

Clase 8

Análisis descriptivo y tratamientos elementales



Le Sphinx

CAMPUS

El pack Sphinx dedicado a la enseñanza de métodos y técnicas para encuestas

Objetivos

Objetivos metodológicos

- Ser capaz de diseñar un plan de conteo
- Dominar los métodos de recuento de todo tipo de respuestas: simples, múltiples, ordenadas, de escala, de matriz y numéricas abiertas
- Saber cómo manejar la falta de respuesta, las particularidades de las respuestas múltiples y las escalas
- Comprender los parámetros de posición y dispersión, la clasificación de las variables numéricas
- Ser capaz de presentar las tablas de una manera clara y comprensible
- Saber adaptar la representación gráfica correcta al análisis que se está realizando

Objetivos Sphinx

- Saber cómo lanzar un análisis de un conjunto de diversas variables
- Conocer las opciones de presentación de los resultados para cada tipo de variable: gestión de la falta de respuesta, agrupación de modalidades, parámetros estadísticos, clasificación de variables numérica y procesamiento de escalas numéricas
- Saber cómo editar los diferentes tipos de gráficos con sus opciones
- Saber cómo preparar y difundir un conjunto de análisis accesibles en línea

Tabla de contenidos

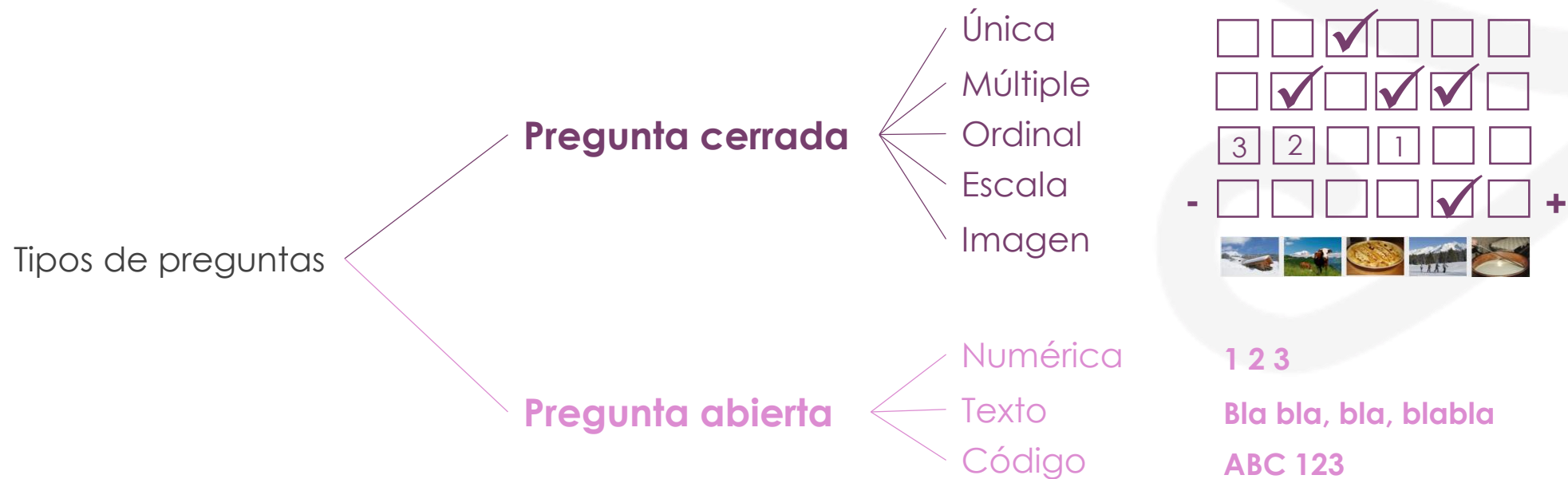
1. Plan de tabulación
2. Diferentes tipos de análisis descriptivos
- 3 . Gráficos para análisis descriptivo y procesamiento elemental

