



DOCUMENTO DE INFORMACIÓN

Leer el ejemplo para comprender lo visto en clase:

El punto de inicio del diseño de investigación es el problema principal de la investigación, el cual se deriva del planteamiento del problema. Un ejemplo de una pregunta principal podría ser la siguiente:

¿Qué factores causan que los visitantes de la tienda en línea H&M finalmente realicen su compra en una tienda tradicional?

Respuestas a estas preguntas:

¿Dónde? Por la pregunta principal es obvio que la investigación debe estar centrada en la tienda en línea de H&M y posiblemente en una tienda tradicional.

¿Cuándo? La investigación necesita ocurrir después que un consumidor ha comprado un producto en una tienda tradicional. Esto es importante ya que se está investigando por qué alguien sigue este camino, en vez de comprar el producto en línea.

¿Quién o qué? En este caso, es claro que se debe considerar a los consumidores que han realizado su compra en una tienda tradicional. Sin embargo, también se podría decidir examinar a los consumidores que si realizaron su compra en línea para poder comparar a los diferentes consumidores.

¿Cómo? Esta pregunta a menudo es difícil de responder. Entre otras cosas, se podría necesitar considerar la cantidad de tiempo que se tiene para conducir la investigación y si se tiene un presupuesto para recolectar información.



En este ejemplo, métodos tanto cualitativos como cuantitativos podrían ser apropiados. Las opciones podrían incluir entrevistas, encuestas y observaciones.

Diferentes diseños de investigación

Los diseños pueden ser flexibles o fijos. En algunos casos estos tipos coinciden con los diseños de investigación cuantitativos y cualitativos, aunque no siempre es el caso.

En los diseños fijos el diseño del estudio ya está fijado antes de que la recolección de información tenga lugar; usualmente se conducen por la teoría.

Los diseños flexibles permiten más libertad durante el proceso de recolección de información. Una razón por la cual utilizar diseños flexibles puede ser que la variable de interés no puede ser medida cuantitativamente, como la cultura. En otros casos, la teoría podría no estar disponible al comienzo de la investigación.

Estudio de investigación exploratoria

Los métodos exploratorios de investigación son determinados como investigación formativa de estudios. Los métodos principales incluyen: la encuesta relacionada con la literatura y la encuesta de experiencia.

La encuesta relacionada con la literatura es el método más sencillo de formular el problema de investigación.

Por otro lado, la encuesta de experiencia es un método que busca a la gente que ha tenido experiencia práctica. El objetivo es obtener nuevas ideas relacionadas con el problema de investigación



En caso de investigación descriptiva y diagnóstica

Son estudios que se preocupan con la descripción de las características de un individuo o de un grupo en particular. En el estudio diagnóstico se quiere determinar la frecuencia en la que un mismo evento ocurrirá.

Estudios de investigación que prueban hipótesis (experimentales)

Son aquellos en los que un investigador prueba la hipótesis de la relación causal entre variables.

Características de un buen diseño de investigación

Un buen diseño de investigación debe ser apropiado para ese problema particular de investigación; usualmente involucra las siguientes características:

- La manera en la que se obtiene la información.
- La disponibilidad y habilidades del investigador y su equipo, en caso de que existan.
- El objetivo del problema a ser estudiado.
- La naturaleza del problema que será estudiado.
- La disponibilidad de tiempo y dinero para el trabajo de investigación.

INVESTIGACION DESCRIPTIVA

La investigación descriptiva se encarga de puntualizar las características de la población que está estudiando. Esta metodología se centra más en el “qué”, en lugar del “por qué” del sujeto de investigación.

En otras palabras, su objetivo es describir la naturaleza de un segmento demográfico, sin centrarse en las razones por las que se produce un determinado fenómeno. Es decir, “describe” el tema de investigación, sin cubrir “por qué” ocurre.



Por ejemplo, una marca de ropa que quiera entender las tendencias de compra de moda entre los compradores de Perú, llevará a cabo una encuesta demográfica de esta región, recopilará los datos de la población y luego realizará una investigación descriptiva sobre este segmento demográfico. La investigación descubrirá entonces detalles sobre “cuál es el patrón de compra de los compradores peruanos”, pero no cubrirá ningún detalle sobre “por qué” se obtienen esos patrones, ya que para la marca de ropa que intenta entrar en este mercado, entender la naturaleza de su mercado es el objetivo del estudio.

