



**LuckasEnt**  
**Recolección de Información**

**HOJA DE CONTROL**

Organismo	Servicio Nacional de Aprendizaje, S.E.N.A		
Proyecto	LuckasEnt		
Entregable	Recolección de Información		
Autor	Steeven Sebastian Peraza Martinez, Luis Felipe Sanchez Sierra, Juan David Mahecha Sabogal		
Versión / Edición	0100	Fecha Versión	01/11/2024
Aprobado Por	EDWIN ALBEIRO RAMOS VILLAMIL	Fecha Aprobación	DD/MM/AAAA
		Nº Total de Páginas	7

REGISTRO DE CAMBIOS

Versión	Causa del cambio	Responsable del cambio	Fecha del cambio
0100	Versión Inicial	Steeven Peraza, Luis Felipe Sanchez Sierra, Juan David Mahecha	05/11/2024

CONTROL DE DISTRIBUCIÓN

Nombre y Apellidos

















































**LuckasEnt  
Planeación**

OBJETIVOS	TECNICA(S) A UTILIZAR	INSTRUMENTO	FUENTES	Fecha	Responsables	Recursos	Observaciones
Establecer el modelo de negocio y de inversión de la empresa "Mercado Libre" en el proyecto .	Análisis de datos secundarios	Datos Secundarios(Anexo 1)	Para ver las Fuentes de Click <a href="#">Aqui</a>	28/11/2024	Juan David Mahecha Sabogal	Computadora con acceso a internet.	En vista a que la entrevista para conocer el modelo de negocio esta en proceso, se opto, por una segunda opcion mientras se espera respuesta por empresa Makro y Mercado Libre.
Idetificar la recepcion del consumidor en el uso de web para comprar sus productos, ademas del uso de herramientas de comparación de datos.	Encuesta	Cuestionario Encuesta (Anexo 2)	Consumidor u/o Usuario	28/11/2024	Luis Felipe Sanchez Sierra	Computadora con acceso a Internet, el cual, cuente con una cuenta de google para realizar la encuesta a travez de Google Forms.	



















































## LuckasEnt

### Técnicas de Recolección

Técnica	Descripción
Análisis de Datos (Secundarios)	<b>UNA VISTA PREVIA ESTA TÉCNICA</b>
	<p>"El Análisis Secundario de Datos, es la utilización de datos recolectados, procesados, analizados y publicados con propósito diferente a los objetivos de la investigación que se plantea para la utilización de los mismos"; (Campo, 2014), no obstante, a lo largo de las décadas, es utilizado principalmente en las ciencias para investigar de forma deductiva.</p> <p><b>Fuente:</b> Para ver de Clic <a href="#">Aquí</a></p>
	<b>DEFINICIÓN DE LA TÉCNICA</b>
	<b>AQUÍ VA LA CARACTERÍSTICA DEI ANALISIS DE DATOS SECUNDARIOS</b>
	<p>La característica principal de este tipo de técnicas en si, es "más rápido y económico que un estudio tradicional porque los datos ya están recopilados"; ("<a href="#">14.4: Análisis de Datos Secundarios</a>," 2022).</p>
	<b>AQUÍ VA Técnicas relacionadas con el ANALISIS DE DATOS</b>
	<p><b>Descriptivo</b> Para tudashboard.com, "<i>se utiliza para buscar y resumir datos históricos con el fin de identificar patrones o significados</i>"; ("<a href="#">¿Qué Es Un Análisis Descriptivo?</a>," 2020).</p> <p><b>Diagnóstico</b> Según aws "<i>es un proceso de profundización o análisis detallado de los datos para entender por qué ocurrió algo. Se caracteriza por técnicas como el análisis detallado, el descubrimiento y la minería de datos o las correlaciones</i>"; ("<a href="#">¿Qué Es El Análisis de Datos? - Explicación Del Análisis de Datos - AWS</a>," 2022).</p> <p><b>Predictivo</b> En este tipo de análisis para IBM, "<i>es una rama de análisis avanzados que hace predicciones sobre resultados futuros utilizando datos históricos combinados con modelado estadístico, técnicas de extracción de datos</i>"; (<a href="#">IBM</a>, 2024).</p> <p><b>Prescriptivo</b> Para Mecalux define esta tecnica en "<i>el área de la analítica empresarial, consiste en recopilar datos, recomendar acciones y prever qué impacto tendrán para facilitar la toma de decisiones, identificando la mejor solución de entre todas las posibles</i>"; (<a href="#">Mecalux</a>, 2024).</p>
	<b>AQUÍ VA VENTAJAS Y DESVENTAJAS</b>
	<b>- Ventaja del Análisis de datos secundarios:</b>



