

# Operacionalización y diseño del cuestionario

---

- ▶ Tras la operacionalización, el último paso para hacer observable y cuantificable una variable es la MEDICIÓN.
  - ▶ Medir las variables: asignar valores o categorías a la variable que se desea observar.
  - ▶ En un cuestionario de encuesta, la medición se refleja en las respuestas que se ofrecen para cada pregunta.
  - ▶ Las respuestas para cada pregunta se corresponden con los valores de la/s variable/s que se pretende/n observar con cada una de las preguntas.
  - ▶ Dependiendo del modo en que expresemos los valores de la variable en esas respuestas, estaremos midiendo de un modo u otro dichas variables.
  - ▶ Criterios a cumplir en la medición de variables:
    - ▶ Exhaustividad
    - ▶ Exclusividad o Exclusión
    - ▶ Precisión
- 



# Medición de variables

---

## ▶ Exhaustividad:

- ▶ Deben recogerse todos los posibles atributos de la variable.

Ej:

Género: Hombre / Mujer : EXHAUSTIVA.

Color favorito: Blanco / Negro : NO EXHAUSTIVA

Color favorito: Blanco / Negro / Otros : EXHAUSTIVA



# Medición de variables

---

## ▶ Exclusividad o exclusión:

- ▶ Los atributos deben ser mutuamente excluyentes.

Ej:

NO EXCLUYENTE:

Edad:

- a) 18 años o menos
- b) 18-36 años
- c) 36 o más años

EXCLUYENTE:

Edad:

- a) Menos de 18 años
  - b) 18-36
  - c) Más de 36 años
- 



# Medición de variables

---

## ► Precisión:

- Atributos no ambiguos; mayor número de distinciones.

Ej:

MENOS PRECISA

MÁS PRECISA

A) Nivel de instrucción		B) Nivel de instrucción	
Sin estudios	1	No sabe leer ni escribir	1
Primarios	2	Sólo sabe leer y/o escribir	2
Profesionales	3	Primarios de 1º grado	3
Bachillerato	4	Primarios de 2º grado	4
Medios superiores	5	Formación profesional	5
Superiores	6	Bachillerato	6
		Medios superiores (Esc. Univ.)	7
		Superiores (facultades, ETS)	8
		Otros	9



# Medición de variables: tipos de variables

---

Tipos de variables según su *nivel de medición*:

a) Variables cualitativas o categóricas: clasifican o describen los atributos de una variable. Pueden ser de dos tipos:

- ▶ Nominales: no existe orden ni distancia entre las categorías de la variable. (ej. “Color favorito”)
- ▶ Ordinales: sí que existe orden interno entre las categorías, aunque no distancia medible entre ellas (ej. “Clase social”).



# Medición de variables: tipos de variables

---

Según su *nivel de medición*:

b) Variables cuantitativas o numéricas: cuantifican o miden numéricamente los valores de una variable. Pueden ser de dos tipos:

- ▶ De intervalo: no existe el cero absoluto (ej: altitud)
- ▶ De razón: existe el cero absoluto (ej. número de hijos)

-Si los valores de una variable cuantitativa se expresan en forma de intervalos (ej. Edad: 18-20 años, 21-23 años, 24-26 años, etc.), éstos deben ser iguales, es decir, debe existir la misma distancia entre el límite inferior y superior de cada intervalo. De lo contrario, las analizaremos como si fueran ordinales.

-No confundir “variable de intervalo” con variable cuyos valores se expresan a través de intervalos

La diferencia entre el valor máximo y mínimo de la variable es el recorrido o rango de la variable.

---



# Tipos de variables según su función

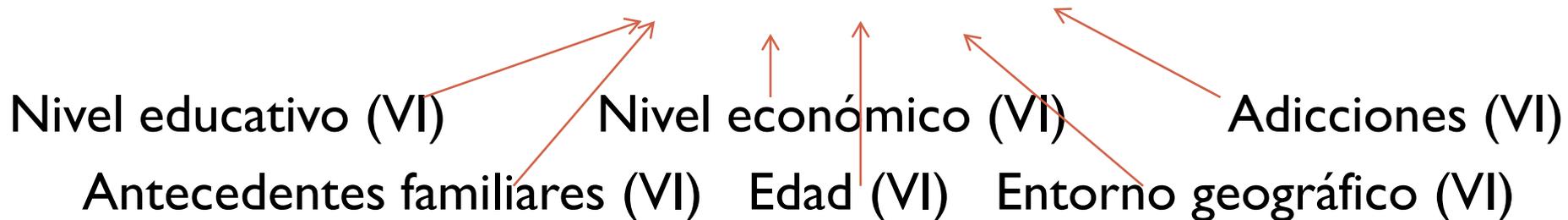
---

Según su *función en la investigación*:

- a) Variables independientes (o explicativas o predictoras): aquellas cuyos atributos influyen en los de otra variable.
- b) Variables dependientes: aquellas cuyos atributos dependen de los que adopten las variables independientes.

