

DISEÑOS CUANTITATIVOS

Una estrategia metodológica

Centro de Estudios de Opinión

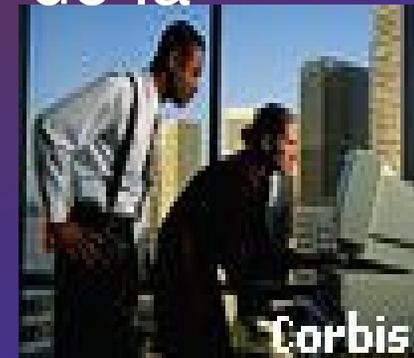
Universidad de Antioquia

Miguel Aigner A.



¿CÓMO LLEGAMOS HASTA AQUÍ?

- La necesidad de manejar gran cantidad de información
- La necesidad de que la información sea representativa de la población total
- La necesidad de la calidad interna de la información: confiabilidad y validez de los datos recolectados



OBJETIVOS DEL MÓDULO

- Aprender a manejar la caja de herramientas de la investigación social
- Familiarizarse con las técnicas de recolección de información primaria - la encuesta social
- Manejo y gestión de datos estadísticos
- Análisis e interpretación de datos tabulados.

PLANIFICACIÓN DEL MÓDULO

- Introducción a los diseños cuantitativos
- Medición en las Ciencias Sociales
- Técnica de la encuesta social
- Diseño de cuestionarios
- Sugerencias metodológicas para el diseño de cuestionarios.
- Errores más comunes en el diseño de un cuestionario.
- Problemas en la recolección de información
- Escalas para medir actitudes.

BIBLIOGRAFIA

- **Investigación Cuantitativa en Ciencias Sociales. Procesamiento y Análisis de Datos.** Miguel Aigner. Universidad de Antioquia. Facultad de Ciencias Sociales y Humanas. Departamento de Sociología. Centro de Estudios de Opinión. Medellín. 1997.
- **Manejo y Gestión de Datos Cuantificables Mediante el Programa STATGRAPHICS.** Miguel Aigner. Universidad de Antioquia. Facultad de Ciencias Sociales y Humanas. Departamento de Sociología. Medellín. 1998.
- **Métodos y Técnicas Avanzadas de la Investigación Aplicadas a la Educación y a las Ciencias Sociales.** Módulo 4: Análisis e Interpretación de Datos Cuantitativos. Guillermo Briones. ICFES-PIIE. Bogotá. Santiago de Chile. 1988.
- **Análisis del Dato Tabulado.** Miguel Aigner. Universidad de Antioquia. Facultad de Ciencias Sociales y Humanas. Departamento de Sociología. Centro de Estudios de Opinión. Medellín. 1999.
- **Diseño y Análisis de Información Cuantificable en la Investigación Social. SPSS. Para Sociólogos.** Miguel Aigner. Universidad de Antioquia. Facultad de Ciencias Sociales y Humanas. Departamento de Sociología. Centro de Estudios de Opinión. Medellín. 1999.
- **Evaluación Participativa de Programas de Intervención Social y Física.** Miguel Aigner y Piedad Restrepo. Universidad de Antioquia. Facultad de Ciencias Sociales y Humanas. Departamento de Sociología. Centro de Estudios de Opinión. Medellín. 2000.

MEDICIÓN EN LAS CIENCIAS SOCIALES

Proceso de observación sistemática que es representada por convenciones conceptuales o puntajes alfanuméricos



¿A quién se mide?

**Procesos, situaciones,
hechos, colectivos, individuos.**

¿Qué se mide?

Descriptores Sociales (género, edad, escolaridad)

Descriptores Contextuales (cultura, colectivos)

**Descriptores de Conocimientos, Actitudes,
Prácticas y Opiniones.**

FUNCIONES DE LA MEDICIÓN

- Descripción del comportamiento de los datos
- Contar - comparar hechos
- Exploración
- Confirmación de hipótesis
- Visualización de futuros problemas de investigación
- Generalizar la información a toda la población
- Cualificar la información

TIPO DE TÉCNICAS DE MEDICIÓN SOCIAL

- *La encuesta social*
- *La entrevista*
- *La observación científica*
- *Análisis de contenidos culturales*

Medir es asignar códigos a individuos, hechos sociales, conocimientos, actitudes y comportamientos sociales de forma tal que representen características de ellos.

REQUISITOS DE UN INSTRUMENTO DE MEDICIÓN

CONFIABILIDAD

¿Cuándo un instrumento es confiable?

AUSENCIA DE ERRORES EN REPETIDAS MEDICIONES

VALIDEZ

¿Cuándo el instrumento es válido?

MEDICIONES REPRESENTAN LO QUE SE QUIERE MEDIR

TÉCNICA DE LA ENCUESTA SOCIAL

La técnica de
la Encuesta
Social

Es una técnica de recolección de *información primaria* mediante un *procedimiento estandarizado de estímulo-respuesta* aplicado a una *población representativa* con el objetivo de *generalizar* sus resultados

El instrumento
de recolección

Un cuestionario es un formato con un conjunto de preguntas preestablecidas y estandarizadas aplicadas a unas unidades de análisis representativas.

¿QUÉ ES UNA PREGUNTA?

Es un estímulo verbal, visual o escrito que intenta reproducir imágenes mentales en el entrevistado con el objetivo de lograr respuestas sistemáticas.

- Las preguntas generan respuestas.
- Se responde en relación a como se formula la pregunta.
- Las preguntas son formas específicas de inducir y de promover reflexiones, imágenes y actitudes.

¿Porque racionalizaciones e ilusiones de todo tipo *desfiguran* las respuestas?

Cuando se estudian realidades, comportamientos o actitudes *inconscientes* a los entrevistados es difícil obtener información.

La *inconsistencia* de las opiniones o la veleidad de las masas.

¿Dice la gente la verdad?

No ha de ser inteligente el entrevistador, sino el cuestionario.

TIPOS DE PREGUNTAS

OBJETIVOS

PREGUNTAS SOBRE HECHOS

Información sobre *dimensiones* o *variables observables* y/o comparables de un proceso, de un individuo o de su entorno. ¿Cuál es su estado civil?

PREGUNTAS SOBRE OPINIONES

Información sobre las apreciaciones de un individuo sobre ciertos procesos, situaciones o hechos sociales.

PREGUNTAS PROYECTIVAS

Información sobre *imágenes* que reflejan o describen la mentalidad de un individuo. Suponga usted que su hermano es secuestrado. ¿Qué haría usted, si tuviera todos los medios, para liberarlo?

TIPOS DE PREGUNTAS

OBJETIVOS

PREGUNTAS PRECODIFICADAS

Preguntas cerradas con categorías de respuesta preestablecidas.
¿Qué opina sobre la situación de inseguridad en la ciudad?
¿Ha mejorado? ¿Esta igual? ¿Ha desmejorado? No sabe No contesta

PREGUNTAS DE CONTROL

Destinadas a obtener respuestas que no se revelan directamente o que permitan controlar la consistencia de respuestas anteriores.

PREGUNTAS SOBRE COMPORTAMIENTOS

Información acerca de las posibles conductas sociales ante ciertas situaciones u hechos.

TIPOS DE INFORMACIÓN QUE SE PUEDE OBTENER MEDIANTE LA TÉCNICA DE LA ENCUESTA SOCIAL

Características sociodemográficas: Edad, sexo, composición familiar, estado civil, escolaridad, residencia, estratificación social, procedencia.

Características socioeconómicas: Oficio, posición ocupacional, nivel de ingresos, pautas de consumo.

Comportamiento social y participación social.

Opiniones y actitudes: Juicios, apreciaciones, motivaciones, actitudes, creencias y tendencias valóricas

RENDIMIENTO DE LA APLICACIÓN DEL CUESTIONARIO SEGÚN MODO DE ADMINISTRACIÓN

Característica de funcionamiento	MÉTODOS		
	Cara a Cara	Por correo	Teléfono
Control sobre la entrevista	Alto	Medio	Bajo
Localización del sujeto escogido	Alta	Media	Baja
Tasa general de respuesta	Alta	Baja	Baja
Éxito al evitar la no respuesta	Alto	Medio	Bajo
Éxito con preguntas complejas	Medio	Medio	Medio
Éxito con preguntas abiertas	Alto	Bajo	Medio
Exito al evitar la distorsión del entrevistador	Bajo	Alto	Medio
Rapidez en la realización	Media	Baja	Alta
Encarecimiento por dispersión de la muestra	Alto	Bajo	Bajo

“LA DRAMATURGIA DE LA ENTREVISTA”

Modo de proceder.