1. Plan de tabulación

- El plan de tabulación (o procesamiento) es la lista predefinida del conjunto de análisis a realizar, que satisfará todas las necesidades del estudio. Se recomienda encarecidamente que este plan de procesamiento se defina claramente antes del inicio de la fase de análisis.
- En las grandes empresas consultoras, el director del proyecto define su plan de tratamiento y ordena los resultados a su departamento de "tratamiento".
- El plan de análisis ya puede ser diseñado de acuerdo con la presentación del escenario de resultados deseado por el director del estudio.
- En general y sucesivamente incluye:
 - Un recuento "plano" de las preguntas que describen la población encuestada
 - El procesamiento "plano" de las preguntas clave de la encuesta (todos los formatos), según un plan temático.
 - Análisis "cruzados" según una o más preguntas de perfil (o de identidad), como el sexo, la edad, etc., según los objetivos del estudio (véase la clase 9).
 - Posibles análisis multivariantes (véase la clase 12)
- Algunos programas informáticos, como Sphinx iQ2, permiten establecer el plan de tratamiento y luego obtener todos los análisis deseados.

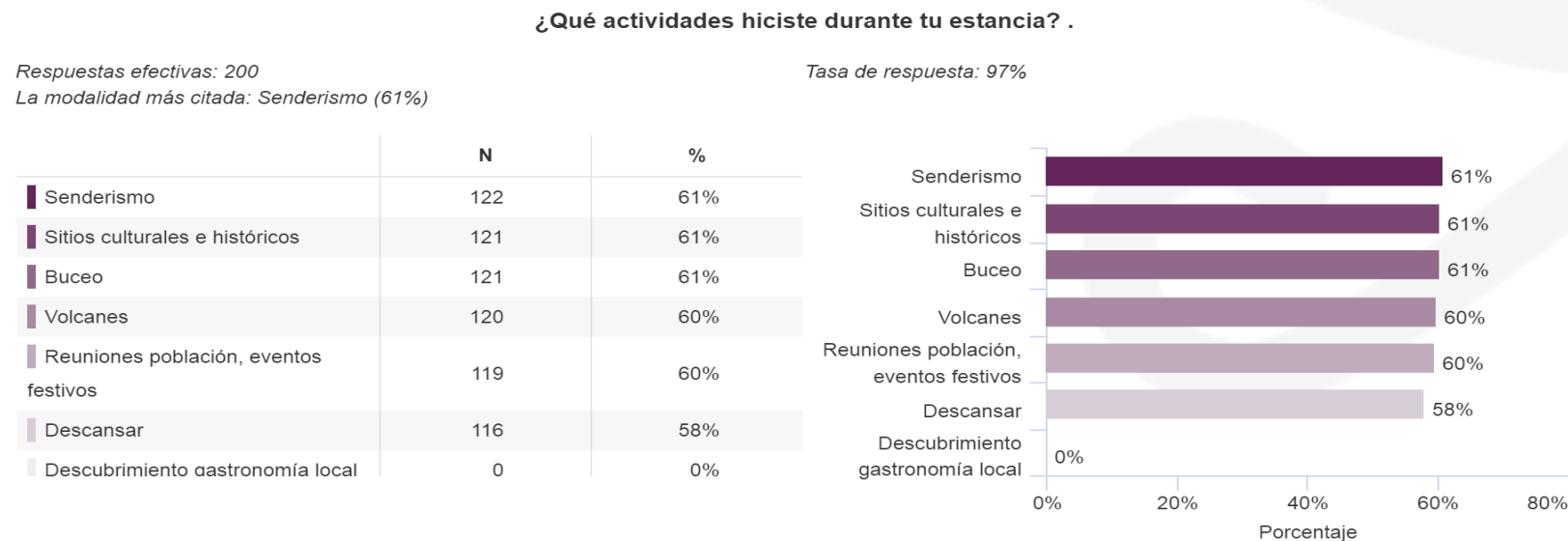
2. Diferentes tipos de análisis descriptivos

- Con los análisis univariantes, se trata de una sola pregunta o variable al mismo tiempo. También se llama análisis univariado o descriptivo. El primer paso es centrarse en una descripción de los resultados. Los tipos de resultados obtenidos varían, por supuesto, según la naturaleza de las cuestiones que se vayan a analizar: una sola cerrada, varias cerradas, ordenadas, escaladas, numéricas, de código o de texto (véase la clase 2).