Características de la investigación descriptiva

Entonces, la investigación descriptiva se refiere al diseño de la investigación, creación de preguntas y análisis de datos que se llevarán a cabo sobre el tema. Se conoce como método de investigación observacional porque ninguna de las variables que forman parte del estudio está influenciada.

Algunas características que distinguen a la investigación descriptiva son:

- **Investigación cuantitativa:** La investigación descriptiva es un método que intenta recopilar información cuantificable para ser utilizada en el análisis estadístico de la muestra de población. Es una herramienta popular de investigación de mercado que permite recopilar y describir la naturaleza del segmento demográfico.
- **Variables no controladas:** En la investigación descriptiva, ninguna de las variables está influenciada de ninguna manera, sino que utiliza métodos de observación para llevar a cabo el estudio. Por lo tanto, la naturaleza de las variables o su comportamiento no está en manos del investigador.
- **Estudios transversales:** La investigación descriptiva, generalmente, es un estudio transversal de diferentes secciones pertenecientes al mismo grupo.



- **Bases para una mayor investigación:** Los datos recogidos y analizados a partir de la investigación descriptiva pueden ser investigados más a fondo utilizando diferentes técnicas. Además, ayudan a determinar los tipos de métodos de investigación que se utilizarán para la investigación subsiguiente.

Conoce las diferencias entre investigación descriptiva e investigación correlacional.

¿Dónde y cuándo utilizar la investigación descriptiva?

La investigación descriptiva puede utilizarse de múltiples maneras y por múltiples razones. Sin embargo, antes de entrar en cualquier tipo de encuesta, definir sus objetivos y diseño es muy importante. Pero, a pesar de seguir estos pasos, no hay manera de saber si se logrará el resultado deseado.

Para entender el objetivo final de la investigación, aquí algunas formas en que las organizaciones utilizan actualmente la investigación descriptiva:

Definir las características de los encuestados: El objetivo de utilizar preguntas cerradas es sacar conclusiones concretas sobre los encuestados. Encontrar patrones, rasgos y comportamientos. También podría ser entender las actitudes u opiniones de los encuestados sobre el fenómeno en cuestión.

Medir las tendencias de los datos: Las tendencias de los datos pueden medirse a lo largo del tiempo gracias a la capacidad estadística de la investigación descriptiva. Por ejemplo, si una empresa de confección lleva a cabo una investigación entre diferentes grupos demográficos, con grupos de edad de 24-35 y 36-45 años, sobre una nueva gama de ropa de invierno. Si uno de esos grupos no está muy de acuerdo con el lanzamiento, esto dará una idea de cómo debe ser la ropa que hay que confeccionar.



Realizar comparaciones: Las organizaciones también utilizan la investigación descriptiva para comprender cómo responden los diferentes grupos a un determinado producto o servicio. Por ejemplo, una marca de ropa crea una encuesta haciendo preguntas generales que miden la imagen de la marca. Además, hacen preguntas demográficas como la edad, los ingresos, el género, la ubicación geográfica, etc. Esta investigación del consumidor ayuda a la organización a entender qué aspectos de la marca atraen a la población y ayudan en la elaboración de soluciones de producto o marketing, o en algunos casos incluso en la creación de una nueva línea de productos sólo al atender a un grupo con un alto potencial de crecimiento.

Validar las condiciones existentes: La investigación descriptiva se utiliza ampliamente para ayudar a determinar las condiciones prevalecientes y los patrones del objeto de estudio. Debido al método no invasivo de investigación y al uso de la observación cuantitativa y algunos aspectos de la observación cualitativa, se observa cada variable y se puede concluir un análisis a profundidad. También se utiliza para validar cualquier condición existente que pueda prevalecer en una población.

Llevar a cabo la investigación en diferentes momentos: Para determinar si existen similitudes o diferencias, la investigación puede llevarse a cabo en diferentes períodos de tiempo. Esto permite evaluar cualquier número de variables. A efectos de verificación, también pueden repetirse los estudios sobre las condiciones que imperan para determinar las tendencias.

