



# Trabajo

# Práctico

## Nro. 7

# Recolección de datos en la Investigación Cuantitativa

## 7.1 Consideraciones generales

### *7.1.1 Diseños experimentales*

- Tome en cuenta lo expresado en el TP. Nro. 4 y Nro. 5.
- En complemento al TP, Ud. debe efectuar una rigurosa lectura de la bibliografía de consulta<sup>1</sup>.
- En particular Ud. deberá reconocer qué es un DI (Diseño de Investigación) y un DINE (Diseño de Investigación No Experimental).
- A partir de esto, deberá tener en claro qué es un “experimento puro” (Vieytes, pág. 359), un “pre-experimento” (pág. 370) y un “cuasi-experimento” (pág. 380). Luego comprender y diferenciar los requisitos” de un DIE.
- Finalmente, todo DIE posee “fuentes de invalidación”: diferéncielas (págs. 364-6).

### *7.1.2 Universo, Población, Muestras y unidad de análisis*

- Distinguir a qué se denomina unidad de análisis (pág. 391).
- Caracterizar y ejemplificar distintos tipos de unidad de análisis (págs. 392-394).
- Definir qué es Población (pág. 395), Muestra (pág. 396) y unidad de muestreo (págs. 396-397).
- Caracterizar y ejemplificar los tipos de muestras (págs. 399-404).
- Explique los pasos de un plan de muestreo (págs. 404-406).

### *7.1.3 Proceso de medición*

- Noción de medición.
- Reglas de una medición y el vínculo entre sistema conceptual, operacional y lo empírico.
- Pasos del proceso de medición (págs. 418-460).

## 7.2 Objetivos

- **Reconocer** la conceptualización de los siguientes términos: unidad de análisis, muestra, población y universo.
- **Distinguir** las relaciones entre los términos de mallas y los Diseños de Investigación.

## 7.3 Consignas del práctico

### *7.3.1 Selección de una muestra y unidad de análisis*

Tome en cuenta la siguiente consideración dada por los autores de referencia:

“Por tanto, para **seleccionar una muestra**, lo primero que hay que hacer es definir la **unidad de análisis** (personas, organizaciones, periódicos, comunidades, situaciones, eventos, etc.). El sobre qué o quiénes se van a recolectar

<sup>1</sup> Hernández Sampieri, C.; Fernández Collado, C; Lucio, Pilar B. *Metodología de la Investigación*, 2da. edición, McGraw-Hill, México, Cap. 6 (o 7 de la nueva edición): “Diseños experimentales de investigación”. (es lo mismo consultar a R. Vieytes)

datos depende del enfoque elegido (cuantitativo, cualitativo o mixto) del planteamiento problema a investigar y de los alcances del estudio”<sup>2</sup>.

¿Cuál sería la unidad de análisis, según la definición anterior en los siguientes casos? (marque con una “x” la opción correcta):

7.3.1.1 Si uno de los objetivos del problema de investigación es describir el uso que hacen los alumnos de la UAI de su tiempo de descanso:

- Los alumnos de la UAI que asisten a clases regularmente.
- Los alumnos de la UAI que no asisten a clase regularmente.
- Los profesores de la UAI que efectúan seguimiento extra-áulico de los alumnos
- El entorno familiar.

7.3.1.2 Si Ud. -como uno de los objetivos del problema de investigación- desea investigar la discriminación a nivel áulico/educativo de las mujeres en la UAI.

- Alumnas de la UAI
- Alumnas y alumnos de la UAI
- Todo el personal, tanto docente como no docente de la UAI
- Ninguna de las anteriores
- Todas las anteriores

7.3.1.3 Si el objetivo es analizar la comunicación entre profesores y alumnos/as en relación al rendimiento académico durante el CI-2009 en la UAI.

- La comunicación profesor/alumno en la UAI.
- La comunicación profesor/alumno en la UAI durante el CI-2009.
- Reglamentos y normativa directamente vinculada y específica de las relaciones comunicativas entre profesores y alumnos según la UAI.

