



**UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DEL ESTADO DE MÉXICO.  
PLANTEL "DR. ÁNGEL MARÍA GARIBAY KINTANA."**



# **ASIGNATURA DE METODOLOGÍA II. CBU 2015. MODULO II DESARROLLO DE LA INVESTIGACIÓN DE CAMPO**

**POR. DRA. EN ED. MARGARITA GONZÁLEZ MOLINA**



**OCTUBRE, 2017**

# JUSTIFICACIÓN ACADÉMICA

En la asignatura de metodología II es importante que los alumnos observen el tema en alguna presentación que puede ser apoyada por el libro de texto, como una opción más para hacer la clase más dinámica ya que en mi práctica como docente esta es una asignatura procedimental en la mayoría de sus contenidos, en la que tenemos que tener cuidado de enseñarles a investigar de una forma atractiva y no hacer tediosa su enseñanza. En mi opinión Metodología es una asignatura compleja que implica realizar un trabajo documental y después llevarlo de campo realizar un reporte de investigación y difundirlo, en estas acciones hay muchas habilidades implícitas en el alumno y que el docente debe mostrar.

Esta presentación es solo una opción en clase.

# GUÍA PARA LA APLICACIÓN DE LA PRESENTACIÓN

Se necesita en el salón de clase tener un cañón y una lap top, es una presentación que requiere de tener el programa de power point.

Sin ninguna instalación especial.

Se sugiere emplearla como introductoria al curso ya que aparece el curso, su propósito y la temática del módulo II. Además contiene definiciones y conceptos retomados de Libro de Texto y de otros materiales y dos ejercicios casi al finalizar el material que resumen lo aprendido en el módulo.

# MÓDULO II

## DESARROLLO DE LA INVESTIGACIÓN DE CAMPO

**Propósito.** Desarrolla la investigación de campo mediante la elaboración, colaboración, y procesamiento de sus instrumentos de acopio para obtener los resultados que expliquen la problemática observada