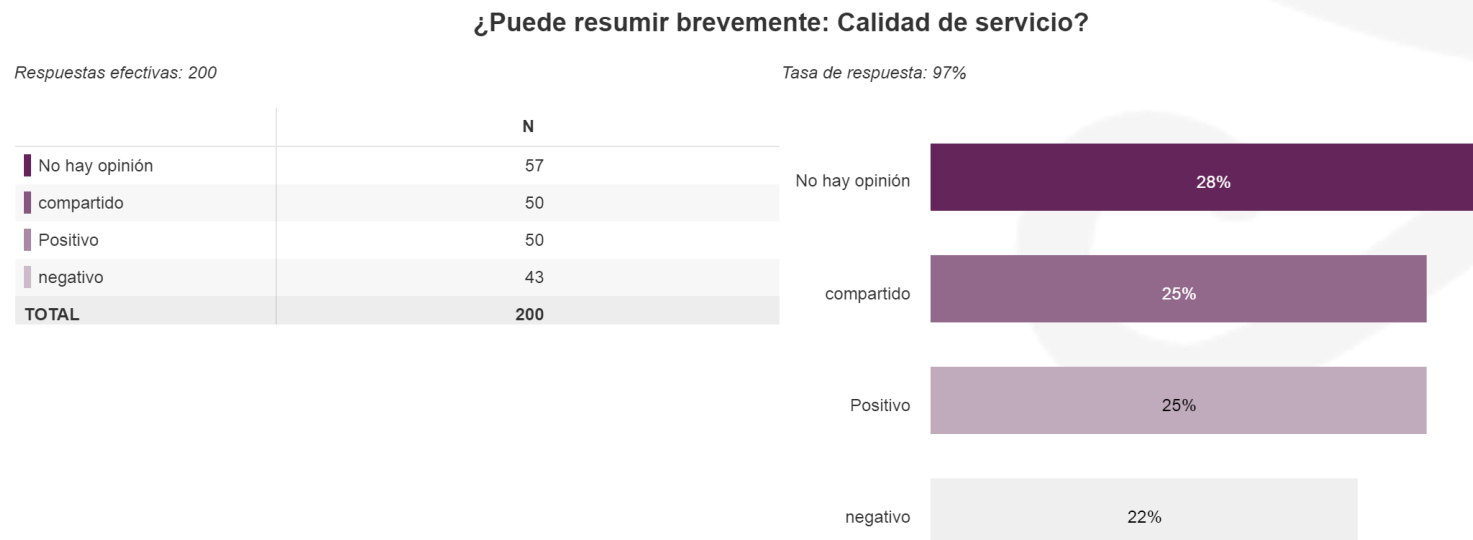
2. 1 Respuestas a las preguntas cerradas únicas

- Particularmente simple: consiste en presentar una tabla con el número de respuestas obtenidas y la frecuencia (= el porcentaje) para cada modalidad propuesta.
- Las respuestas se clasificarán generalmente en orden descendente de frecuencia, a menos que se ordenen las modalidades.
- La única opción importante de presentación de informes es tener o no en cuenta las no-respuestas: las no-respuestas suelen excluirse de los resultados, sin dejar de proporcionar, a todos los efectos, la tasa de respuesta a la pregunta.



2. 2 Respuestas a las preguntas cerradas múltiples

- Este análisis proporciona tablas en las que la suma de los porcentajes es intrínsecamente mayor que 100, debido a las múltiples respuestas.
- Favorecer las frecuencias calculadas en las observaciones, en lugar de en las citaciones.
- Las respuestas se clasificarán generalmente en orden descendente de frecuencia.