"En comparación con los datos primarios, los datos secundarios proporcionan una fuente de información para su proyecto que ahorra tiempo y dinero, ya que le permite ahorrar el tiempo y el dinero que requiere realizar la investigación usted mismo. Su recolección suele ser más rápida que la de los datos primarios, lo que permite disponer de más tiempo para el análisis"; ("Using Data to Aid Organisational Change," 2019).

Desventaja del Análisis de datos secundarios:

"La principal desventaja de usar fuentes de datos secundarias es que pueden no ser relevantes, precisas o actualizadas para su pregunta de investigación, y que pueden tener sesgos o limitaciones que usted no conoce"; ("¿Cuáles Son Las Ventajas Y Desventajas de Usar Fuentes de Datos Primarias Frente a Secundarias?," 2024).

AQUI VA EL, PORQUÉ SE UTILIZA LA tec de ANÁLISIS DE DATOS SECUNDARIOS PARA EL OBJETIVO

"Los datos secundarios pueden utilizarse para validar las conclusiones de la recopilación de datos primarios. Este proceso, conocido como triangulación, aumenta la credibilidad de la investigación"; (Stewart, 2024).

Asimismo, "ayudan a complementar la información primaria y permiten acceder a información mucho más amplia, además, pueden ayudar a identificar, definir o desarrollar planteamientos de problemas, a crear diseños o líneas de investigación más eficaces, probar hipótesis"; ("Datos Secundarios: Definición Y Tipos | Grupo Atico34," 2021).

En este se prevee, encontrar datos de forma rápida y variada, sin embargo, la información puede ser limitada, para algunas preguntas.

UNA VISTA PREVIA ESTA TECNICA

Las encuestas son un método de investigación y recopilación de datos utilizadas para obtener información de personas sobre diversos temas.

Las encuestas tienen una variedad de propósitos y se pueden llevar a cabo de muchas maneras dependiendo de la metodología elegida y los objetivos que se deseen alcanzar.

Los datos suelen obtenerse mediante el uso de procedimientos estandarizados, esto con la finalidad de que cada persona encuestada responda las preguntas en una igualdad de condiciones para evitar opiniones sesgadas que pudieran influir en el resultado de la investigación o estudio.

**¿Cómo se hace y diseña una encuesta?**

Como dijimos anteriormente, una encuesta por lo general tiene sus inicios cuando una persona, empresa u organización se enfrenta a una necesidad de información y no existen datos existentes que sean suficientes.

Fuentes:  
[https://www.questionpro.com/es/una-encuesta.html#que\\_es\\_encuesta](https://www.questionpro.com/es/una-encuesta.html#que_es_encuesta)

DEFINICIÓN DE LA TECNICA

### Tipos de encuestas

SEGÚN SUS OBJETIVOS

SEGÚN SU FORMA DE APLICACIÓN

SEGÚN LA FRECUENCIA DE APLICACIÓN

SEGÚN EL TIPO DE PREGUNTA Y RESPUESTA

Encuestas descriptivas

Encuestas analíticas

Encuesta online

Encuesta por correo

Encuesta telefónica

Encuesta en persona

Encuestas transversales

Encuestas longitudinales

Encuesta retrospectiva

Respuesta abierta

Respuesta cerrada

**Encuesta online**

La encuesta online consiste en realizar un cuestionario utilizando el internet como medio de distribución y en la actualidad es uno de los tipos de encuestas más populares.