# TEMÁTICA

## 2 DESARROLLO DE LA INVESTIGACIÓN DE CAMPO

### 2.1 MÉTODOS DE LA INVESTIGACIÓN

2.1.1 Censo

2.1.2 Encuesta

### 2.2 INSTRUMENTOS DE LA INVESTIGACIÓN

2.2.1 Concepto de cuestionario

2.2.1.1. Estructura del cuestionario

2.2.1.3. Consideraciones de su aplicación

2.2.1.4. Procesamiento del Cuestionario

2.2.1.5 Elaboración de tablas y graficas

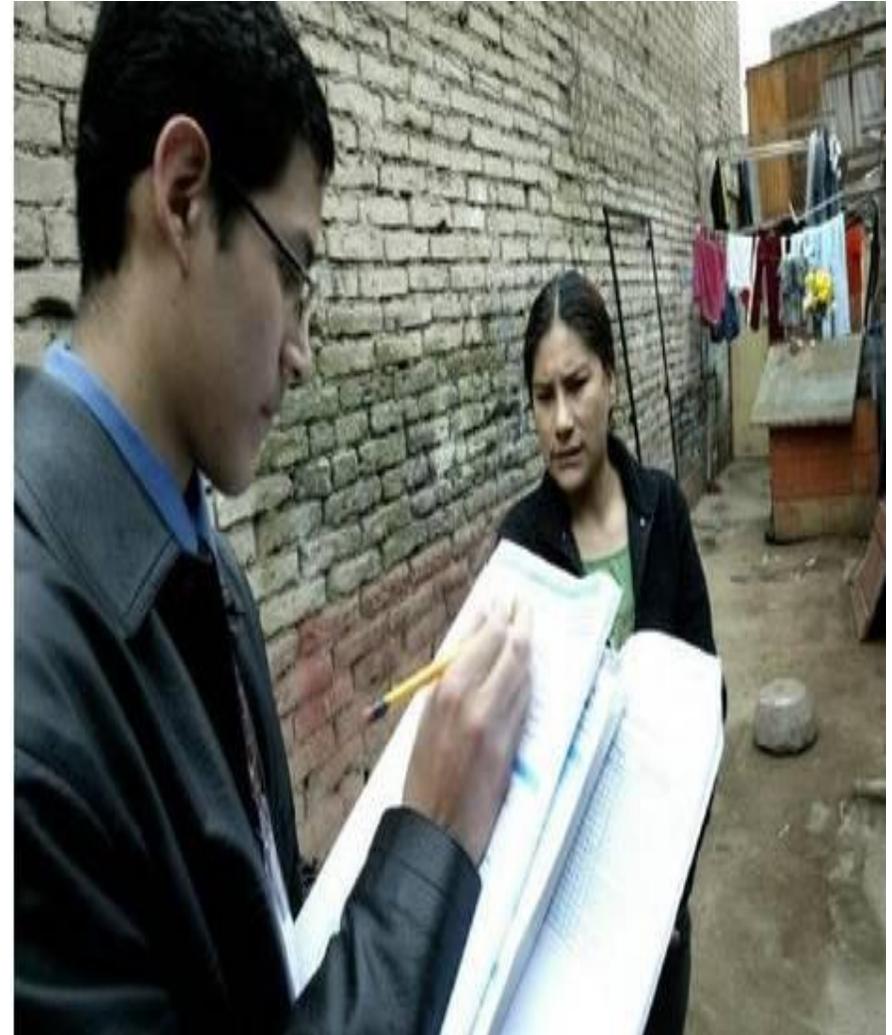
2.2.1.6 Análisis de Resultados



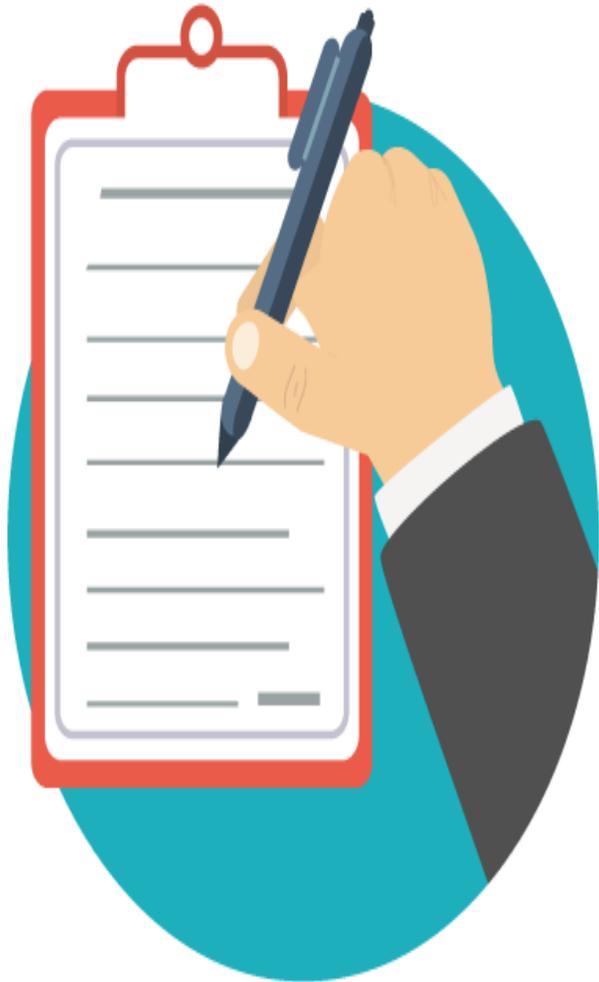


## 2.1.2.ENCUESTA

Este recurso de campo es un apoyo fundamental para la investigación social, pues reduce el tiempo de su realización- sin que los resultados se obtengan carezcan de precisión, confiabilidad y validez- al trabajar o investigar con muestras representativas (Chong y otros,2017.Pág.43).



## 2.1.1. CONCEPTO DE CUESTIONARIO



ES UN INSTRUMENTO DESTINADO A CONSEGUIR RESPUESTAS, PARA ESTE PROPÓSITO SE UTILIZA UN IMPRESO O FORMULARIO QUE EL INFORMANTE O UNIDAD DE ANÁLISIS PUEDE LLENAR POR SÍ MISMO; UN EJEMPLO CLARO ES LA SOLICITUD DE EMPLEO (CHONG Y OTROS, 2017. PÁG. 45).

# 2. 2. 1. 1. ESTRUCTURA DEL CUESTIONARIO

**CONTIENE LA SIGUIENTES SECCIONES:**

- DATOS DE IDENTIFICACIÓN
- PRESENTACIÓN DE LOS OBJETIVOS DEL CUESTIONARIO
- INSTRUCCIONES
- SECCIÓN DE PREGUNTAS
- SECCIÓN DE OBSERVACIONES. (PICHARDO 2000. PÁG. 48-49).