2.3 Respuestas a las preguntas cerradas ordenadas

- Además de sus frecuencias totales en todos los rangos, sólo se pueden mostrar las respuestas para un rango determinado.
- También es posible que se quiera calcular la "clasificación media" o importancia, que indica la posición media del criterio en la clasificación, sobre todos los individuos encuestados.
- Cuanto mayor sea la importancia (o la clasificación media), mejor es la clasificación del criterio. Cuanto menor sea la importancia, menor será la clasificación del criterio.

Ordena por orden de preferencia lo que más te ha gustado de la isla

Respuestas efectivas: 204

Tasa de respuesta: 99%

No respuesta(s): 3

La modalidad más citada: Mar (71%)

	N	%	IMPORTANCIA
Mar	145	71%	2,2
Montaña	136	67%	1,9
Cultura	114	56%	1,6
Volcán	142	70%	2,1
TOTAL	204		

En este ejemplo, el mar ha sido la respuesta más citada y su rango medio es el más alto.

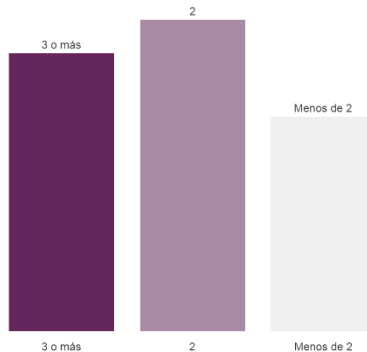
2. 4 Respuestas a las preguntas abiertas numéricas

- También se puede elegir una restitución en forma de una clasificación de las respuestas.
- Las clases pueden establecerse de acuerdo con diferentes enfoques: clases de los mismos valores, amplitudes o números; clases calculadas de acuerdo con la media y la desviación estándar o clases determinadas por el investigador (el método más utilizado).
- El investigador elegirá agrupar a los individuos de acuerdo con las categorías que tengan sentido para el investigador y para el estudio que se esté llevando a cabo.

¿Qué actividades hiciste durante tu estancia? .

	N	%
3 o más	157	79%
2	176	88%
Menos de 2	121	61%
TOTAL	200	

Alrededor de la media (1 desviación)



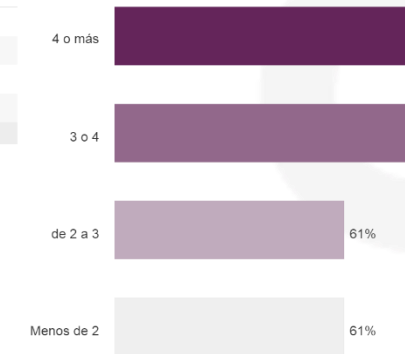
Respuestas efectivas: 200
Tasa de respuesta: 97%

¿Qué actividades hiciste durante tu estancia? .

	N	%
4 o más	156	28%
3 o 4	157	28%
de 2 a 3	121	22%
Menos de 2	121	22%
TOTAL	555	100%

De la misma amplitud(2 puntos)

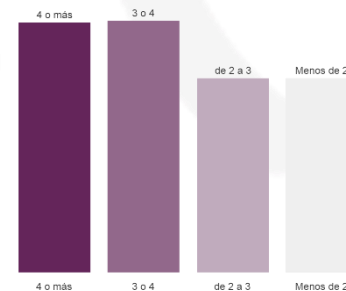
No respuesta(s): 7
La modalidad más citada: 3 o 4 (79%)



¿Qué actividades hiciste durante tu estancia? .

	N	%
4 o más	156	28%
3 o 4	157	28%
de 2 a 3	121	22%
Menos de 2	121	22%
TOTAL	555	100%

Personalizados (1-3-5)



2. 5 Parámetros de posición y dispersión

- También podemos centrarnos en los principales parámetros de posición y dispersión (media y desviación estándar en general) y su representación gráfica.
- **Parámetros de posición:** localización de una población en relación con el fenómeno en estudio
 - Moda: valor donde el efectivo es el más alto
 - Mediana: valor que separa el efectivo en dos partes iguales, insuficientemente utilizado; sin embargo, es un buen indicador menos sensible a los valores extremos
 - Promedio: "desviación", obtenida distribuyendo todos los valores de forma equiproporcional sobre todos los individuos.
- **Parámetros de dispersión:** evaluar la heterogeneidad del fenómeno estudiado
 - Rango: valor máximo – valor mínimo
 - Desviación estándar: desviación media de la media para todos los individuos; si la desviación es baja, los individuos formulan respuestas similares, si la desviación es alta ($>0,5$ media) las variaciones son altas en la población de estudio.