Familiaridad con el tema y con el cuestionario.

Selección - ubicación del sujeto - objeto del estudio

Selección muestral de los entrevistados

Participación voluntaria.

No comprometer a los entrevistados.

Anonimato y confidencialidad.

Identificación de propósitos y del patrocinador

“LA DRAMATURGIA DE LA ENTREVISTA”

Preguntar de acuerdo con la redacción de las preguntas

No influir en la actitud del entrevistado

No ejercer influencia en las respuestas

La sordera del entrevistador

Buscar respuestas precisas y concisas

¿Cuánto puede durar una entrevista?

Registrar - consignar las respuestas



ETAPAS DEL DISEÑO OPERACIONAL DE LA TÉCNICA DE LA ENCUESTA SOCIAL

1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

- **Identificación del problema de investigación**
- **Análisis de las dimensiones del tema**
- **Formulación del problema**
- **Evaluación del problema**

2. RECOLECCIÓN DE LA INFORMACIÓN

- **Definición de la estrategia de captura**
- **Diseño de la cobertura muestral del estudio**
- **Construcción de instrumentos de recolección**
- **Trabajo de campo: recolección y supervisión**
 - **Validación y codificación de la información**
 - **Sistematización de los datos**
- **Análisis e interpretación de la información**

3. INFORME FINAL

DISEÑO DEL CUESTIONARIO

La crisis política

VARIABLES - DIMENSIONES

INDICADORES

PREGUNTAS

1. Conocimiento sobre el tema:

Crisis política

El conflicto político

Papel de los partidos políticos

El rol de la clase política

2. Opiniones sobre el tema:

Coyuntura actual que vive el país:

Calificación del Gobierno

Diálogos de paz

Imágenes sobre la situación del país

Gobernabilidad

3. Apreciaciones sobre el tema:

las causas de la crisis :

La corrupción de los políticos

El conflicto armado

Crisis económica

Ingobernabilidad

El papel de los medios

VARIABLES - DIMENSIONES

INDICADORES

PREGUNTAS

4. Apreciaciones sobre *las consecuencias de la crisis:*

Crisis económica,
Violencia política
Desempleo y marginalidad
Devaluación e inflación
Inseguridad ciudadana

5. Apreciaciones sobre *comportamientos que solucionarían la crisis política:*

Convivencia ciudadana
Participación ciudadana
Negociación de los conflictos
Las soluciones “no jurídicas
Emergencia económica
Reforma política del Estado

Estructura del cuestionario

Descriptorios sociales

Una descripción social de los individuos es fundamental.

Determinantes de:

Género - Edad - Nivel de escolaridad

Oficio - Posición ocupacional

Residencia (vivienda) - estrato socioeconómico

Estructura familiar

Nivel de ingresos

Consumo de bienes de uso colectivo

Estructura del cuestionario

Descriptores de conocimientos, actitudes y comportamientos sociales - CAP -

Determinantes de:

Conocimiento: Información que posee una persona sobre un hecho.

Actitudes y creencias: Actitudes o sentimientos hacia algo.

Prácticas o comportamientos sociales

Estructura del cuestionario

Descriptores contextuales

Para comparar lo comparable, es necesario considerar el “contexto” social, cultural y espacial de las relaciones sociales.

Determinantes:

Actitudes hacia objetos o a situaciones

Opiniones ideológicas, políticas y culturales

Imágenes de integración y conflicto

Colectivos de referencia o de identidad

Referente espacio - temporal

ORGANIZACIÓN DE UN CUESTIONARIO

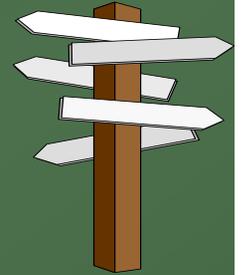
Orden y posición de las preguntas

- **Secuencia del embudo:** Ordenamiento de las preguntas desde lo más general a lo más específico.
- **Un cuestionario con buenos modales:** elección de las preguntas de contacto al comienzo, o la colocación de una pregunta interesante (de cierre) al fin de la entrevista.
- **Se recomienda que las preguntas cuya respuesta parece fácilmente influenciada, *posicionarlas al principio*, antes de que la misma entrevista pueda ejercer una influencia a través de la misma encuesta.**
- **Las series monótonas de preguntas, deben ser colocadas en medio del cuestionario**

Orden y posición de las preguntas

- Las preguntas de tipo personal, o aquellas que encierran el peligro de respuestas insinceras, se recomienda posicionarlas al final del cuestionario.
- Utilizar preguntas de colchón o de transición en los cambios temáticos para impedir la fatiga o la distracción.
- Diseño pentadimensional: Utilizar varias preguntas asociadas para el manejo de temas complejos.
- Técnicas escalares: Las preguntas referentes a actitudes u opiniones deben ser acompañadas por otras que midan su intensidad.
- El efecto de halo o contaminación: Evitar colocar juntas preguntas cuyas respuestas condicionen o influyan en las siguientes.

SUGERENCIAS METODOLÓGICAS PARA LA FORMULACIÓN DE LAS PREGUNTAS DE UN CUESTIONARIO



1. La pregunta cerrada debe ser **EXHAUSTIVA**: las categorías de respuesta deben abarcar todos los casos
2. En una pregunta cerrada las categorías de respuesta preestablecidas deben ser **EXCLUYENTES**
3. Al formular una pregunta no se deben utilizar conceptos de difícil comprensión (*todos deben entender lo mismo*)
4. No se debe ejercer **INFLUENCIA** en el sentido de la respuesta (no levantar prejuicios, evitar respuestas socialmente aceptables)
5. Evitar en lo posible preguntas autobiográficas, que exijan cálculos aritméticos o esfuerzos memorísticos

Sugerencias metodológicas para la formulación de las preguntas de un cuestionario

6. Evitar **PREGUNTAS O RESPUESTAS DOBLES**. Estas suponen la formulación de dos o más preguntas para las que se solicita una sola respuesta.

7. Deben **EVITARSE LAS FRASES AMBIGUAS**: los términos “*a veces*”, “*habitualmente*”, “*frecuentemente*”, “*regularmente*”, usados en muchos cuestionarios para establecer frecuencia de una actividad (escuchar radio, asistir a espectáculos, etc..), ya que pueden ser entendidos por los entrevistados desde distintos puntos de referencia y dar, respuestas que no son comparables ni clasificables en categorías semejantes.

Sugerencias metodológicas para la formulación de las preguntas de un cuestionario

8. Las preguntas de un cuestionario **NO DEBEN PRESUMIR ACERCA DE LOS CONOCIMIENTOS, LAS OPINIONES, LAS ACTITUDES O LOS COMPORTAMIENTOS SOCIALES DE LOS ENTREVISTADOS.** Suponer lo contrario llevaría a respuestas de compromiso con el fin de no aparecer como ignorante sobre el tema preguntado o como una persona que no colabora.

Errores comunes...

En un cuestionario se han categorizado de la siguiente forma estas preguntas:

¿Cuál es la religión por la que usted siente mayor afinidad?

Cristiana
Protestante- evangélica
Mormón
Católica
Anglicana
Judía
No contesta

Se pide señalar justificadamente si están bien o mal categorizadas estas preguntas recordando que las categorías deben ser exhaustivas, que se excluyan mutuamente y que sólo representen una dimensión.

¿Dónde vive actualmente?

