

Métodos	Propósito general básico	Ventajas	Retos
Cuestionarios/escalas de actitudes/pruebas estandarizadas e inventarios	<ul style="list-style-type: none"> • Obtener de manera relativamente rápida datos sobre las variables. • Propios para actitudes, expectativas, opiniones y variables que pueden medirse mediante expresiones escritas o que el mismo participante puede ubicarse en las categorías de las variables (auto-ubicación). 	<ul style="list-style-type: none"> • Puede ser anónimo. • Su aplicación individual suele ser poco costosa. • Es relativamente fácil de responder. • Resulta más bien fácil de analizar y comparar. • Puede administrarse a un número considerable de personas. • Normalmente dispones de versiones previas para escoger o basarte en ellas. 	<ul style="list-style-type: none"> • Regularmente no obtienes realimentación detallada de parte de los respondientes. • Evalúas actitudes y proyecciones, no comportamientos (mediciones indirectas). • El manejo del lenguaje puede ser una fuente de sesgos e influir en las respuestas. • Son más bien impersonales • No te proporcionan información adicional sobre el Individuo, excepto en las variables medidas.
Observación	<ul style="list-style-type: none"> • Recolectar información no obstructiva respecto a conductas y procesos. 	<ul style="list-style-type: none"> • Se puede adaptar a los eventos tal y como ocurren. • Se evalúan hechos, conductas y no mediciones indirectas. 	<ul style="list-style-type: none"> • Dificultad para interpretar conductas. • Complejidad al categorizar las conductas observadas. • Puede ser invasiva y provocar sesgos si eres participante. • Puede ser costosa.
Análisis de contenido	<ul style="list-style-type: none"> • Recolectar información no obstructiva respecto de mensajes verbales, escritos, no verbales, visuales. 	<ul style="list-style-type: none"> • La puedes adaptar a los eventos tal como ocurren. • Evalúas mediciones Indirectas. 	<ul style="list-style-type: none"> • Dificultad para interpretar mensajes. • Complejidad al categorizar los mensajes.
Datos secundarios/ indicadores	<ul style="list-style-type: none"> • Obtener datos que es muy difícil recolectar directamente y que además han sido recabados por otros. 	<ul style="list-style-type: none"> • Costos menores que obtenerlos directamente. • Rapidez con que pueden analizarse. 	<ul style="list-style-type: none"> • Lograr la certeza de que las fuentes y los datos sean confiables y estos fueron obtenidos mediante procedimientos rigurosos.