2. 6 Tablas de grupos de preguntas

- Las preguntas sucesivas pueden presentarse en forma de tabla (véase la clase 2) con respuestas idénticas.
- Para la presentación de los resultados, se suele preferir una presentación más sintética en una sola tabla, en lugar de una serie de varias tablas para cada pregunta.
- En cuanto a las preguntas de escala, pueden presentarse en forma numérica (promedio), de acuerdo con la escala (ver clase 2) asociada a ellas, ya sea por defecto o personalizada.

Más específicamente, ¿cómo evalúa los siguientes puntos?

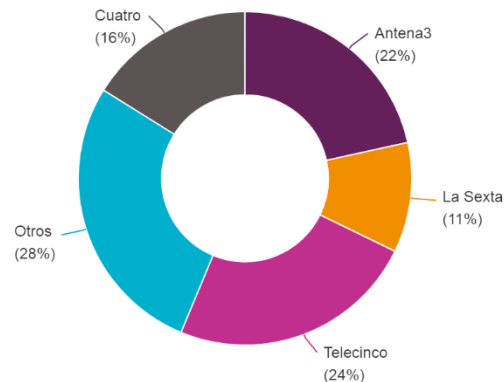
	MUY INSATISFECHO	INSATISFECHO	NI SATISFECHO NI INSATISFECHO	SATISFECHO	MUY SATISFECHO	TOTAL	MEDIA
Calidad_repuestas	18,7%	13,7%	16,9%	35,1%	15,6%	100,0%	5,3
Rapidez_atenderle	18,6%	15,0%	19,1%	32,3%	14,9%	100,0%	5,2
Relacion_precio_calidad	13,1%	13,9%	17,8%	31,2%	24,0%	100,0%	5,9
Propuesta_asesor	9,7%	14,8%	19,0%	35,6%	20,9%	100,0%	6,0
relacion_asesor	8,3%	13,6%	17,6%	37,2%	23,3%	100,0%	6,2
TOTAL	13,7%	14,2%	18,1%	34,3%	19,7%		5,7

3. Gráficos para el análisis descriptivo y el procesamiento elemental (1/3)

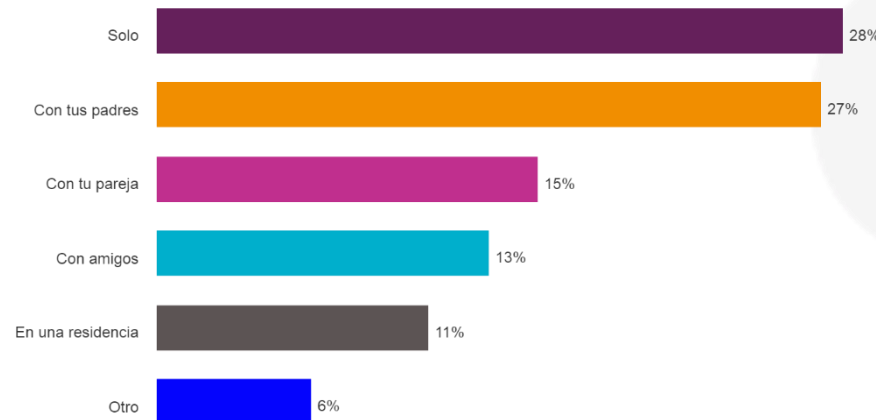
Para representar los resultados del análisis descriptivo, el director de la investigación tiene a su disposición varios tipos de gráficos:

- **Sectores:** adecuados para menos de 6 modalidades -y para visualizar claramente una distribución
- **Barras horizontales:** para más de 4 modalidades -para identificar claramente las modalidades más utilizadas
- **Barras verticales** (histogramas): para más de 3 modalidades -y modalidades crecientes o decrecientes- escalas por ejemplo
- **Curvas o áreas:** igual que las barras verticales -interesante para visualizar la distribución de una variable numérica

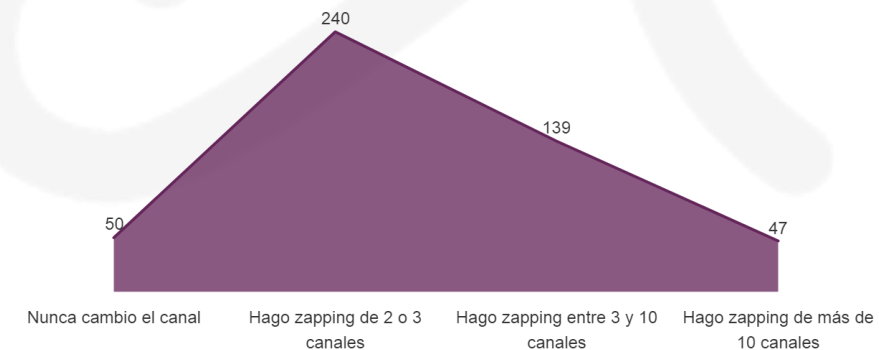
Selecciona el canal que más sueles ver



¿Dónde vives durante la semana?



Cuando ves la televisión, ¿sueles hacer zapping?

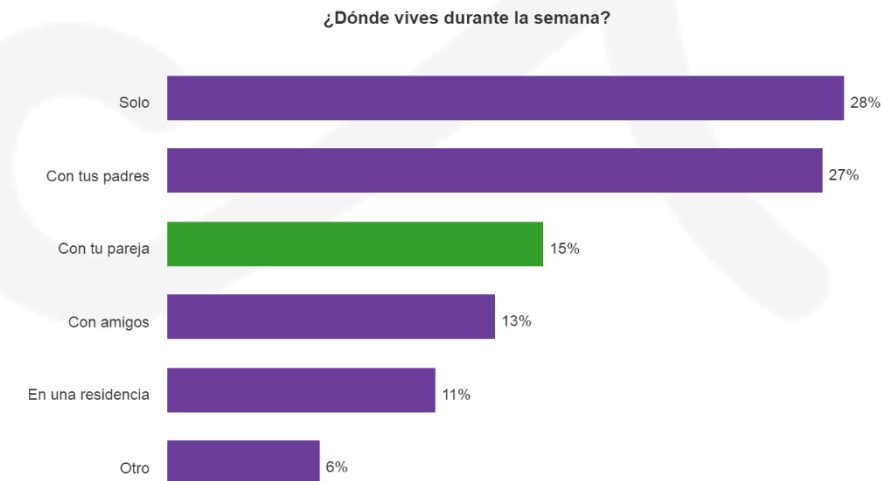
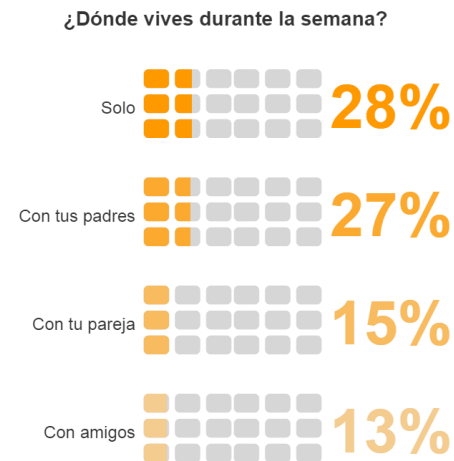
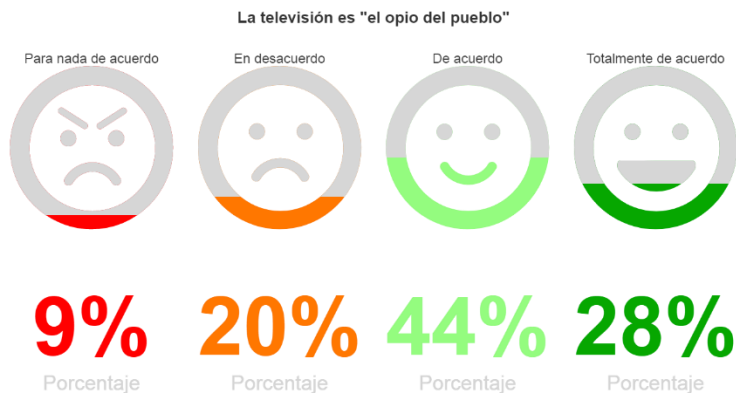


