

## Procedimiento para Construir las Escalas de Productividad en la Investigación, la Creación y el Servicio

Andrés A. Collazo, PhD

Agosto de 2008

1. Identificar los productos de la investigación, la creación y el servicio que se considerarán al determinar la productividad. Algunos ejemplos son: presentaciones en congresos o actividades académicas, artículos publicados en revistas arbitradas por pares, exposición individual en galería de arte, novela publicada por editorial con junta evaluadora, adiestramientos diseñados sobre el servicio, entre otros.
2. Establecer la importancia que tienen dichos productos. Esta importancia puede indicarse mediante números o categorías descriptivas. Por ejemplo, puede asignársele desde *uno (1)* hasta *cinco (5)* o desde *poca* hasta *mucha*. Para facilitar este paso, se debe comenzar con un producto que tenga el nivel de importancia más alto. A este se le podría asignar la puntuación “5” o el descriptor “mucha”, según el indicador de importancia que se haya seleccionado. Por ejemplo, supongamos que en investigación el artículo en revista arbitrada por pares se considera como el producto de mayor importancia o peso. A éste se le asigna el número 5 o la categoría *mucha*. Luego, se selecciona un producto que tenga una importancia intermedia y le asigna un número intermedio (por ejemplo: 3) o una categoría intermedia (por ejemplo: *moderada*). A partir de esos productos y su importancia (peso), se asigna el peso del resto de los productos mediante comparación continua con los pesos establecidos.

La lista que se presenta a continuación ilustra algunos productos de la investigación y la importancia o peso asignado (números).

Artículos en revistas arbitradas por pares	5
Artículos aceptados para publicación en revistas arbitradas por pares	5
Propuestas subvencionadas	4
Libros o monografías de su autoría	4
Libros editados	3
Manuscritos sometidos para publicación o en revisión para a someterse nuevamente	3
Patentes logradas	3
Presentaciones en congresos especializados	3
Tesis o disertaciones dirigidas y completadas	3
Capítulos de libros	2
Artículos en revistas populares o en medios no arbitrados por pares	1
Presentaciones a público general	1

3. Agrupar los productos con pesos iguales o similares. El resultado será un número de categorías de productos que será más manejable. Esto facilitará la preparación de las escalas. Por ejemplo, a partir de la lista de productos que se presenta en la página 1, se pueden crear de tres a cuatro categorías de importancia.
4. Construir un ítem por cada una de las categorías de productos creadas. A cada ítem se le asignará la importancia relativa (%) a partir de la importancia que se le asignó a los productos incluidos en el ítem. En el Apéndice se incluyen ejemplos de ítems con sus respectivos por cientos.
5. Establecer las reglas que se seguirán para obtener la puntuación total de la productividad de cada área (investigación/creación y servicio). Por ejemplo, la puntuación obtenida en cada ítem se multiplicará por el peso correspondiente y luego esos productos se sumarán. La puntuación total será de cero (0) a cuatro (4), que es la amplitud de posibles puntuaciones que se utilizará en todo el instrumento de evaluación.

## **Apéndice**

### *Ejemplos de ítems para categorías de productos de investigación*

(Los pesos relativos de cada ítem o categoría de productos se incluyen entre paréntesis.)

Artículos publicados en revistas académicas arbitradas por pares y artículos aceptados para publicación (40%)

- 0 No presenta evidencia
- 1 Uno
- 2 Dos
- 3 Tres
- 4 Cuatro o más

Propuestas de investigación (25%)

- 0 No presenta evidencia
- 1 Una o más propuestas sometidas, que están bajo consideración o que fueron aprobadas pero no subvencionadas
- 2 Una propuesta subvencionada
- 3 Dos propuestas subvencionadas
- 4 Tres o más propuestas subvencionadas

Presentaciones en congresos o conferencias académicas (20%)

- 0 No presenta evidencia
- 1 Una o dos
- 2 Tres o cuatro
- 3 Cinco o seis
- 4 Siete o más

De las siguientes categorías de productos se seleccionará una o más. El peso relativo de la categoría o combinación de categorías será 10%.

Tesis o disertaciones dirigidas

- 0 No presenta evidencia
- 1. Una o dos tesis o disertaciones completadas
- 2. Tres o cuatro tesis o disertaciones completadas
- 3. Cuatro o cinco tesis o disertaciones completadas
- 4. Seis o más tesis o disertaciones completadas

Comentarios, editoriales o reseñas de libros en revistas académicas

- 0 No presenta evidencia
- 1. Uno
- 2. Dos
- 3. Tres
- 4. Cuatro o más

Artículos en medios no arbitrados (por ejemplo: revistas magazines, periódicos, Internet) o presentaciones en televisión o radio (5%)

- 0 No presenta evidencia
- 1 Uno
- 2 Dos
- 3 Tres
- 4 Cuatro o más

*Ítems para categorías de productos del Servicio*

Subvenciones logradas (20%)

- 0 No presenta evidencia
- 1 Una
- 2 Dos
- 3 Tres
- 4 Cuatro o más

Presentaciones en congresos o actividades académicas (20%)

- 0 No presenta evidencia
- 1 Una o dos
- 2 Tres o cuatro
- 3 Cinco o seis
- 4 Siete o más

Adiestramientos diseñados sobre el servicio (20%)

(Se considerará la cantidad de adiestramientos distintos que fueron diseñados y no la cantidad de veces que se ofrecieron los adiestramientos.)

- 0 No presenta evidencia
- 1 Uno
- 2 Dos
- 3 Tres
- 4 Cuatro o más

Informes y artículos en medios no arbitrados (10%)

- 0 No presenta evidencia
- 1. Uno o dos
- 2. Tres o cuatros
- 3. Cinco o seis
- 4. Siete o más

Presentaciones al público en general y folletos sobre el servicio (10%)

- 0 No presenta evidencia
- 1. Uno o dos
- 2. Tres o cuatros
- 3. Cinco o seis
- 4. Siete o más

Artículos en revistas arbitradas por pares, capítulos de libros publicados en editoriales con juntas evaluadoras, filmes y software relacionados con el servicio prestado (20%)

- 0 No presenta evidencia
- 1 Uno
- 2 Dos
- 3 Tres
- 4 Cuatro o más