Barrio
Comuna 1
Comuna 2
.....
Comuna 16
Medellín
En el Area Metropolitana

SUGERENCIA PARA EL DISEÑO DE UN CUESTIONARIO CON PREGUNTAS ESCALARES

1. El personal de la dirección general de impuestos nacionales es grosero al atender al público.

- | | | |
|-------------------|------------------------------------|----------------------|
| 1) Muy de acuerdo | 3) Ni de acuerdo, ni en desacuerdo | |
| 2) De acuerdo | 4) En desacuerdo | 5) Muy en desacuerdo |

2. La dirección general de impuestos nacionales se caracteriza por la deshonestidad de sus funcionarios.

- | | | |
|-------------------|------------------------------------|----------------------|
| 1) Muy de acuerdo | 3) Ni de acuerdo, ni en desacuerdo | |
| 2) De acuerdo | 4) En desacuerdo | 5) Muy en desacuerdo |

3. Los servicios que presta la dirección general de impuestos nacionales son en general deficientes.

- | | | |
|-------------------|------------------------------------|----------------------|
| 1) Muy de acuerdo | 3) Ni de acuerdo, ni en desacuerdo | |
| 2) De acuerdo | 4) En desacuerdo | 5) Muy en desacuerdo |

SUGERENCIA PARA EL DISEÑO DE UN CUESTIONARIO CON PREGUNTAS ESCALARES

1. El personal de la Dirección General de Impuestos Nacionales es grosero al atender al público.

- | | | |
|-------------------|------------------------------------|----------------------|
| 1) Muy de acuerdo | 3) Ni de acuerdo, ni en desacuerdo | |
| 2) De acuerdo | 4) En desacuerdo | 5) Muy en desacuerdo |

2. La Dirección General de Impuestos Nacionales se caracteriza por la honestidad de sus funcionarios.

- | | | |
|----------------------|------------------------------------|-------------------|
| 5) Muy en desacuerdo | 3) Ni de acuerdo, ni en desacuerdo | |
| 4) Muy en Desacuerdo | 2) De acuerdo | 1) Muy de acuerdo |

3. Los servicios que presta la Dirección General de Impuestos Nacionales son en general buenos.

- | | | |
|-------------------|------------------------------------|----------------------|
| 1) Muy de acuerdo | 3) Ni de acuerdo, ni en desacuerdo | |
| 2) De acuerdo | 4) En desacuerdo | 5) Muy en desacuerdo |

El ***Diseño Pentadimensional**** (5 ítems): se utiliza básicamente en el estudio de opiniones y actitudes unidimensionales. La utilización de una secuencia de preguntas, cerradas y abiertas en el diseño metodológico exige que la **única variable-dimensión** a analizar se desagregue en *cinco componentes*:

- 1. Familiaridad con el tema**
- 2. Expresión de las actitudes individuales**
- 3. Reacciones a propuestas específicas**
- 4. Razones por las que sostienen tales opiniones**
- 5. Grado de intensidad de las opiniones**

* George Gallup

La siguiente secuencia de preguntas sobre el proyecto de la ley de **divorcio** adopta el diseño pentadimensional:

PREGUNTA

TIPO

COMPONENTE

1. ¿Qué significa para usted el proyecto de la ley del divorcio?

ABIERTA

Familiaridad con el tema

2. ¿Qué habría que hacer con la actual situación de los separados?

ABIERTA

Expresión de las actitudes individuales

3. Unas personas están de acuerdo con la ley del divorcio, mientras que otras personas la estiman inadecuada.

CERRADA

Reacciones a propuestas específicas

4. ¿Esta usted a favor o en contra de que se promulgue una ley del divorcio? ¿Por qué piensa usted así?

ABIERTA

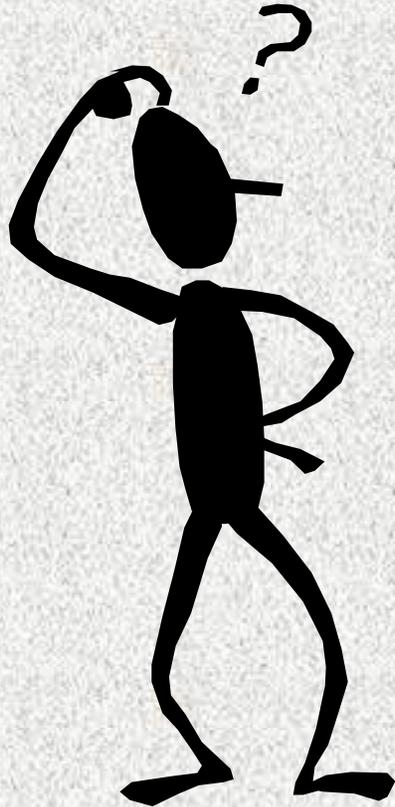
Razones por las que se sostienen las opiniones

5. ¿Hasta que punto usted esta “muy de acuerdo, de acuerdo, indiferente, en desacuerdo o muy en desacuerdo con el proyecto de ley de divorcio”?

CERRADA

Intensidad de la opinión

ERRORES COMUNES EN EL DISEÑO DE PREGUNTAS DE UN CUESTIONARIO



Preguntas dobles

Preguntas condicionantes

Preguntas que contaminan

Preguntas que no tienen respuesta

Preguntas de aproximación directa

Preguntas de múltiples significados

Preguntas que motivan respuestas socialmente aceptables

Preguntas rutinarias que determinan respuestas rutinarias

Errores comunes...

En un cuestionario elaborado para investigar las opiniones de los potenciales usuarios de las EPS se ha formulado la siguiente pregunta:

¿Es usted partidario de las empresas promotoras de salud, como el Instituto de Seguros Sociales?

EVALUACIÓN

1º Pregunta mal intencionada al utilizar como respaldo una institución que no tiene buena *reputación* lo cual influye en una respuesta sesgada o negativa.

2º En el caso de no saber que son las E.P.S., tal como está redactada la pregunta se “empuja” a una respuesta afirmativa.

3º Es una **pregunta doble** ya que el encuestado puede estar de acuerdo con las llamadas E.P.S. y no con el I.S.S. lo que en cierta forma condicionaría su respuesta.

4º El desconocimiento que el entrevistado puede tener sobre lo que se está preguntando: en caso de duda o dificultad de comprensión, todo el mundo tiene la tendencia a contestar de modo afirmativo.

Errores comunes...

De acuerdo a lo que dijo la Fundación Herencia de Washington, el presidente Pastrana se está rindiendo a la guerrilla. ¿Usted está de acuerdo?. ¿Si o No?

	N°	%
Si	1082	53.00%
No	665	32.70%
N.S./N.R	288	14.30%
TOTAL	2035	100%

FICHA TÉCNICA: Tema: Política de Paz del Gobierno. Unidad de análisis: Hombres y mujeres mayores de 18 años. Alcance: Barranquilla, Bogotá, Bucaramanga, Cali, Medellín. Duración: 4 horas (6 a.m. A 10 a.m.) Entrevista personal intencional a sujetos voluntarios en puntos determinados.

PREGUNTAS ABIERTAS Y CERRADAS

Preguntas abiertas

- **Exploratoria**
- **Motivante: facilita el acercamiento a temas complejos**
- **Inadecuadas para preguntar temas sensibles**
- **Riqueza del relato**

Preguntas cerradas

- **Población conocedora del tema**
- **Antievasiva**
- **Permite acercarse a temas de difícil verbalización mediante el uso del tarjetón**
- **Sistematizables**

PREGUNTAS CERRADAS Y ABIERTAS

Las preguntas abiertas y las preguntas cerradas pueden aportar una información asociada pero de desigual intensidad.

¿Cuáles son los dos problemas más graves que debe afrontar Colombia actualmente?

Pregunta abierta: Desempleo, violencia e inseguridad 16%

Pregunta cerrada: Desempleo, violencia e inseguridad 56%

¿Cree usted que el Gobierno se orienta hacia una política de ahorro de energía?

el 23% acepta en una **pregunta abierta**

el 66% acepta en una **pregunta cerrada**

ORDEN DE LAS PREGUNTAS

El orden general de las preguntas dentro del cuestionario influye en la calidad de la información recibida y facilita la comunicación.

Algunos criterios son:

Las primeras preguntas son estratégicas:

Marcan el tono y estilo de encuesta

Deben ser neutras, amenas y fáciles

Ir de lo general a lo particular

Ir de menos a mas comprometido

Las preguntas “identificadoras” – sociodemográficas deben ir al comienzo

Las preguntas temáticas son el bloque central que son el objeto del estudio

EFECTOS DEL ORDEN DE LAS PREGUNTAS

- **Se debe evitar que una pregunta (o grupo de preguntas) condicione o influya en las respuestas siguientes.**

- **Un joven puede definirse como diferente a sus padres y a la vez adoptar de ellos algunas opiniones y actitudes**

- **Si se pregunta primero acerca de las opiniones de sus padres y luego las del joven:**

el 56% declara no tener preferencias políticas

- **Si se pregunta en el sentido inverso (opiniones personales y luego parentales):**

el 33% declaran no tener preferencias políticas

EFFECTOS DEL ENTREVISTADOR

¿Le importaría a usted que un familiar próximo se casara con un(a) negro(a)?