Estas encuestas son fáciles de diseñar y de desplegar. Los encuestados disponen de tiempo y espacio suficientes para responder, por lo que los investigadores pueden esperar respuestas imparciales. Son menos costosas, y los datos pueden recogerse y analizarse rápidamente.

**1. Encuestas transversales:**

En los estudios transversales, las encuestas se administran a una pequeña muestra de una población más amplia en un marco temporal reducido.

**2. Encuestas longitudinales:**

Hay tres tipos principales de investigaciones longitudinales: encuestas de tendencia, encuestas de panel y encuestas de cohorte.

**3. Encuesta retrospectiva:**

Una encuesta retrospectiva es un tipo de estudio en el que los encuestados responden a preguntas para informar sobre acontecimientos del pasado.

AQUI VA LAS CARACTERISTICAS DE LA ENTREVISTA

Un método de observación no directa de la realidad, es decir, intermediada por la opinión de los sujetos encuestados: confiamos en su opinión, no podemos observarlos en sus vidas reales para saber si lo que responden es cierto o no.





ENCUESTA

**Se trata de una herramienta de investigación sencilla,** económica y con capacidad masiva y estandarizada de aplicación.  
Es la vía más simple y eficaz para acceder de manera masiva a las subjetividades del público en general. Son ideales cuando se trata de un público muy amplio.

Arroja resultados contabilizables, expresados en términos porcentuales, que luego deberán ser interpretados por los investigadores.  
Requiere de un mayor estudio y un mayor control para evitar el sesgo muestral, o sea, que las respuestas estén ya determinadas por las propias preguntas.

**Fuente:**  
<https://concepto.de/encuesta/>

**AQUI VA LOS TIPOS DE ECUESTAS**

**Según el Objetivo:**

**Encuestas Descriptivas:** Su propósito es recopilar información para describir un fenómeno o una población en un momento específico. Se centran en documentar actitudes o condiciones presentes.  
**Encuestas Analíticas:** Estas encuestas buscan no solo describir, sino también analizar y explicar las relaciones entre diferentes variables. Se utilizan técnicas estadísticas para identificar patrones o causas.

**Según el Método de Recolección:**

**Encuestas Personales:** Realizadas cara a cara, permiten una interacción directa entre el encuestador y el encuestado. Son útiles en contextos donde no hay acceso a tecnología.  
**Encuestas Telefónicas:** Conocidas como CATI (Computer-Assisted Telephone Interview), se llevan a cabo a través de llamadas telefónicas, facilitando la recolección rápida de datos.  
**Encuestas por Correo:** Consisten en enviar cuestionarios impresos a los encuestados, quienes deben devolverlos completados. Este método es menos común hoy en día debido a su lentitud.  
**Encuestas Online:** Utilizan plataformas digitales para la recolección de datos. Son económicas y permiten alcanzar un gran número de participantes rápidamente.

**Según el Tipo de Preguntas:**

**Preguntas Abiertas:** Permiten al encuestado responder con sus propias palabras, lo que puede generar respuestas más profundas y variadas.  
**Preguntas Cerradas:** Ofrecen opciones predefinidas para que el encuestado elija, facilitando la cuantificación y análisis de los resultados.

**Otros Tipos Específicos:**

**Encuestas Longitudinales:** Se realizan en varios momentos temporales para observar cambios a lo largo del tiempo.  
**Encuestas Transversales:** Capturan datos en un solo punto temporal, proporcionando una instantánea del fenómeno estudiado.

**Fuente:**  
<https://www.cimec.es/que-tipos-encuesta-existen/>  
<https://encuesta.com/blog/tipos-de-encuestas-cual-utilizar/>  
<https://concepto.de/encuesta/>  
<https://www.questionpro.com/es/tipos-de-encuestas.html>  
.

**AQUI VA VENTAJAS Y DESVENTAJAS**

• **Ventajas de las Encuestas:**



**Acceso a una Gran Muestra:** Las encuestas permiten llegar a un amplio número de participantes, facilitando la obtención de datos representativos sin importar la ubicación geográfica.