**SE PUEDE INCLUIR Y UN AGRADECIMIENTO.**



# TIPOS DE PREGUNTAS

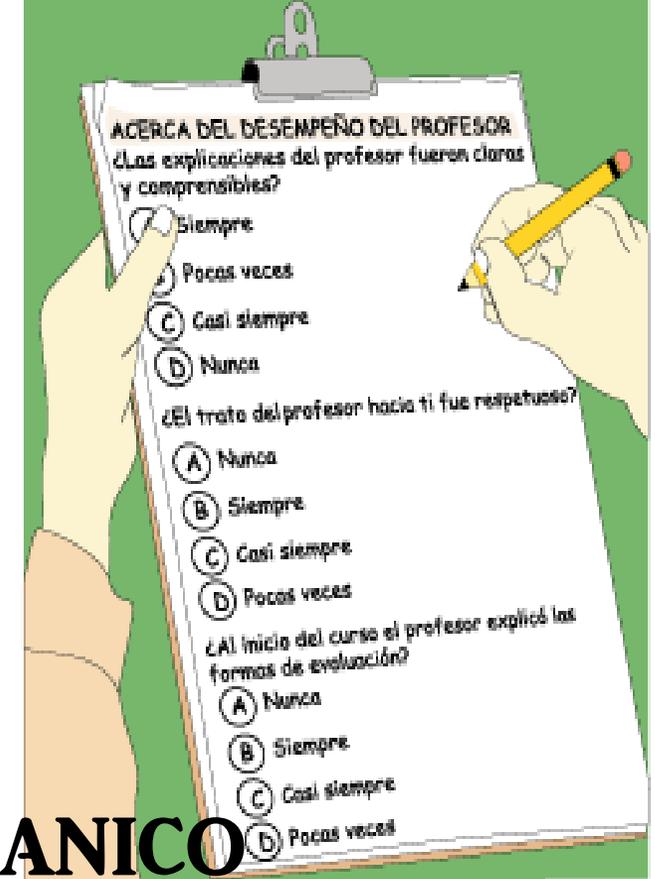
1. ABIERTAS

2. CERRADAS

DICOTÓMICA

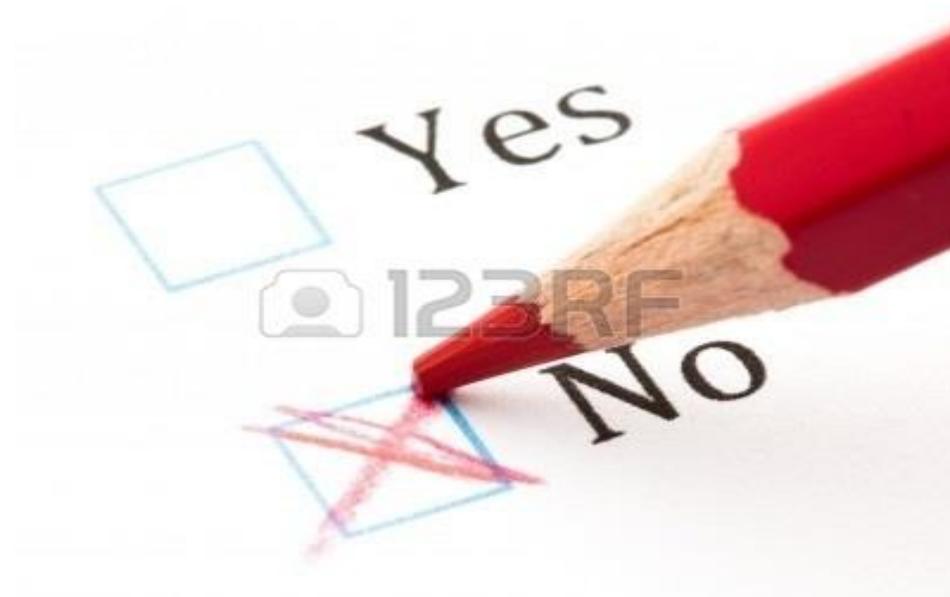
TRICOTÓMICAS

MÚLTIPLE O ABANICO



# PREGUNTAS DICOTÓMICAS

**ESTAS PREGUNTAS TIENEN DOS ALTERNATIVAS DE RESPUESTA SI Y NO O CIERTO Y FALSO**



# PREGUNTAS TRICOTÓMICAS

SE SOLICITA A LOS ENCUESTADOS CONTESTAR UNA ALTERNATIVA DE TRES DISPONIBLES.

¿Qué marcas de automóviles conoce o ha escuchado mencionar?

_____	_____	_____	_____
_____	_____	_____	_____
_____	_____	_____	_____

¿Señale con una X las marcas de automóviles que conozca o haya escuchado mencionar?

- |  |                                      |  |
|--|--------------------------------------|--|
| (A) <input type="checkbox"/> Mercedes benz | (D) <input type="checkbox"/> Peugeot | (G) <input type="checkbox"/> Nissan    |
| (B) <input type="checkbox"/> Audi          | (E) <input type="checkbox"/> BMW     | (H) <input type="checkbox"/> Chevrolet |
| (C) <input type="checkbox"/> Mazda         | (F) <input type="checkbox"/> Toyota  | (I) <input type="checkbox"/> Ford      |

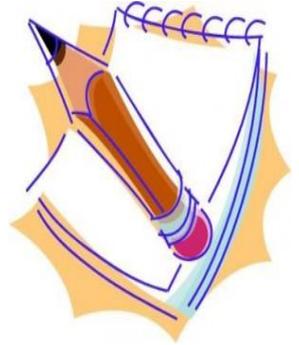
# MÚLTIPLES O DE ABANICO

Es una forma en la que se solicita a los encuestados seleccionar una o varias de las opciones de una lista de respuestas.