Entrevistador negro: el 36% responde afirmativamente

Entrevistador blanco: el 72% responde afirmativamente

¿Tiene usted una opinión formada sobre la conveniencia de legalizar el aborto? ¿Cuál es su opinión?

Entrevistador Mujer: 72 % responde sí

Entrevistador Hombre: 36 % responde sí



FALSOS SINÓNIMOS

Partidarios de prohibir la difusión de comunicados de los actores armados del conflicto por los medios de comunicación: 54%.

Partidarios de no autorizar la difusión de comunicados de los actores armados del conflicto por los medios de comunicación: 75%

MEDIATIZADORES VERBALES

En caso de implementarse las nuevas normas sobre los servicios públicos, ¿cree usted que será necesario privatizar empresas públicas?

¿Cree usted que podrá probar la existencia o inexistencia de Dios?

El verbo “creer” puede prestarse para ambigüedades conceptuales: puede entenderse como: “pensar” o “querer”.

LA NO RESPUESTA

No contesta (NC)

**En la aplicación de un Cuestionario, las “no respuesta”
tienden a aumentar con:**

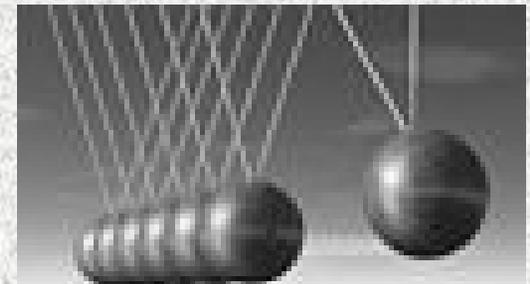
La mayor edad del entrevistado

El género femenino

La posición ocupacional y el oficio de nivel inferior

El menor nivel de escolaridad

El menor tamaño de la ciudad



ERRORES DE MEDICIÓN

Errores en la recolección de la información

**ERRORES Y
EFECTOS DEL
ENTREVISTADOR**

**ERRORES Y
EFECTOS DEL
ENTREVISTADO**

ERRORES Y EFECTOS DEL INSTRUMENTO

- CONFIABILIDAD Y VALIDEZ DEL INSTRUMENTO**
- CONFIABILIDAD Y VALIDEZ DE LA INFORMACION**
- EVALUACIÓN Y VALIDACIÓN DE LAS PREGUNTAS Y RESPUESTAS**

ERRORES EN LA RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN

ERRORES Y EFECTOS DEL ENTREVISTADOR

Efectos al preguntar debidos a:

El espacio y tiempo de ocurrencia

Las características del entrevistador: apariencia personal, oficio, sexo, etnia o clase social

Preconcepciones y estereotipos

Ruptura o dificultad comunicacional

ERRORES EN LA RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN

Error de abreviación o síntesis

Error de tendencia central (todos son iguales)

Error por pérdida de sensibilidad

Error por contaminación de prejuicios o asimilación de una actitud propia

Error debido a la referencia social del entrevistador

ERRORES EN LA RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN

ERRORES Y EFECTOS DEL ENTREVISTADO

Efectos al responder debido a:

- Respuestas vagas: no exhaustiva ni excluyente**
- Deliberados: Negarse a contestar**
- Involuntarios: memoria, animo, motivación**
- Sesgos en las respuestas: deseabilidad social**
- Interpretación o comunicación: lenguaje empleado**

ERRORES EN LA RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN

- **Sesgo de consentimiento: tendencia a contestar “si” para no oponerse, o “de acuerdo” para no tener que discutir.**

- **Deseo de impresionar (respuesta autovalorizante)**

- **Miedo a ser mal juzgado**

- **Negarse a ser implicado**

- **Conformarse con la opinión colectiva**

FACTORES QUE PUEDEN AFECTAR LA CONFIABILIDAD Y VALIDEZ DE LOS INSTRUMENTOS DE MEDICIÓN

- Improvisación en el diseño del instrumento
Desconocimiento del tema y del marco teórico
metodológico que lo sustenta**
- Utilización de instrumentos no pertinentes: temas
abstractos, dificultades lingüísticas, las realidades
por las cuales se pregunta no son percibidas.**
- Instrumento inadecuado: no es empático; tedioso,
largo, preguntas e instrucciones incomprensibles**
- Trabajo de campo en condiciones temporo-
espaciales inadecuadas lo cual dificulta la
evaluación y validación de la información
recolectada**

ALGUNAS PREGUNTAS QUE PODEMOS HACERNOS PARA REVISAR LA VALIDEZ DEL CUESTIONARIO:

¿Estamos realmente obteniendo respuesta a los objetivos definidos en el estudio?

¿Son necesarias todas las preguntas que hemos incluido en el cuestionario?

**¿Serán los entrevistados capaces de contestar a las preguntas?
O, ¿querrán contestarlas?**

¿Es un cuestionario que transcurre con ritmo?

¿Es el cuestionario de una extensión razonable?

¿Es la sucesión o secuencia de las preguntas correctas?

FACTORES QUE PUEDEN AFECTAR LA CONFIABILIDAD Y VALIDEZ DE LA INFORMACIÓN

- **Factor de selección de los sujetos: Criterios arbitrarios o no representativos de selección**
- **Mediciones no representan lo que se quiere medir.**
- **Errores en repetidas mediciones**
- **Repetición del instrumento de recolección de información: Familiarización con el cuestionario**
- **Maduración intelectual de los sujetos del estudio**
- **Factor de la mortalidad en una cohorte en estudio Deserción, desplazamiento, mortalidad biológica**
- **Factor histórico: Influencia del medio social**

VALIDACIÓN DE LAS PREGUNTAS DE UN CUESTIONARIO

1. Preguntas condicionantes.

La pregunta ejerce *influencia* en el sentido de la respuesta, dirigida a obtener un tipo de respuesta esperada o de "preferencia obligada" al generar una reacción estereotipada.

Hay que hacer un gran esfuerzo para responder negativamente porque los individuos responden a partir de la imagen que se puede tener sobre individuos, instituciones, creencias o estereotipos.

2. Preguntas que motivan una respuesta manipulada.

Cuando se presentan ciertas alternativas de opinión basadas en una argumentación sustentada por creencias, instituciones o personalidades que la avalan.

Validación de una pregunta

3. Dificultades de comprensión por los contenidos complejos de la pregunta.

Lo que motiva a responder en el sentido de la pregunta (si o no) para no aparecer como desconocedor del tema.

4. Preguntas de evaluación sobre entidades gubernamentales o personalidades asociadas.

5. Preguntas “cargadas” que utilizan *conceptos* “adjetivados” ideológicamente o que contienen una sobrecarga emotiva

6. Preguntas que determinan polarización de las respuestas (preguntas de escalamiento tipo Likert).

Validación de una pregunta

7. Preguntas asociadas a situaciones que reflejan más un deseo o una aspiración que una realidad (deseabilidad social).

8. Las preguntas "dobles" o el principio de la idea única: a una pregunta, una respuesta.

9. Ambigüedad conceptual: conceptos de múltiples significados o cargados de matices emocionales. Se aconseja "controlar" los conceptos utilizados: Si significan y no tienen otro sentido de lo que se quiere preguntar.

10. Síntoma de debilidad de la pregunta (poco estimulante): Los entrevistados solicitan reiteradamente aclaraciones innecesarias o hacen comentarios no asociados a los objetivos de la pregunta.

Validación de unas preguntas

11. Carácter reactivo de una pregunta: Alguna veces los entrevistados son insistentemente "afirmativos", otras veces son reiteradamente "negativos".