3. Gráficos para el análisis descriptivo y el procesamiento elemental (2/3)

- La elección de los colores en los gráficos también puede ayudar a promover la comunicación o dar una buena impresión de la calidad del trabajo realizado.

Se puede, por ejemplo:

- Usar colores significativos: verde para positivo, rojo para negativo, blanco para neutro.
- Utilizar la carta gráfica de la institución que produce el estudio.
- Resaltar los resultados con un color diferente

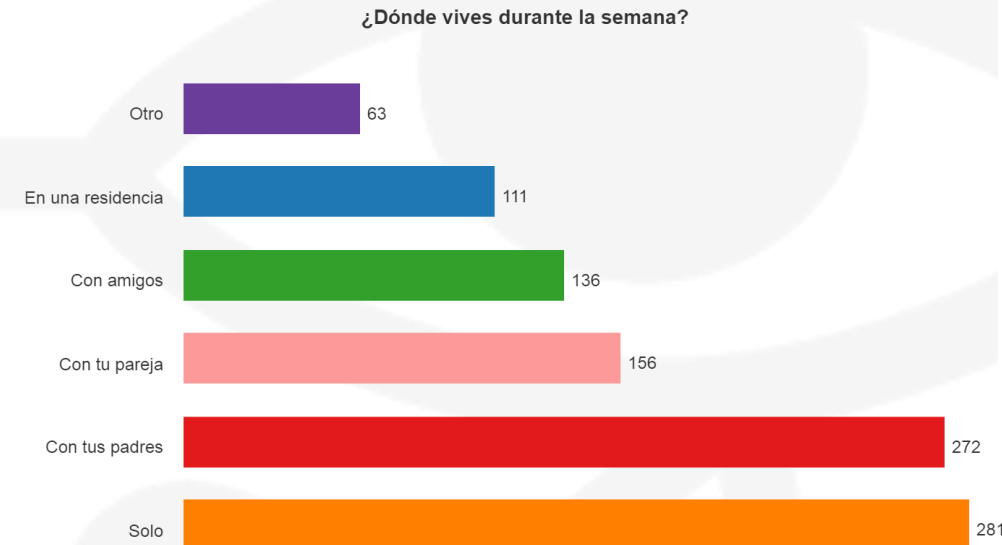


3. Gráficos para el análisis descriptivo y el procesamiento elemental (3/3)

Para las tablas de grupos de preguntas

Se puede prescindir de la tabla presentando sólo el gráfico de barras, que incluye los porcentajes. Es importante que los colores de las barras sigan la evolución semántica de las respuestas: desde el rojo para "nada satisfecho" hasta el verde para "muy satisfecho", por ejemplo. Una leyenda es entonces esencial junto al gráfico.

- En el caso de las preguntas de escala, las respuestas también pueden representarse en forma numérica, proporcionando para cada pregunta la "puntuación media", calculada según la escala asociada (véase el punto 2.6).
- Se prefiere una restitución en forma de una nota de 10, más fácil de entender y manipular. Por supuesto, se indica la escala utilizada.