# CONSIDERACIONES PARA LA ELABORACIÓN DEL CUESTIONARIO



- **DETERMINAR EL OBJETIVO QUE SE PERSIGUE**
- **OTORGAR VALOR A CADA PREGUNTA**
- **DETERMINAR QUE TIPO DE PREGUNTAS SE VAN A EMPLEAR**
- **CUIDAR EL VOCABULARIO PARA QUE SEA ADECUADO AL GRUPO SOCIAL**
- **IR DE ASUNTOS GENERALES A PARTICULARES**

- **DETERMINAR EL NÚMERO DE LAS PREGUNTAS**
  - **ELIMINAR FACTORES QUE DISTORSIONEN LA INFORMACI**
  - **ESTUDIAR LA FORMA DE GANAR CONFIANZA DEL GRUPO**
  - **CUANDO HAYA VARIOS TIPOS DE CUESTIONARIOS, NUMERAR CADA UNO EN ORDEN PRO**
- (OLEA,CIT.POS. PICHARDO 2000. PÁG. 45).**



## **2.2.1.3. CONSIDERACIONES DE SU APLICACIÓN**



**SI LO APLICA EL INVESTIGADOR:**

- 1. IDENTIFICARSE CON ALGUNA CREDENCIAL**
- 2. REPETIR, SIN CAMBIAR EL ORDEN, LAS PREGUNTAS QUE NO SE HAYAN ENTENDIDO**
- 3. VERIFICAR QUE SE HAYAN REALIZADO TODAS LAS PREGUNTAS**
- 4. VERIFICAR QUE SE REGISTRARON LAS REPUESTAS CORRECTAMENTE.**

**(CHONG Y OTROS,2017.PÁG.53).**

## 2.2.1.4. PROCESAMIENTO DEL CUESTIONARIO

ES LA ACTIVIDAD QUE HACE USO DEL MÉTODO ESTADÍSTICO PARA CONVERTIR LOS DATOS RECOLECTADOS EN TABLAS, GRÁFICAS Y OPERACIONES ARITMÉTICAS

(CHONG Y OTROS, 2017. PÁG. 53).



# TABULACIÓN

LA TABULACIÓN IMPLICA CAPTAR LOS DATOS DE LOS CUESTIONARIOS APLICADOS POR PREGUNTA, CUANDO EL CUESTIONARIO ESTA EN LÍNEA CON ALGÚN PROGRAMA COMO EL SPSS O EXCEL ESTE PROCESO ES AUTOMÁTICO PERO AQUÍ VAMOS A VER LA FORMA MANUAL

REFRESCOS PREFERIDOS	TABULACIÓN	FRECUENCIA
COCA COLA	///// /////	10
MIRINDA	/////	5
PEPSI	///	3
PEÑAFIEL	//	2
SANGRÍA	//	2
MANZANITA	//	2
otro	///	1

# CONSIDERACIONES PARA ELABORAR LAS TABLAS

TAMBIÉN LLAMADOS CUADROS ESTADÍSTICO,  
ES IMPORTANTE QUE INCLUYAN:

- TITULO
- ENCABEZADOS EN CADA COLUMNA
- CONCEPTOS O COLUMNA MATRIZ.  
COLUMNA PRINCIPAL CON SUS  
DESCRIPCIONES
- CUERPO. EQUIVALENTE AL CONTENIDO
- NOTA DE PIE. SON ACLARACIONES
- FUENTE DE DATOS



# EJEMPLO DE TABLA

Opción por respuesta	encuestados	%
siempre	25	50
La mayoría de veces	15	30
A veces	5	10
Nunca	5	10
Total	50	100

## 2.2.15.ELABORACIÓN DE TABLAS, , GRAFICAS DE BARRAS, HISTOGRAMA DE FRECUENCIA, CÍRCULOGRAMA

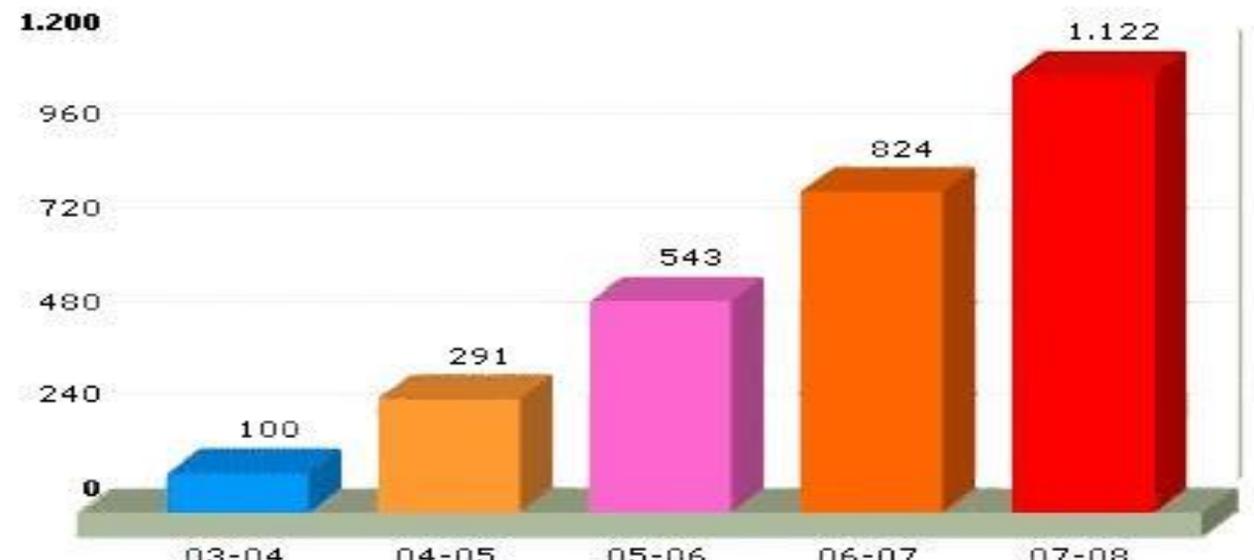
ÁREAS PRINCIPALES	NUMERO DE ESTUDIANTE	NUMERO DE ESTUDIANTE (MUJER)	TOTAL DE ESTUD.
	Marca total	Marca total	
administración	12	8	20
educación	6	10	16
ingeniería	15	2	17
ingles	7	3	10
Est,sociales	10	5	15