### Conclusión

*Lo primero que se tiene que plantear es lo relativo a quiénes van a ser medidos, lo que corresponde a definir la unidad de análisis – personas, organizaciones, periódicos, editoriales, etc.-. Se procede después a delimitar claramente la población con base en los objetivos del estudio y en cuanto a características de contenido, de lugar y en el tiempo.*

### **7.4 Para delimitar una Población**

En los estudios cuantitativos, casi siempre, la población se delimita *a priori*. Tomemos en cuenta lo siguiente: “Para el enfoque cuantitativo, las poblaciones deben situarse claramente en torno a sus características de contenido, de lugar y en el tiempo”<sup>3</sup>

¿Qué quiere decir esto? Simplemente, que se deben describir específicamente las características de la población a considerar.

Tome en cuenta los siguientes ejercicios reflexivos y marque con una “x” la opción correcta:

7.4.1 Considere que desea estudiar las motivaciones del uso de los *celulares* por parte de los alumnos de la UAI en horario de clase en el CL-2009.

¿Cuál es la unidad de análisis?

- Los alumnos de la UAI -según carrera- del CL 2009
- Los alumnos que usan *pen-drive* de la UAI del CL 2009
- Los alumnos de la UAI que usan *pen-drive*.

¿De qué universo se trata?

- De todos los alumnos de la UAI, CL 2009.
- De todos los alumnos de 2do. Año de la Lic. en Psicología del CL 2009.
- De algunos de los alumnos de la UAI.

<sup>2</sup> *Ibid.*, pág. 300.

<sup>3</sup> *Ibid.* pág. 304.

Se ha seleccionado a partir del universo anterior una población, distinga cuál es:

- Los alumnos de la UAI que estudian la Lic. en Psicología, CL 2009 sede Ituzaingó.
- Los alumnos de la UAI que tengan un promedio entre 4 y 6.
- Los alumnos de la UAI que estén casados.

7.4.2 Si se desea estudiar a los directivos de empresa en Argentina en relación a las variables de tipo organizacional (capital, ventas, empleados) en el 2007, la población se debe definir de la siguiente manera. (Marque la opción que considera correcta):

- Todos los directores generales de empresas industriales y comerciales en 2007 que tienen un capital social superior a 30 millones de pesos, con ventas superiores a los 100 millones de pesos y/o con más de 300 personas empleadas.
- Todos los directores generales de empresas comerciales en 2007 que tienen un capital social superior a 30 millones de pesos, con ventas superiores a los 100 millones de pesos y/o con más de 300 personas empleadas.
- Todos los directores y subdirectores generales de empresas industriales y comerciales en 2007 con más de 300 personas empleadas.
- Todos los miembros del *staff* (directores y subdirectores generales) ejecutivo de empresas industriales y comerciales en 2007 que tienen un capital social superior a 30 millones de pesos, con ventas superiores a los 100 millones de pesos y/o con más de 300 personas empleadas.

**7.5 Muestras**

Tipos de Muestra	Probabilística	No Probabilística
	<i>Azar simple</i>	<i>Cuotas</i>
	<i>Sistemática</i>	<i>Intencional</i>
	<i>Estratificada</i>	<i>Casual o incidental</i>
	<i>Conglomerado</i>	<i>Bola de nieve</i>
		<i>Propósitos</i>

**7.6 Ejercicio integrador**

7.6.1 Complete tomando en cuenta lo siguiente:

“Analizar si el medicamento “X” mejora el rendimiento académico de los alumnos de la UAI en la mesa de examen de diciembre de las materias que corresponden a 2do. Año. Una vez hecho lo anterior, analizar dicho rendimiento durante 4 ciclos lectivos continuados a partir de diciembre de 2009”:

Tipo de Diseño: (marque con una “x”

DIE  
(Diseño de Investigación Experimental)

DINE  
(Diseño de Investigación No Experimental)

Unidad de análisis: .....

Universo: .....

Tipo Muestra: .....

Muestra: .....