Ejemplo:

VIOLENCIA DE GÉNERO (VD)



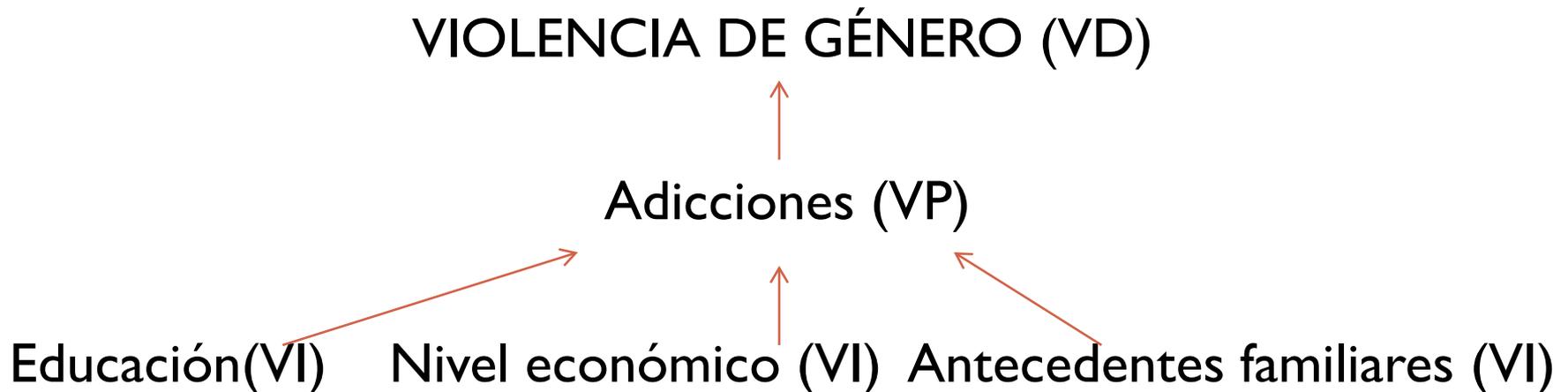
# Tipos de variables según su función

---

Según su *función en la investigación*:

c) Variables perturbadoras o intervinientes: aquellas que median en la relación entre variable dependiente e independiente.

Ejemplo:



# El diseño del cuestionario

---

El cuestionario es un formulario de preguntas y respuestas con espacios para anotaciones.

El cuestionario de encuesta se caracteriza por:

- ▶ La mayoría de preguntas son cerradas o semicerradas (aunque también puede haberlas abiertas).
- ▶ Su aplicación ha de ser igual (estandarizada y estructurada) en todos los individuos de la muestra:
  - ▶ El entrevistador no debe interferir en el contenido y forma del cuestionario,
  - ▶ El cuestionario debe ser el único medio de comunicación entre entrevistador y entrevistado.



# El diseño del cuestionario

	Preguntas cerradas	Preguntas abiertas
VENTAJAS	Facilidad para preguntar y responder	Libertad de respuesta y capacidad de matización
	Rapidez a la hora de analizarlas	Crea clima de confianza, cercanía entrevistador-entrevistado
	No implicación personal, lo que puede ser útil en ciertas ocasiones	Aportan nueva información (investigación exploratoria)
	Las respuestas pueden aclarar el objetivo de la pregunta	La ausencia de respuesta permite no orientar al entrevistado (pero necesitan preguntas claras para asegurar la comparabilidad de las respuestas).
DESVENTAJAS	No se puede matizar, se fuerza al entrevistado	Mayor dificultad de procesamiento y de análisis.
	Puede sugerir respuestas que el entrevistador no habría elegido de forma natural	Posibilidad de alteración en el análisis posterior del significado dado por el entrevistado
	Riesgo de no incluir todas las posibilidades de respuesta	Pérdida de información en la categorización posterior

# El diseño del cuestionario

---

## ▶ Tipos de preguntas:

### ▶ Según la naturaleza de su contenido:

- ▶ De hecho
- ▶ De acción
- ▶ De intención y actitudes
- ▶ De opinión
- ▶ De información o conocimiento
- ▶ De expectativas y aspiraciones
- ▶ De motivo, explicativas



# El diseño del cuestionario

---

## ▶ Tipos de preguntas:

### ▶ Según su función en el cuestionario:

- ▶ Sustantivas
- ▶ Filtro
- ▶ De control
- ▶ De consistencia
- ▶ De introducción o rompehielos
- ▶ De alivio
- ▶ Amortiguadoras
- ▶ De batería
- ▶ De control analítico
- ▶ De control instrumental