12. Efecto de Halo: ¿hay alguna pregunta que contamine las siguientes respuestas?

13. Grado de aceptación de las preguntas: un gran porcentaje de entrevistados que se niegan a responder una pregunta.

LA EVALUACIÓN DE LAS RESPUESTAS

La calidad de las respuestas varía según:

- **La respuesta es más precisa cuanto menor es el tiempo transcurrido desde el acontecimiento de los hechos sobre lo que se pregunta y mayor es la importancia de los mismos para el entrevistado**
- **La aceptación social de un acontecimiento o de un comportamiento influye en el nivel de validez o distorsión de la información facilitada.**
- **Las características de los entrevistados influyen menos en la precisión de las respuestas que las características del acontecimiento informado.**

LA EVALUACIÓN DE LAS RESPUESTAS

- **CRITERIOS DE EVALUACIÓN DE UNA RESPUESTA:**
- **La repuestas "*emotivas*" o estereotipadas sobre problemas coyunturales, instituciones y funcionarios del Estado, administradores, políticas gubernamentales.**
- ***Respuestas "socialmente aceptables"*: negarse a ser implicado o a oponerse al interrogador (síndrome de Estocolmo). El entrevistado se limita a mostrar reiteradamente su acuerdo con el entrevistador.**
- **La presencia reiterada de respuestas "*no estoy seguro*" o "*carezco de información suficiente*".**

LA EVALUACIÓN DE LAS RESPUESTAS

Análisis de las respuestas *No Sabe o No contesta*: Se recomienda que se reformulen o anulen aquellas preguntas cuyo índice de respuesta sea mayor a 10%. Un porcentaje mayor “sugiere” al investigador alguna de estas fallas:

- Que la pregunta es vaga, muy sutil,
- Las categorías de respuestas preestablecidas en una pregunta cerrada no cubren todas las respuestas posibles
- Que es demasiado compleja e implica respuestas difíciles
- Que el entrevistado no se halla en situación de contestar

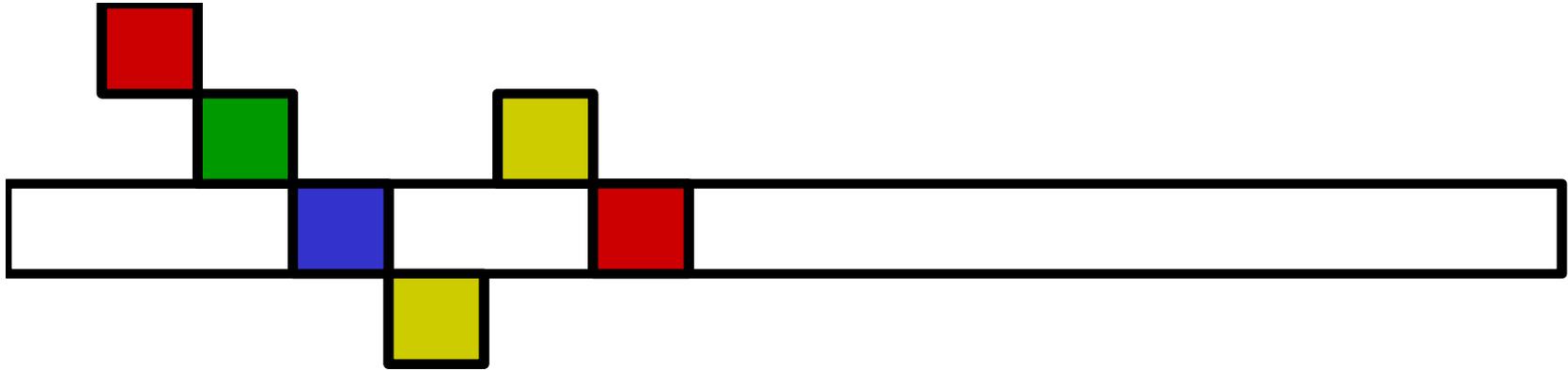
LA EVALUACIÓN DE LAS RESPUESTAS

Caracter discriminante de las respuestas: Se analizan las preguntas en terminos de las frecuencias de las respuestas. Se sugiere controlar:

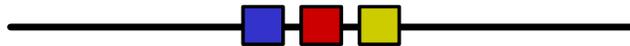
Respuestas consensuales: aquellas en que más del 85 o 90% de los entrevistados responden lo mismo.

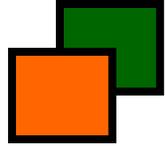
Respuestas no consensuales: aquellas que tienen un altísimo porcentaje de dispersión en las respuestas.

Solo hay que conservar las preguntas que discriminan mejor.



ESCALAS PARA MEDIR ACTITUDES

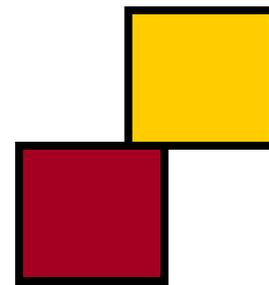




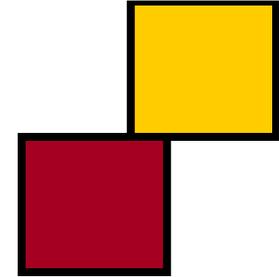
TÉCNICAS DE MEDICIÓN DE ACTITUDES POR MEDIO DE ESCALAS

Las escalas de actitud son técnicas de medición de la cantidad de una propiedad, llamada *actitud* hacia algo, poseída por un conjunto de personas.

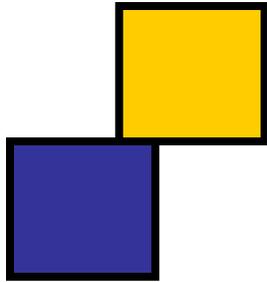
Una escala, como instrumento de recolección de información, es un cuestionario estructurado con un conjunto de preguntas presentadas en la forma de proposiciones ante las cuales se pide la reacción de los entrevistados.



¿CUÁNDO USARLAS?



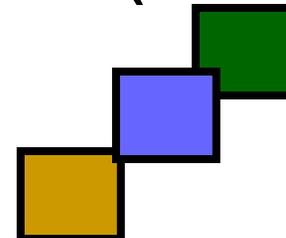
- Sirven para medir la actitud “latente” o “manifiesta” ante objetos y situaciones.
- Los objetos se refieren a personas o grupos de personas, instituciones, organizaciones o a ideas, símbolos o hechos susceptibles de discusión.
- Las situaciones hacen referencia a comportamientos específicos de los referidos objetos.



¿QUÉ ES UNA ACTITUD?

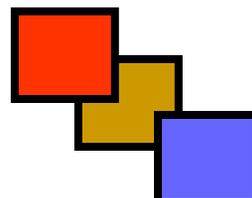
Es una organización relativamente duradera de *creencias* en torno a un objeto o situación, las cuales predisponen *a reaccionar* preferentemente de una manera determinada (Milton Rokeach).

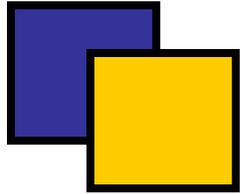
Estas “pre - disposiciones” formuladas por la experiencia anterior necesitan de estímulos socio-culturales exteriores para ser activadas (creencias).



En el concepto de actitud hay que destacar 4 aspectos:

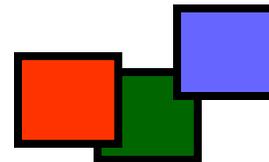
- *Las creencias* son la base de las actitudes
- Las actitudes se refieren a “*objetos*” y “*situaciones*”
- Las actitudes son predisposiciones que requieren de *estímulos socioculturales*
- Las predisposiciones actitudinales son producto de *la experiencia y del complejo valórico del individuo*





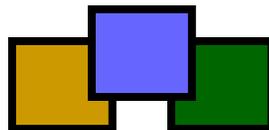
Algunas definiciones

- Thomas y Znaniecki (1918) es una tendencia a la acción.
- Thurstone (1928) es la suma de las inclinaciones, sentimientos, prejuicios, ideas preconcebidas, miedos y convicciones *acerca de un determinado asunto*.
- Katz y Stottland (1959) es la tendencia o predisposición a evaluar.
- Newcomb (1959) es una forma de ver algo con agrado o desagrado.



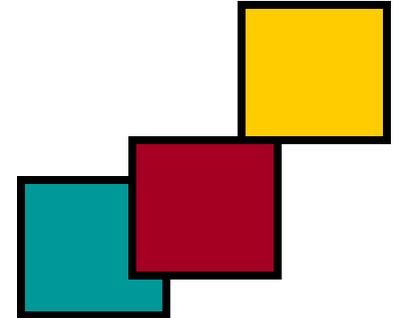
Algunas definiciones

- Sarnoff (1960) es una disposición a reaccionar de forma favorable o desfavorable.
- Sherif y Sherif (1965) son las posiciones que la persona adopta y aprueba respecto a objetos, asuntos controvertidos, personas, grupos o instituciones.
- Rokeach (1968) es una organización, relativamente estable, de creencias acerca de un objeto o situación que predispone al sujeto para responder preferentemente en un determinado sentido.