EN LA ELABORACIÓN DE LAS TABLAS ES IMPORTANTE COLOCAR LOS DATOS EN LA PARTE HORIZONTAL SE COLOCAN LOS DATOS QUE QUIERA REPRESENTAR Y EN LAS COLUMNAS LOS RESULTADOS QUE OBTUVIMOS YA DEL GRUPO ENCUESTADO.

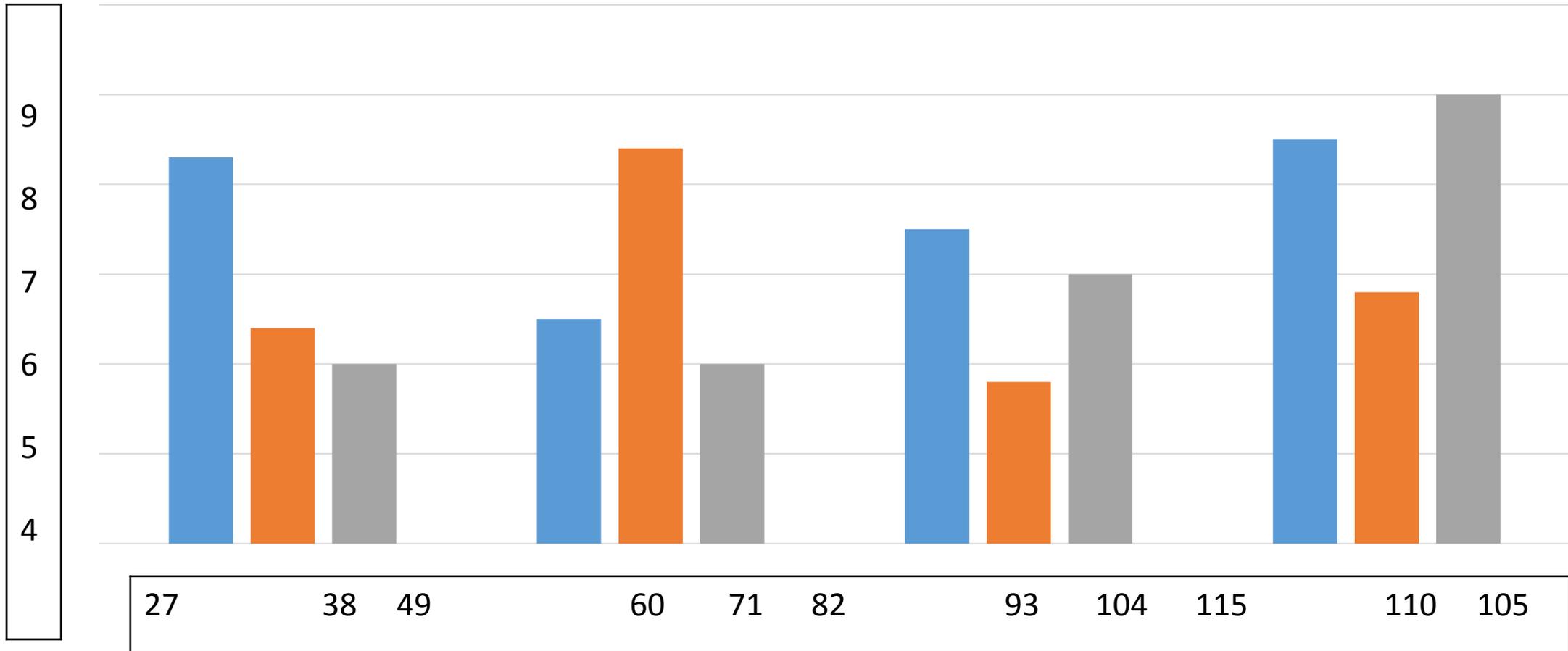
# ELABORACIÓN DE LA GRÁFICA DE BARRAS

SE LLAMA TAMBIÉN DIAGRAMA RECTANGULAR, SON HORIZONTALES O VERTICALES LAS BARRAS NO SE PEGAN UNA CON OTRA, LOS EJES SON PROPORCIONALES. EN LA GRÁFICA SE TRAZAN LOS EJES Y SE ANOTAN LAS VARIABLES.

