, y por lo tanto, el número de encuestas que vamos a hacer. Tan solo vamos a encuestar a una muestra, ya que al hacerlo podemos obtener datos representativos sin tener que encuestar a la población completa, lo cual nos llevaría demasiado tiempo, esfuerzo y dinero. Normalmente, la muestra se consigue mediante una fórmula estadística, que en resumen sería esta:

$$n = (Z^2pqN) / (Ne^2 + Z^2pq)$$

- n: la muestra.

UNIDAD III

28

- N: población.
- Z: nivel de confianza (suele utilizarse un nivel de confianza de 95% o 90%, y cuanto mayor sea el nivel de confianza, mayor confiabilidad tendrán los resultados, pero también será mayor el número de la muestra).
- e: grado de error que puede haber en los resultados (se suele utilizar un grado de error de 5% o 10%, y cuanto menor sea el margen de error, los resultados serán más válidos, pero el número de la muestra será mayor).
- p: probabilidad de ocurrencia (lo normal es utilizar una probabilidad de ocurrencia de 50%).
- q: probabilidad de no ocurrencia (al igual que en caso anterior, y como contrapartida, se utiliza un 50% también).

4. Recolecta la información

El siguiente paso es recoger la información que se necesita, haciendo efectiva la encuesta.

El encuestador tendrá que contactar con los encuestados por la calle, en su casa u oficina, o bien por teléfono, y hacerle las preguntas que hemos incluido en el cuestionario, recogiendo las respuestas. También puede enviar un cuestionario por correo postal o por email, para que las personas preguntadas lo cumplimenten.

UNIDAD III

29



Si se decide hacer un trabajo de campo, es decir, salir a la calle a preguntar a los encuestados, habrá que planificarlo bien. Dicha planificación debe incluir la selección y contratación de los encuestadores; capacitarlos para que hagan las preguntas de forma adecuada; organizarlos en grupos o equipos de trabajo; y determinar dónde se hará la encuesta, en qué fecha y hora, y cuánto tiempo durará.

Hecho esto, la información recolectada se contabiliza y procesa, para que su análisis, que es el siguiente paso, sea más fácil. Para

UNIDAD III

30

ello cogemos los resultados, calculamos los porcentajes que correspondan a cada uno de ellos, y después los representamos a través de gráficos estadísticos, que pueden ser de los siguientes tipos:

- Gráficos de barras.
- Gráficos de sectores circulares.
- Gráficos de líneas o tendencias
- Histogramas de frecuencias.
- Polígonos de frecuencias.
- Histogramas de frecuencias acumuladas.

5. Analiza los datos

En último lugar tendremos que analizar e interpretar la información, para extraer las conclusiones correspondientes. Si por ejemplo la pregunta fuera: ¿probaría usted este nuevo producto?, y hubiésemos obtenido los siguientes resultados:

Sí: 90%

No: 7%

No sabe/no contesta: 3%

UNIDAD III

31

Podríamos llegar a la conclusión de que la gran mayoría de los consumidores estaría dispuesto a probar el nuevo producto que se pretende sacar el mercado. Esto supone a su vez que podría tener una buena acogida si resultara ser mejor que los productos de la competencia, o si marcara una diferencia con respecto a los mismos.

Aunque los resultados de cada pregunta tendrían que dar la posibilidad de obtener conclusiones, el conjunto de los resultados de todas las preguntas también debería permitir extraer conclusiones generales, como la siguiente:

“De las respuestas a las preguntas anteriores se podría sacar la conclusión de que lanzar al mercado este nuevo producto es viable, ya que la mayor parte de los consumidores estarían dispuestos a probarlo, y que estos, cuando compran productos de este tipo, tienen en cuenta el precio antes que la marca de los mismos”.