FUNCIONES DE LAS ACTITUDES

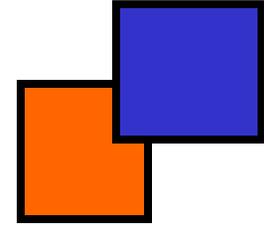
- **Carácter motivacional (determinante de la estabilidad y cambio de las actitudes)**
- **Función de defensa del yo**
- **Función adaptativa**
- **Función cognoscitiva**



LA INTENSIDAD DE UNA ACTITUD

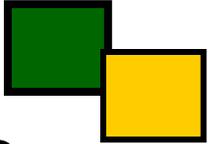
Este componente hace referencia a *la fuerza del componente afectivo*. Las escalas miden la intensidad del sentimiento del individuo a favor o en contra de algún objeto o situación social.

¿QUÉ ES UNA CREENCIA?



- Es la acción de creer y hacer. Acción de pensar, juzgar, imaginar, estimar algo verosímil o probable.
- Un enunciado que expresa la creencia puede manifestarse así.
- “Yo creo (o pienso) que tal y tal cosa”
- Las personas, con respecto a una situación u objeto determinado, pueden que piensen de una manera, sientan de otra y aún actúen de otra manera distinta*

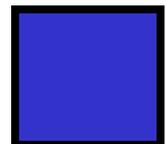
COMPONENTES DE LA ESTRUCTURA DE UNA CREENCIA



Componente cognitivo o de conocimiento: Se tiene o se cree tener un conocimiento sobre un objeto o situación y se expresa en términos de “Creo que...” o “No creo que ...”

Componente afectivo que se expresa en términos de simpatía - antipatía (sentimientos de variadas intensidad y dirección)

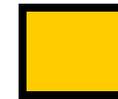
Componente de acción o de comportamiento que contiene una disposición a responder de determinada manera.



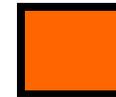


LAS ESCALAS DE ACTITUD SE UTILIZAN CON TRES OBJETIVOS

1. Como instrumento de medición de las características de una variable.

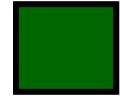


2. Como instrumento de medición de la dirección de la actitud (positiva o negativa; favorable o desfavorable) y de la intensidad de la actitud (alta o baja)



3. Técnica indirecta de acercamiento a temas sensibles o de difícil manejo a través de otras técnicas de recolección de información.





MEDICION DE ACTITUDES

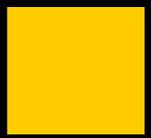
Al presentar los diversos tipos de preguntas que puede contener un cuestionario se afirmó que algunas de ellas formuladas en forma de *proposiciones* con alternativas de respuestas con diversos *grados de intensidad* estaban destinadas a *medir actitudes*.

Una *actitud medible* puede ser:

- Un sentimiento positivo o negativo: estoy a favor o en contra.
- Una predisposición a actuar de cierta forma.
- El nivel agrado o desagrado por...
- Una disposición positiva o negativa hacia un objeto social



Técnicas de medición por medio de escalas

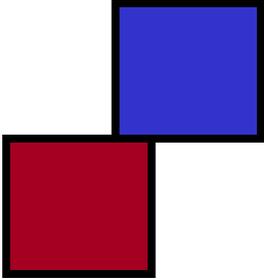


Las técnicas de diseños de escalas se basan en tres principios generales: el *continuum*, la escala y el índice.

El *continuum*: Se parte del supuesto de que la actitud o la opinión tiene una especie de continuidad que tiene sus determinados límites: El principio y el fin son el mínimo y el máximo de la presencia de una u otra cualidad. Por ejemplo, la máxima satisfacción por el trabajo, o la máxima insatisfacción.

La escala es un determinado sistema métrico de unidades que sirve como medida única de los procesos u opiniones que se estudian, situados en el *continuum* dado.

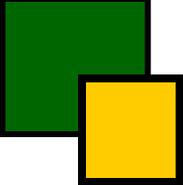
El índice es un código alfanumérico que ofrece cierta reducción cuantitativa de las características cualitativas que se están midiendo,



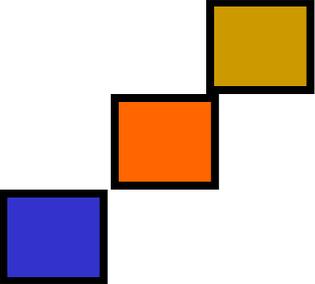
ESCALA DE LIKERT



Conjunto de afirmaciones o proposiciones ante las cuales se pide la reacción de los sujetos, es decir, se presenta cada afirmación y se inquiere al entrevistado que externalice su reacción, eligiendo uno de los cinco puntos de la escala

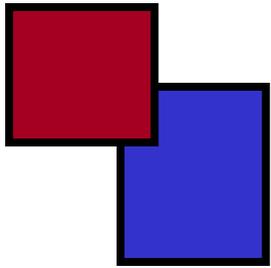


CONSTRUCCIÓN DE UNA ESCALA LIKERT



Etapas

- **Definición de la actitud o variable que se va a medir**
- **Operacionalización de las variables: Formulación de proposiciones que se supone que son indicadores de la actitud**

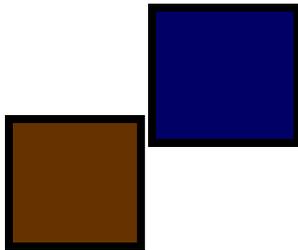
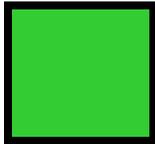


Pasos que se siguen en la construcción de una escala Likert

- **Determinación de los puntajes asignados a las categorías de respuesta de los ítemes o preguntas**
- **Validación de las proposiciones utilizadas para eliminar las no pertinentes: Determinación del poder discriminante del ítem.**
- **Aplicación del cuestionario con las preguntas escalares a una población muestral**
- **Calculo de los puntajes escalares individuales**

Construcción de una escala Likert

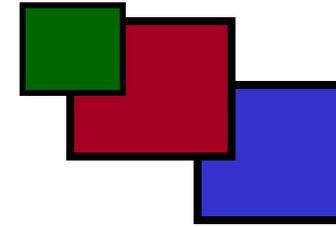
El entrevistado expresa su nivel de aceptación o de rechazo refiriéndose a una escala que suele contar con 5 valores numéricos.



**FORMA DE
OBTENER
UNA
PUNTUACIÓN**

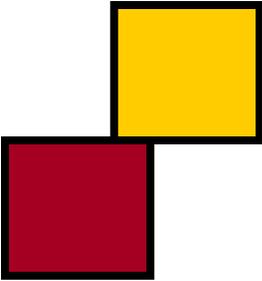
	Puntajes
Totalmente de acuerdo :	5
De acuerdo :	4
Indiferente	3
En desacuerdo	2
Totalmente en desacuerdo :	1

Escala aditiva: los puntajes se obtienen sumando los valores positivos o negativos obtenidos.



La escala de Likert es desde un punto de vista aritmético, una escala sumatoria ya que el valor que tiene cada persona en la actitud medida se obtiene mediante la suma de sus respuestas a diversas preguntas o proposiciones que actúan como estímulos.

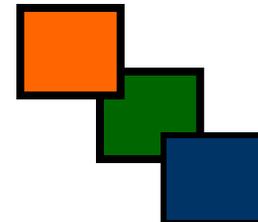
La actitud de una persona puede ser determinado por la suma de sus respuestas a todas las declaraciones de la escala.

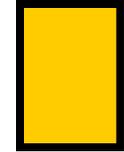


Determinación de puntajes a las categorías de respuestas

Tabular las respuestas:

- A cada categoría de respuesta alternativa se le debe asignar un valor, por ejemplo: 1- 2 - 3 - 4 - 5
- Sumar los valores de las respuestas de cada entrevistado por separado, usando para ello los valores numéricos asignados a cada categoría de respuesta.
- Ordene los respondentes según los puntajes obtenidos por cada uno de ellos.





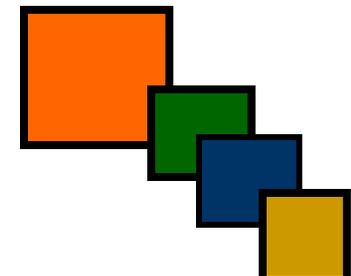
PROPOSICIONES Y CATEGORIAS DE RESPUESTAS ESCALARES

**La DIAN ayuda al contribuyente a resolver sus
problemas de impuestos**

**Muy de
acuerdo – De acuerdo**

Indiferente

**Muy en
Desacuerdo – desacuerdo**



PROPOSICIONES Y CATEGORIAS DE RESPUESTAS ESCALARES

¿Está de acuerdo con la afirmación según la cual la baja calidad de la educación en nuestro país se debe a la ineficiencia de los maestros?