**Resultados Rápidos:** Gracias a las plataformas digitales, los resultados pueden ser recopilados y analizados en un corto período de tiempo, a menudo en menos de 24 horas.

**Bajo Costo:** Las encuestas, especialmente las online, son económicas en comparación con otros métodos de recolección de datos, lo que permite realizar investigaciones a gran escala sin grandes inversiones.

**Facilidad de Análisis:** Las herramientas digitales permiten un análisis sencillo e intuitivo de los datos recolectados, facilitando la interpretación sin necesidad de conocimientos avanzados en estadística.

**Flexibilidad en el Diseño:** Se pueden personalizar según las necesidades del estudio, utilizando preguntas abiertas o cerradas para obtener diferentes tipos de información.

**Apertura a la Comunicación:** Las encuestas fomentan un diálogo imparcial entre la organización y los encuestados, permitiendo que las opiniones sean expresadas libremente.

**Sin Presión para Responder:** Los encuestados pueden completar las encuestas a su propio ritmo, lo que puede resultar en respuestas más sinceras y reflexivas

**Desventajas de las Encuestas:**

**Falta de Representatividad:** Puede ser difícil obtener una muestra representativa si ciertos grupos no tienen acceso a internet o no están dispuestos a participar, lo que puede sesgar los resultados.

**Sesgo de Selección:** Si no se utiliza un muestreo adecuado, los resultados pueden reflejar solo las opiniones de un subgrupo específico, lo que limita la validez general del estudio.

**Errores Potenciales:** La falta de supervisión directa puede llevar a malentendidos sobre las preguntas o errores en las respuestas por parte de los encuestados.

**Vulnerabilidad a Fraudes:** En el entorno digital, existe el riesgo de participación no genuina, como bots o respuestas duplicadas, lo que puede comprometer la calidad de los datos recolectados.

**Limitaciones en la Profundidad:** Aunque se pueden obtener muchos datos cuantitativos, las encuestas pueden no capturar completamente matices o contextos detrás de las opiniones expresadas

**Fuente:**  
<https://www.netquest.com/blog/encuesta-online-ventajas-y-desventajas-2024>  
<https://pointerpro.com/es/blog/9-ventajas-y-desventajas-de-los-cuestionarios/>  
<https://trustmary.com/es/encuestas/ventajas-y-desventajas-de-la-encuesta-online/>

**AQUÍ VA EL, PORQUÉ SE UTILIZÁ LA ENTREVISTA PARA EL OBJETIVO**

Las encuestas son herramientas de investigación ampliamente utilizadas debido a su capacidad para recopilar información valiosa de manera sistemática y estructurada.

**Recopilación de Datos Representativos:** Las encuestas permiten obtener información de un grupo amplio y diverso, lo que facilita la obtención de datos representativos sobre una población específica. Esto es crucial para hacer inferencias precisas y tomar decisiones informadas

**Identificación de Problemas:** A través de las encuestas, las organizaciones pueden identificar y comprender las causas subyacentes de problemas específicos. Esto se logra al recopilar retroalimentación directa de los encuestados, lo que ayuda a aclarar situaciones y definir estrategias efectivas para abordarlas

**Toma de Decisiones Basada en Datos:** Las encuestas proporcionan información cuantitativa que puede ser analizada para respaldar decisiones estratégicas. Esto es especialmente útil en entornos empresariales donde se necesita evaluar la satisfacción del cliente o la efectividad de un producto o servicio

**Apertura a la Comunicación:** Las encuestas permiten establecer canales de comunicación imparciales entre las organizaciones y sus clientes o empleados. Esto fomenta un ambiente en el que los participantes se sienten valorados y escuchados, lo que puede mejorar la relación entre ambas partes

**Escalabilidad y Eficiencia:** Gracias a la tecnología, las encuestas pueden ser distribuidas a gran escala a un costo relativamente bajo. Esto permite a las organizaciones realizar investigaciones extensas sin los desafíos logísticos asociados con métodos más tradicionales