SE IDENTIFICA LA GRÁFICA EN UN TITULO Y LA FUENTE EN LA PARTE INFERIOR.



# EJEMPLO DE GRÁFICA DE BARRAS

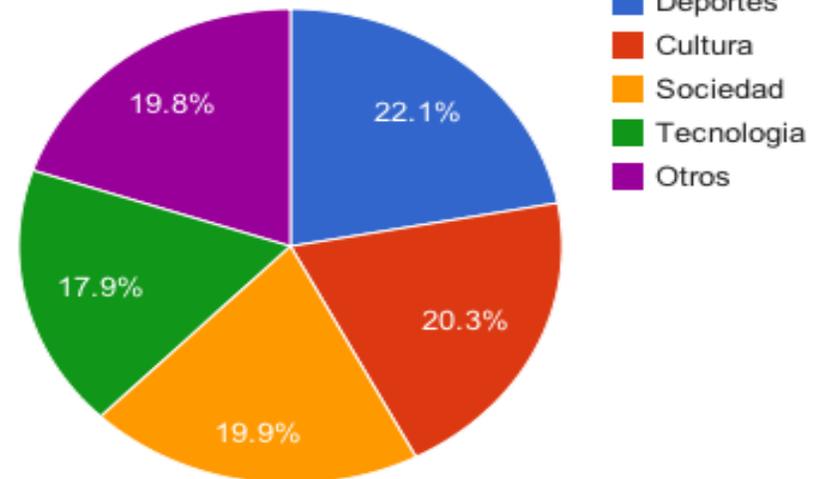


# GRÁFICA DE CÍRCULOGRAMA

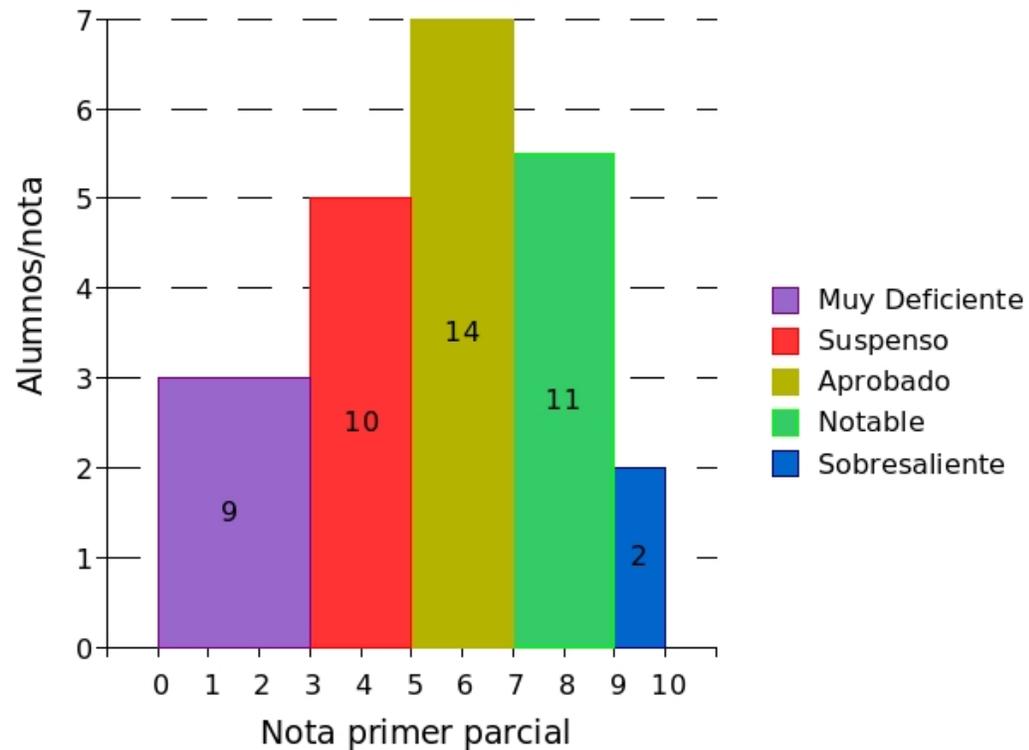
CONOCIDA COMO GRÁFICA DE PASTEL, SE TRAZA LA CIRCUNFERENCIA Y SE SEGMENTA, CADA SEGMENTO ESTA CALCULADO EN GRADOS. PARA OBTENERLOS SE MULTIPLICA CADA PORCENTAJE POR 360 Y SE DIVIDE ENTRE 100.