Conceptos clave

- **Plan de tabulación:** lista predefinida de todos los análisis que se llevarán a cabo sobre los datos recogidos para satisfacer todas las necesidades del estudio.
- **No-respuesta:** respuestas vacías o ausentes a una pregunta determinada por omisión, negativa a responder o incapacidad de formular una opinión.
- **Observaciones/citaciones:** el número de observaciones corresponde al número de individuos encuestados, el número de citas mide el número total de respuestas. El número de citas puede ser mayor que el número de observaciones cuando son posibles respuestas múltiples.
- **Media y mediana:** la media da el valor central de toda la población, la relación entre la suma total y el número de individuos. La mediana sitúa el valor en el que la población puede dividirse en dos, 50% por debajo y 50% por encima.
- **Desviación estándar:** desviación media de la media para toda la población estudiada. Mide la dispersión de un fenómeno o, por el contrario, su concentración.
- **Clasificación:** la división de una variable numérica en categorías o clases, facilitando su análisis descriptivo o comparativo.
- **Gráficos:** representaciones visuales de los resultados de un estudio, los principales gráficos son sectores, barras o histogramas, curvas. Los mapas también pueden utilizarse para mostrar una gran cantidad de información.

Ejercicios

Ejercicio 8a:

A partir de la lectura o la visualización del cuestionario "TV", que debería permitir deducir los objetivos del estudio, presenta un plan para el análisis de este estudio, y luego llévalo a cabo en Sphinx para distribuirlo a través de un enlace de Internet.

Ejercicio 8b:

De la muestra encuestada, ¿cuáles son las tres principales motivaciones para ver la televisión (Q3)? ¿Qué porcentaje de espectadores comparten la motivación principal?

Ejercicio 8c:

1. Producir una sola tabla y su gráfico, para medir la opinión de los telespectadores interrogados en todos los canales, según las diferentes dimensiones estudiadas en la encuesta. Primero te centrarás en el primer grupo de criterios, de la pregunta 11 a la 20. ¿Cuál es el criterio cuya opinión es la mejor? ¿Qué dimensión se juzga más severamente?
2. Realiza el mismo tipo de análisis para las preguntas 21 a 30.

Más recursos

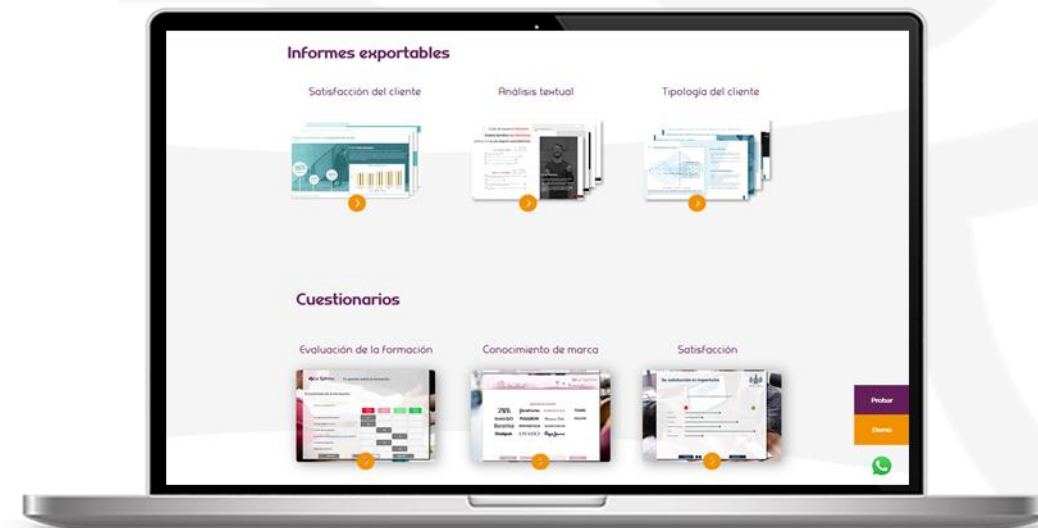
Tutoriales

www.lesphinx.es/videos



Ejemplos

www.lesphinx.es/ejemplos



Descargar una licencia

www.lesphinx.es/probar-gratis