Métodos de investigación descriptiva

Existen 3 métodos distintos para llevar a cabo la investigación descriptiva:

Método de observación: El método observacional es el más eficaz para llevar a cabo la investigación descriptiva. Se utilizan tanto la observación cuantitativa como la observación cualitativa.



- La observación cuantitativa: Es la recopilación objetiva de datos que se centran principalmente en números y valores. Los resultados de la observación cuantitativa se obtienen utilizando métodos de análisis estadísticos y numéricos como la edad, la forma, el peso, el volumen, la escala, etc. Por ejemplo, el investigador puede rastrear si los clientes actuales referirán la marca usando una simple pregunta Net Promoter Score.
- La observación cualitativa: Este método no involucra mediciones o números, sólo características de monitoreo. En este caso, el investigador observa a los encuestados a distancia. Dado que se encuentran en un ambiente cómodo, las características observadas son naturales y efectivas. En la investigación descriptiva, el investigador puede elegir entre ser un observador completo, observar como participante, un participante observador o un participante completo. Por ejemplo, en un supermercado, un investigador puede monitorear desde lejos y rastrear las tendencias de selección y compra de los clientes. Esto ofrece una visión más profunda de la experiencia de compra del cliente.

Método de estudio de caso: Implican un análisis profundo y el estudio de individuos o grupos. Además, conduce a una hipótesis y amplía el alcance de la investigación de un fenómeno. Sin embargo, no deben utilizarse para determinar la causa y el efecto, ya que no tiene la capacidad de hacer predicciones precisas porque podría haber un sesgo por parte del investigador.

La otra razón por la que los estudios de caso no son una forma precisa de llevar a cabo la investigación descriptiva es porque podría haber un encuestado atípico y su descripción conduciría a generalizaciones deficientes y se alejaría de la validez externa.

Encuesta de Investigación: Las encuestas son una herramienta de retroalimentación muy popular para la investigación de mercado. Para que una encuesta reúna datos de buena calidad, debe tener buenas preguntas, y haber un equilibrio entre preguntas abiertas y cerradas. El método de encuesta puede realizarse en línea o hacer encuestas offline, lo que la convierte en la opción



preferida para la investigación descriptiva cuando el tamaño de la muestra es muy grande.

Ejemplos de investigación descriptiva

Algunos ejemplos de investigación descriptiva son:

1. Un grupo de personas especializadas lanza una nueva gama de especias para barbacoas, por lo que desea saber qué sabores de especias prefieren los diferentes grupos de personas. Para entender el tipo de sabores preferido, realizan un estudio de investigación descriptivo utilizando diferentes métodos como la observación en los supermercados.

Mediante la realización de una encuesta y la recopilación de información demográfica, se obtiene información sobre las preferencias de los diferentes mercados. Esto también puede ayudar a realizar los cambios necesarios de acuerdo a las preferencias de ese grupo demográfico. Llevar a cabo una investigación descriptiva exhaustiva ayuda a la organización a modificar su modelo de negocio y amplificar el marketing en los mercados principales.

2. Otro ejemplo de dónde se puede usar la investigación descriptiva es en un centro escolar que desea evaluar las actitudes de los maestros sobre el uso de la tecnología en el aula. Mediante la realización de encuestas y la observación del uso de la tecnología, el investigador puede medir si es buena la implementación de recursos tecnológicos dentro de las aulas. Esto también ayuda a entender si los estudiantes tendrán un impacto positivo con estos cambios.

Se puede conducir una investigación descriptiva para:

- Investigadores de mercado que quieran observar los hábitos de los consumidores.
- Una empresa que quiere evaluar la actitud de su personal.



- Una zona escolar que quiere entender si los estudiantes tendrán acceso a lecciones en línea en lugar de usar libros de texto.
- Una organización que quiera entender si su programa de bienestar repercute positivamente en la salud general de los empleados.

Ventajas de la investigación descriptiva

Algunas de las principales ventajas de la investigación descriptiva son:

Recolección de datos: La investigación descriptiva puede llevarse a cabo utilizando métodos específicos de recolección de datos como el método de observación, estudios de casos y encuesta. Entre estos tres, se cubren todos los métodos principales de recolección de datos, lo que proporciona información para futuras investigaciones o incluso para desarrollar hipótesis del objeto de investigación.