SE TRAZA EL RADIO Y SE COLOCA DE MAYOR A MENOR PORCENTAJE Y SE IDENTIFICAN LOS SEGMENTOS Y LA G

Visitas a contenidos



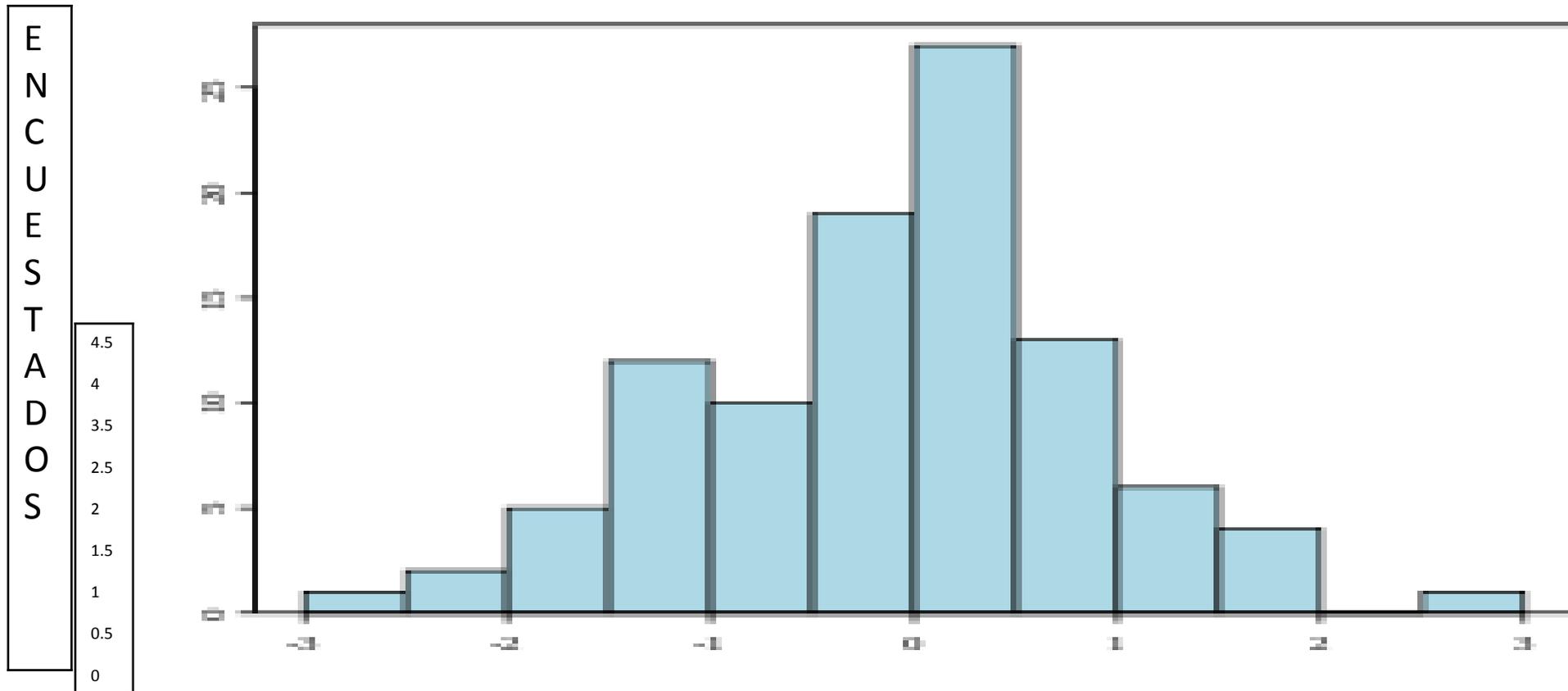
# ELABORACIÓN DE LA GRAFICA DE HISTOGRAMA



**AQUÍ LAS BARRAS SE JUNTAN, SE REALIZAN INTERVALOS, PARA SU ELABORACIÓN LE ANTECEDE UN TABLA QUE CONTENGA LOS INTERVALOS (LIMITE SUPERIOR E INFERIOR).**

