

# Ponderazione

La ponderazione dei dati campionari consiste nell'assegnare a ciascuna [unità di analisi](#) un peso diverso da 1, come se cioè fosse stata campionata più di una volta (nel caso in cui il peso sia  $> 1$ ).

Ciò è considerato necessario quando alcuni tipi di unità di analisi (ad es. alcuni tipi di intervistati) risultino sovrastimati o sottostimati nel campione rispetto alla popolazione di riferimento. Una situazione di questo genere si verifica ad esempio quando si adotti [Campionamento stratificato](#) o un [campionamento per quote](#).

È possibile dimostrare che questo metodo produce meno distorsioni nella struttura dei dati rispetto alla duplicazione casuale dei casi, ovvero della pratica di copiare alcune righe della matrice per aumentare la numerosità di alcuni tipi <sup>1)</sup>.

In linea di massima, però, bisogna tenere conto del fatto che anche la ponderazione non elimina le distorsioni dovute ad una errata costruzione o ad una errata realizzazione del campione, ed anzi potrebbe addirittura amplificarle <sup>2)</sup>.

I pesi da assegnare ai casi possono dunque essere calcolati in vari modi, a seconda della finalità che deve essere assolta dalla ponderazione all'interno del disegno dell'indagine.

**Vedi: [Ponderazione dei dati \(con R\)](#)**

[Dati](#), [Gestione dei dati](#), [Campionamento](#)[Glossario](#)

<sup>1)</sup>

Marbach, Giorgio (2000). *Le ricerche di mercato*, Utet, Torino.

<sup>2)</sup>

Di Franco G. (2007). «L'analisi statistica dei dati, I: casi, variabili, analisi monovariata», in L. Cannavò e L. Frudà, *Ricerca sociale. Dal progetto dell'indagine alla costruzione degli indici*. Carocci, Roma.

From:

<https://www.agnesevardanega.eu/wiki/> - **Ricerca Sociale con R**

Permanent link:

<https://www.agnesevardanega.eu/wiki/glossario/ponderazione?rev=1499095412>

Last update: **03/07/2017 15:23**