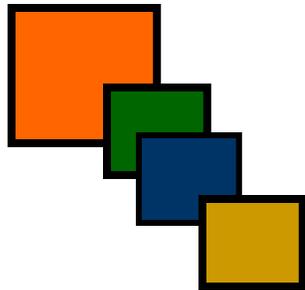
Muy de

acuerdo – De acuerdo

Indiferente

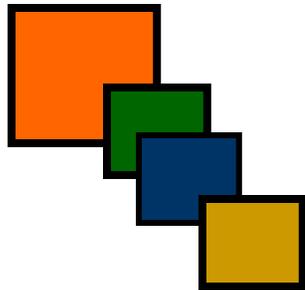
**Muy en
Desacuerdo – desacuerdo**

SUPUESTOS DE LA ESCALA DE LIKERT



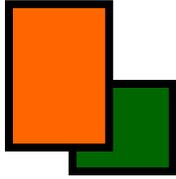
- Cada proposición debe ser pertinente de la variable que se quiere medir.
- Cada ítem o proposición debe cubrir todo el continuo de la actitud desde un polo positivo (completamente de acuerdo) hasta el polo negativo (completamente en desacuerdo).
- Cada ítems o proposición debe expresar una opinión debatible, no un *hecho incuestionable*.

SUPUESTOS DE LA ESCALA DE LIKERT



- Cada proposición debe dar la posibilidad de respuesta en toda la gama de intensidad de la actitud medida
- Evítese el doble sentido: Cada proposición debe tener una sola interpretación para los entrevistados en cuanto a expresar una actitud definida hacia un asunto único.

• Construcción de una escala Likert

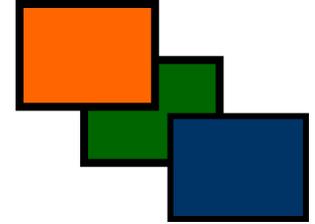


• Cada proposición debe ser exhaustiva (completa en cuanto expresar una actitud definida hacia un asunto único) y debe ser simple y corta, en lo que se refiere a la construcción gramatical y de redacción

• Cada proposición debe contener alternativas de respuestas que sean realmente excluyentes una de otras.

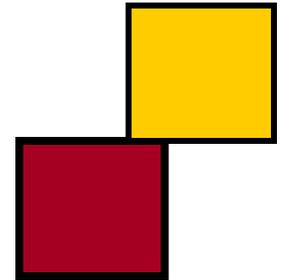


CUESTIONARIO MODELO PARA ESCALA LIKERT

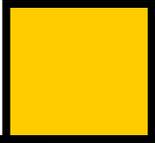


El objetivo de las escalas de actitudes es hacer operacionales las informaciones de orden cualitativo, transformándolas en datos cuantificados.

Escalas	Valor
T.A. 5 :	Totalmente de acuerdo
D.A. 4 :	De acuerdo
N.N. 3 :	Ni de acuerdo ni en desacuerdo
E.D. 2 :	En desacuerdo
T.D. 1 :	Totalmente en desacuerdo



Se recomienda que las escalas de Likert se hagan con un numero impar de niveles (mínimo 3 y máximo de 7. Lo óptimo es de 5.

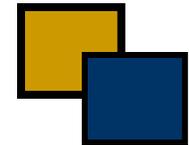


Escala de actitudes sobre la natalidad.



1. Una de las mayores razones para casarse debe ser el deseo de tener hijos

T.A. D.A. N.N E.D. T.D

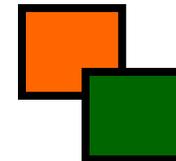


2. No es deseable tener sólo un hijo, pues éste se sentiría solo.

T.A. D.A. N.N E.D. T.D

3. Dar a luz un hijo debe ser una de las más profundas experiencias que una mujer pueda tener.

T.A. D.A. N.N E.D. T.D



4. Es mejor tener al menos un hijo de cada sexo que sólo tener hijos de un solo sexo.

T.A. D.A. N.N E.D. T.D

Cuestionario modelo para escala Likert

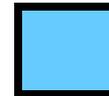
5. Una mujer que no tenga hijos nunca podrá sentirse completamente realizada.

T.A. D.A. N.N E.D. T.D



6. Un hombre no es “realmente un hombre” si no ha tenido hijos.

T.A. D.A. N.N E.D. T.D



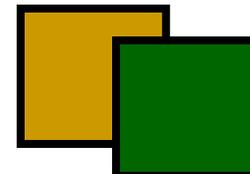
7. La actividad sexual que no resulte en concepción (por causas voluntarias de la pareja o avanzada edad) es moralmente incorrecta.

T.A. D.A. N.N E.D. T.D



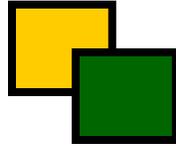
8. La primera obligación de la mujer es la maternidad y debe permitírsele tener una carrera profesional si esa carrera no interfiere con su papel materno

T.A. D.A. N.N E.D. T.D

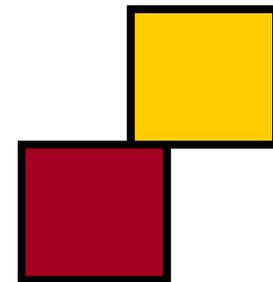


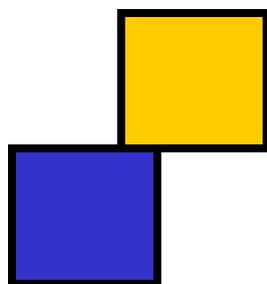
Questionario modelo para escala Likert

ITEMS Y PUNTAJES



Sujeto	Preguntas								Puntaje	
	1	2	3	4	5	6	7	8	Total	Rango
1	5	4	3	4	4	5	3	5	32	
2	2	2	3	3	2	1	1	2	16	
3										
"										
30										





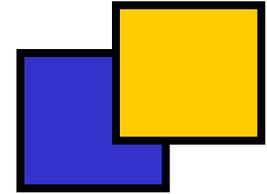
EJEMPLIFICACIÓN DE RESULTADOS OBTENIDOS CON UNA TÉCNICA ESCALAR

GRADO DE SATISFACCIÓN CON LOS DIFERENTES ASPECTOS DE LA VIDA UNIVERSITARIA

TABLA 6. AMBIENTE SOCIAL EN SU PROGRAMA

PROGRAMA	Muy Satisfecho	Satisfecho	Insatisfecho	Total
Antropología	0.0	77.8	22.2	19.6
Historia	0.0	75.0	25.0	17.4
Sicología	0.0	63.6	36.4	23.9
Sociología	22.2	66.7	11.1	19.6
Trabajo Social	11.1	66.7	22.2	19.6
TOTAL	6.5	69.6	24.0	100.0

LA TECNICA DEL DIFERENCIAL SEMÁNTICO



Se trata de calificar el objeto de actitud mediante una serie de adjetivos extremos. Es decir, el entrevistado tiene que calificar “el objeto de actitud” en un conjunto de adjetivos extremos o polares.

Entre cada par de adjetivos polares se presentan varias opciones y el entrevistado selecciona aquella que refleje su actitud en mayor medida.

Ejemplo de escalas bipolares

Objeto de actitud: candidato presidencial

Duro — — — — — Blando

Se observa que los adjetivos son “extremos” y que entre ellos hay siete (7) opciones o categorías de respuesta. Cada entrevistado califica al candidato en términos de esta escala de adjetivos polares.

EJEMPLOS DE ADJETIVOS POLARES

Costoso

Barato

Activo

Pasivo

Seguro

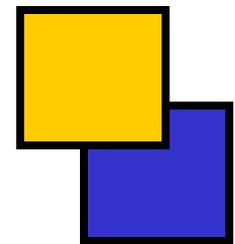
Peligroso

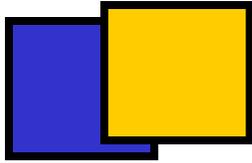
Profundo

Superficial

Agradable

Ddesagradable



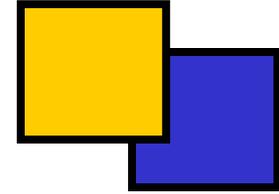


Ejemplificación:

Su actitud hacia el producto “x” es:

Barato	- - - - -	Caro
Sabroso	- - - - -	Insípido
Limpio	- - - - -	Sucio

Las escalas por diferencial semántico deben tener también un número impar de niveles, preferiblemente siete.