**LOS DATOS DE IDENTIFICACIÓN SON PARA AMBOS EJES.**

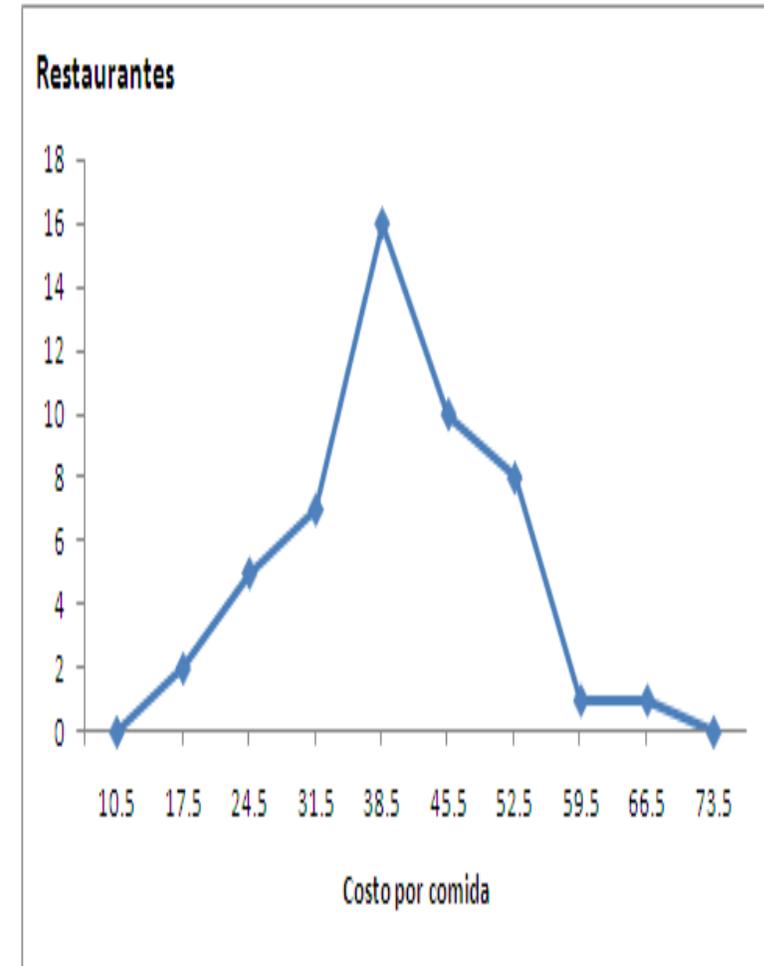
# EJEMPLO DE GRÁFICA DE HISTOGRAMA



15-1718-2021-2324-2627-2930-3233-3536-3839-4142-4445-4748-5051-5354-5657-5960-62

# EJEMPLO DE GRÁFICA DE POLÍGONO DE FRECUENCIAS

SE COMO BASE AL HISTOGRAMA.  
SE TRAZAN PUNTOS MEDIOS DE CADA INTERVALO.  
LOS PUNTAJES MEDIOS, YA QUE SON LOS QUE SE GRAFICA Y SE UNEN.  
SE AGREGAN DATOS DE IDENTIFICACIÓN DE LA GRÁFICA.



## 2.2.1.6. ANÁLISIS DE RESULTADOS

- **EL ANÁLISIS DE RESULTADO CONSISTE EN LA REVISIÓN DE LOS RESULTADOS OBTENIDOS, MEDIANTE LAS GRAFICAS O CUADROS QUE ELABORAMOS PREVIAMENTE REQUIERE UN ESFUERZO DE ANÁLISIS Y SÍNTESIS .**
- **EJEMPLO DE ANÁLISIS DE RESULTADO:**

El 7% de los encuestados opina que en el transcurso de sus estudios en el nivel medio superior no han adquirido las habilidades necesarias para poder procesar la información, mientras que el 93% afirma que ha adquirido las habilidades para procesar la información . Se observa que casi el total de los alumnos consideran que han adquirido habilidades, Con el resultado anterior se afirma que el modelo curricular CBU 2009 si cumple su cometido en cuanto al logro de esta habilidad

# **EJERCICIO 1**

**EN UN ESTUDIO REALIZADO EN EL PLANTEL DR. ÁNGEL MA. GARIBAY KINTANA EN LOS ALUMNOS QUE REPROBARON SE ENCONTRARON LAS SIGUIENTES CAUSAS 38 ECONÓMICAS, EMBARAZO 2, HÁBITOS DE ESTUDIO DEFICIENTES 12, CARENCIA DE INTERÉS 11, Y FALTA DE APOYO FAMILIAR 19.**

**INSTRUCCIONES. CON ESTE EJERCICIO ELABORA UNA TABLA QUE CONTENGA, CAUSAS, TABULACIÓN Y PORCENTAJES.**

# **EJERCICIO 2**

**INSTRUCCIONES. CON LOS DATOS ANTERIORES ELABORA DOS CONCLUSIONES SOBRE LAS CAUSAS DE REPROBACIÓN DE ALUMNOS DEL PLANTEL.**

**CONCLUSIÓN 1**

**CONCLUSIÓN 2**

# REFERENCIAS CONSULTADAS

1. CONTRERAS, EUGENIA. (2009)*METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN*. ESTADO DE MÉXICO: ST EDITORIAL
2. CHONG, MARTIN JOSÉ Y OTROS (2017) *METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN II*. TOLUCA: UAEM
3. GALICIA, JULIETA. (2013) *MÉTODOS Y PENSAMIENTO CRITICO*. TOLUCA: DESDE EL AULA.
4. HERNÁNDEZ SAMPIERI, Y OTROS (2013). *METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN PARA BACHILLERATO*. MÉXICO, D.F.: MCGRAW-HILL.
5. PICHARDO, BÁRBARA Y OTROS (2000) *MÉTODOS Y TÉCNICAS DE LA INVESTIGACIÓN II*. TOLUCA: UAEM.
6. IMÁGENES GOOGLE, EN [HTTP://WWW.GOOGLE.COM.MX.IMÁGENES+CUESTIONARIO](http://www.google.com.mx.imágenes+cuestionario)
7. IMÁGENES GOOGLE, EN [HTTP://WWW.GOOGLE.COM.MX.IMÁGENES+GRAFICAS](http://www.google.com.mx.imágenes+graficas)