**Flexibilidad en el Diseño:** Las encuestas pueden ser adaptadas para incluir diferentes tipos de preguntas (abiertas y cerradas), lo que permite obtener tanto datos cuantitativos como cualitativos. Esta flexibilidad es esencial para abordar diferentes objetivos de investigación

**Análisis Profundo:** La organización y análisis de las respuestas obtenidas a través de encuestas permite a las organizaciones realizar un análisis profundo sobre temas específicos, facilitando la identificación de tendencias y patrones en el comportamiento del consumidor o en la satisfacción del empleado

**Fuente:**  
<https://www.questionpro.com/blog/es/ventajas-de-usar-encue>  
<https://blog.hubspot.es/service/que-es-una-encuesta>  
<https://www.zendesk.com.mx/blog/como-elabora-encuesta/>  
.

















































## LuckasEnt Instrumentos de Recolección

Instrumento	Descripción
<a href="#">Estudios de caso y Meta-análisis(Anexo 1)</a>	<b>EXPLICACIÓN DE LO QUE CONTIENE</b>  <p><b>La siguiente analisis y recoleccion de fuentes está diseñada con diferentes fuentes que nos permitirán:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Conocer en profundidad la empresa a la que presentaremos nuestra propuesta de inversión en software.</li> <li>• Comprender detalladamente los procesos actuales de la empresa</li> <li>• Este instrumento de investigación cualitativa nos ayudará a recopilar información valiosa para adaptar nuestra propuesta a las necesidades específicas del cliente potencial.</li> </ul>
	<b>PROPOSITO POR EL CUAL SE UTILIZO</b>  <p>El propósito de esta tecnica es <b>recopilar información esencial para comprender en detalle los procesos de la empresa</b>, lo cual nos permitirá adaptar nuestro software a sus necesidades específicas.</p>
<a href="#">Cuestionario con preguntas base (Anexo 2)</a>	<b>EXPLICACIÓN DE LO QUE CONTIENE</b> <p>¿Con qué frecuencia utiliza Mercado Libre para comprar productos?</p> <p>¿Qué tipo de productos busca con mayor frecuencia en Mercado Libre (electrónica, ropa, hogar, et)?</p> <p>Además del precio, ¿qué otros factores considera al momento de realizar una compra en Mercado Libre (reputación del vendedor, envío, garantía.)?</p> <p>¿Ha tenido alguna dificultad al comparar precios de productos similares en Mercado Libre? Si es así, ¿cuál ha sido la principal?</p> <p>¿Qué características le gustaría que tuviera una herramienta de comparación de precios en Mercado Libre (filtros más avanzados, gráficos más detallados.)?</p> <p>¿Qué otras plataformas de comercio electrónico utiliza regularmente?</p> <p>¿Qué aspectos valora más de estas plataformas (interfaz, variedad de productos, servicio al cliente.)?</p> <p>¿Cree que una herramienta de comparación de precios lo ayudaría a tomar mejores decisiones de compra?</p> <p>¿Confía en que la información de precios presentada sea precisa y actualizada?</p> <p>¿A qué otras fuentes recurre para comparar precios antes de realizar una compra?</p>
	<b>PROPOSITO POR EL CUAL SE UTILIZO</b> <p>La encuesta busca entender las preferencias, opiniones y preocupaciones de los clientes potenciales sobre el uso de una plataforma web para la visualizacion y comparacion de precios de diferentes empresas</p>



--	--







































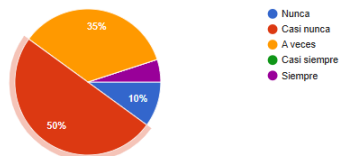




¿Con qué frecuencia utiliza Mercado Libre para comprar productos?

[Copiar gráfico](#)

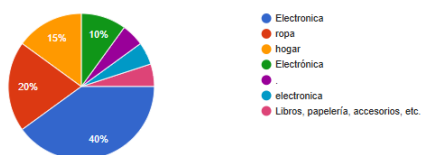
20 respuestas



Qué tipo de productos busca con mayor frecuencia en Mercado Libre ?