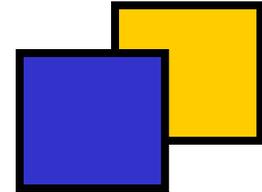


¿Qué es lo que se mide? El Diferencial Semántico (Osgood) permite medir *la significación* que tienen ciertos objetos o situaciones para las personas a las cuales se le aplica.

La significación se determina mediante la ubicación del objeto elegido en un “espacio semántico” definido por una gran cantidad de adjetivos extremos.

Generalmente se le pide al entrevistado que **marque una determinada posición relativa**, de tal modo que cada persona puede darle a tal objeto significados muy diferentes.

ETAPAS PARA DISEÑAR UNA ESCALA DIFERENCIAL SEMÁNTICO

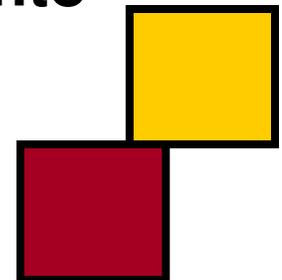


- Elección del o de los conceptos - dimensiones - cuya significación (imagen) se desea establecer en un grupo de personas.
- Escoger el factor o los factores en los cuales se desea que las personas den definiciones semánticas de los mismos (Evaluación - potencialidad – actividad).
- Buscar y construir una lista exhaustiva de pares de adjetivos polares o extremos en cada una de las dimensiones ya escogidas

Los pares de adjetivos deben ser pertinentes y aplicables al “objeto (concepto) de actitud a medir”.

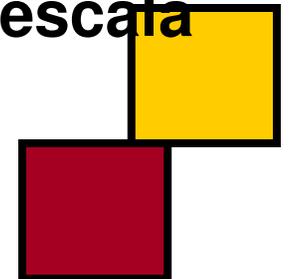
Los pares de adjetivos polares que se utilizan para expresar la significación de los objetos pueden ser reducidos según Osgood, a tres (3) dimensiones:

EVALUACION:	bueno – malo; optimista – pesimista
POTENCIA:	fuerte - débil; grande - pequeño,
ACTIVIDAD:	activo - pasivo; rápido - lento



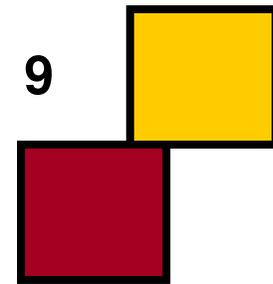
APLICACIÓN DE UNA PRUEBA PILOTO

- **Los conceptos (por ejemplo, democracia, felicidad, sistema escolar, etc.) que se utilizarán en el estudio se presentan en hojas separadas.**
- **A cada entrevistado se le pide que califique el concepto con un valor en cada una de las escalas que lo acompaña.**
- **Correlacionamos - reducimos las respuestas de los entrevistados (Análisis factorial) para cada par de adjetivos. Se descartan los menos relacionados.**
- **Controlamos la confiabilidad y validez de la escala total (poder discriminante de las preguntas)**
- **Diseño de la versión final de la Escala.**



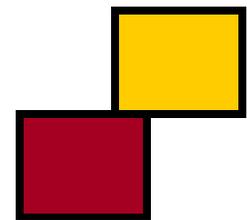
DATOS DE UN DIFERENCIAL SEMÁNTICO PARA LA PERSONA A
CONCEPTOS

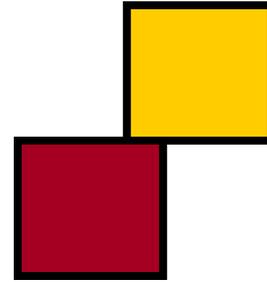
	<i>Trabajo</i>	<i>Político</i>	<i>Honestidad</i>	<i>Líder</i>	<i>Congreso</i>
<i>Escalas</i>	<i>A</i>	<i>B</i>	<i>C</i>	<i>D</i>	<i>E</i>
• importante – sin					
• importancia	6	2	6	6	3
• Bueno – malo	5	2	5	5	2
• Claro – oscuro	6	2	2	6	2
• Útil – inútil	5	1	5	5	2
Total	22	7	18	22	9



La escala final se califica sumando las puntuaciones obtenidas respecto a cada ítem o par de adjetivos. Uno de los métodos consiste en el cálculo de los valores totales que la persona otorgó a cada concepto.

En el ejemplo, el concepto de **trabajo** tiene un valor de 22; la **imagen del político** de 7, **la idea de honestidad** de 18, el concepto de **líder** tuvo un favorabilidad de 22, **el Congreso** obtuvo una puntuación de 9.





Si se analiza la información a nivel de los conceptos se puede ver, una vez efectuado los cálculos, que los conceptos de trabajo, honestidad y líder tienen una **alta significación o valoración** para la persona A; en cambio, sucede lo contrario con los conceptos de político y Congreso.

LA ESCALA GUTTMAN

El propósito de esta escala es medir la unidimensionalidad actitudinal -mide solo una dimensión- de acuerdo con el supuesto de que la actitud íntegra está contenida en una sola dimensión. Es decir, los enunciados o afirmaciones deben estar relacionados unos con otros.

Los encuestados son enfrentados a responder el conjunto de opciones o alternativas que se pueden dar en la dimensión actitudinal. Estas opciones se presentan en una especial disposición, de tal manera que las alternativas o preguntas midan la intensidad de la apreciación o la opinión.

Ejemplificación

Supongamos que estamos midiendo actitudes frente al aborto. Para este fin se diseñó un continuo de ítems relacionados con el tema:

¿Está usted de acuerdo o en desacuerdo con que el aborto sea permitido en las siguientes circunstancias?:

- Cuando la vida de la mujer está en peligro
- En caso de incesto o de violación
- Cuando el feto muestra clínicamente riesgos graves de salud
- Cuando hay consentimiento paterno
- Cuando la mujer no puede criar responsablemente el futuro niño Cuando la madre lo considera pertinente.

ACTITUDES FRENTE AL ABORTO

PERSONA	RIESGO MUJER	INCESTO VIOLAC	MALFOR CION FETAL	CONSENTI PATERNO	IRRESPONSA MATERNA	DECISIÓN MUJER	N° RESP
							D.A.
1	A	A	A	A	A	A	6
2	A	A	A	D	A	D	4
3	A	A	A	D	D	D	3
4	A	A	D	A	D	D	3
5	A	D	D	A	D	D	2
6	D	A	D	A	D	D	1

A= De acuerdo

B= Desacuerdo

CRITERIOS DE EVALUACION DE LAS PREGUNTAS EN UNA PRUEBA PILOTO

- ¿Se **entiende** la pregunta? – dificultades de comprensión
- Pregunta **doble** (dos ideas en una)
- ¿Se **acepta** la pregunta?
- ¿Esta bien **ubicada** la pregunta en el cuestionario?
- ¿La pregunta **influye** en la respuesta? (socialmente aceptable).
- Pregunta **condicionante** que utiliza conceptos que han adquirido una sobrecarga emocional que motiva una respuesta estereotipada.

Criterios de evaluación de las preguntas en una prueba piloto

- La pregunta **motiva** un tipo de respuesta en las otras preguntas?
- La pregunta es “difícil” (temática difícil - **comprometedora**)
- Las **categorías de respuesta** propuestas no cubren todas las posibles respuestas. No son exhaustivas ni excluyentes.
- La pregunta es **ambigua e imprecisa** y motiva respuestas inútiles o no está asociada a los objetivos del estudio
- ¿La pregunta es **repetida**, es rutinaria? Influye en un patrón de respuesta automático.

Criterios de evaluación de las preguntas en una prueba piloto

- Preguntas que **evalúan** “servicios”, “instituciones”, “personajes”
- Preguntas que contienen conceptos “adjetivizantes” y/o de **múltiples significados**
- Preguntas **escalares** que pueden motivar la polarización de las respuestas
- Preguntas que determinan respuestas que reflejan **deseos** más que la realidad
- Preguntas que son identificadas con el **supuesto patrocinador**

Criterios de evaluación de las preguntas en una prueba piloto

- Preguntas **autobiográficas** (recuerdos, confesiones, vida íntima)
- **Indefinición** espacial y temporal en la formulación de las preguntas.
- Problemas de **redacción** (composición)- formulación de las preguntas.
- Problemas con el **formato de presentación** de la pregunta