Datos variados: Dado que los datos recopilados son tanto cualitativos como cuantitativos, se tiene una comprensión holística de un tema de investigación. Esto hace que los datos que no se planearon para ser recolectados sean rastreados y que los datos sean variados, diversos y exhaustivos.

Entorno natural: La investigación descriptiva permite que la investigación se lleve a cabo en el entorno natural del encuestado, lo que garantiza la recopilación de datos honestos y de alta calidad.

Rápida de llevar a cabo y barata: Como en la investigación descriptiva el tamaño de la muestra es generalmente grande, la recolección de datos es rápida y barata.

Forma la base para la toma de decisiones: Como los datos recopilados en la investigación descriptiva representan una población mayor y son sólidos, es fácil tomar decisiones sobre la base del análisis estadístico de esos datos.



Desventajas de la investigación descriptiva

Algunas de las desventajas de la investigación descriptiva son:

Confidencialidad: Los encuestados no siempre responden con la verdad si las preguntas son demasiado personales o si sienten que están siendo “observados”. Esto puede negar la validez de los datos.

Posible sesgo: Si el observador tiene un sesgo potencial hacia el tema de la investigación o algunos encuestados, pueden ser consideradas como inválidas o falsas.

La muestra no es representativa: Debido a la aleatoriedad de la muestra, es muy difícil validar que es una representación exacta de toda la población.

No se conoce la causa: Dado que la investigación descriptiva sólo se centra en el “qué” de un objetivo o fenómeno, no profundiza en el “por qué o cómo” y eso es una limitación en el aprendizaje de las causas específicas.

Muchos de los estudios de investigación son descriptivos, ya que ofrecen datos cuantitativos. La investigación descriptiva es un método eficaz para la recolección de datos durante el proceso de investigación. Puede utilizarse de múltiples formas, pero es necesario establecer un objetivo.



INVESTIGACION ANALITICA O EXPLICATIVA

Investigación explicativa: es aquella que tiene relación causal; no sólo persigue describir o acercarse a un problema, sino que intenta encontrar las causas del mismo. Existen diseños experimentales y NO experimentales. Desde un punto de vista estructural reconocemos cuatro elementos presentes en toda investigación: sujeto, objeto, medio y fin. Se entiende por sujeto el que desarrolla la actividad, el investigador; Por objeto, lo que se indaga, esto es, la materia o el tema; Por medio, lo que se requiere para llevar a cabo la actividad, es decir, el conjunto de métodos y técnicas adecuados; Por fin, lo que se persigue, los propósitos de la actividad de búsqueda, que radica en la solución de una problemática detectada.



Investigación Explicativa

- Se ocupa de la generación de teorías.
- Determina las causas de un evento.
- Se pretende detectar las relaciones entre eventos.
- Ejemplo
 - ¿Cuáles son los aspectos que inciden en la productividad investigativa de los docentes de pregrado de la Unimet?

¿Cuál sería el objetivo general?

Entender, Explicar

Método de Investigación Explicativa:

Además de describir el fenómeno, tratan de buscar la explicación del comportamiento de las variables. Su metodología es básicamente cuantitativa, y su fin último es el descubrimiento de las causas. Se pueden considerar varios grupos:

- Estudio de casos.
- Métodos comparativos causales.
- Estudios correlacionales.
- Estudios causales.
- Estudios longitudinales.

El estudio de casos se utiliza cuando hay cuestiones a resolver sobre el “cómo” y el “por qué” de un hecho, cuando el investigador no tiene control sobre el fenómeno y cuando éste se da en circunstancias naturales. Los estudios causales se realizan a partir de las correlaciones empíricas de las variables. Los



COLEGIO MERCEDITAS DE SAN MARTÍN (C.E.S.A.P.)
EDUCACIÓN SECUNDARIA CICLO BÁSICO
6° AÑO C

longitudinales, en el tiempo. Con este tipo de método se pretende llegar a generalizaciones extensibles más allá de lo analizado