[Copiar gráfico](#)

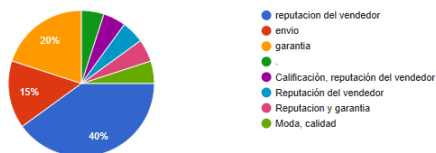
20 respuestas



Además del precio, ¿qué otros factores considera al momento de realizar una compra en Mercado Libre ?

[Copiar gráfico](#)

20 respuestas



¿Ha tenido alguna dificultad al comparando precios de productos similares en Mercado Libre? Si es así, ¿cuál ha sido la principal?

15 respuestas

Ninguna

ninguna

Amazon

Ninguna.

no

No he tenido dificultades, o una podría ser el tiempo de entrega, a veces suele retardarse

Sí, porque muchas veces, la información que proporciona el vendedor, no es muy exacta y uno no sabe si el producto es original o no y por ende, si comparo precios en otro lado, estos varían, lo cual genera más dudas.

No he tenido dificultades

¿Qué características le gustaría que tuviera una herramienta de comparación de precios en Mercado Libre ?

[Copiar gráfico](#)

20 respuestas





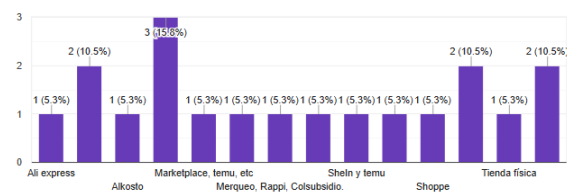




¿Qué otras plataformas de comercio electrónico utiliza regularmente?

[Copiar gráfico](#)

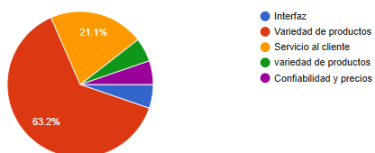
19 respuestas



¿Qué aspectos valora más de estas plataformas?

[Copiar gráfico](#)

19 respuestas



¿Cree que una herramienta de comparación de precios lo ayudaría a tomar mejores decisiones de compra?

[Copiar gráfico](#)

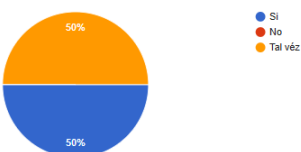
20 respuestas



¿Confía en que la información de precios presentada sea precisa y actualizada?

[Copiar gráfico](#)

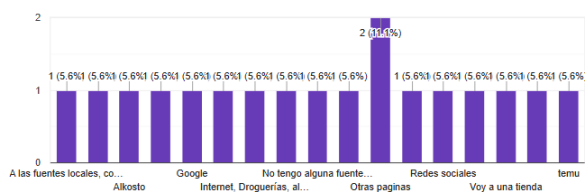
20 respuestas



¿A qué otras fuentes recurre para comparar precios antes de realizar una compra?

[Copiar gráfico](#)

18 respuestas













































## LuckasEnt

### Análisis de la Información

OBIETIVOS	TECNICA(S) A UTILIZAR	INSTRUMENTO	FUENTES	Fecha	Responsables	Recursos	Resultados
Establecer el modelo de negocio y de inversión de la empresa "Mercado Libre" en el proyecto .	Análisis de datos secundarios	Estudios de caso y Meta-análisis (Anexo 1)	<a href="#">Clic Aquí</a>	28/11/2024	Juan David Mahecha Sabogal	Computadora con acceso a internet.	Mediante esta tecnica se puedo llegar a comprobar que, "En la era digital actual, la necesidad de información precisa y actualizada se ha vuelto fundamental para la toma de decisiones en el ámbito empresarial, especialmente en sectores tan competitivos como el de abarrotes y supermercados, es decir, retails".
Identificar la recepcion del consumidor en el uso de web para comprar sus productos, ademas del uso de herramientas de comparación de datos.	Encuesta	Cuestionario Encuesta (Anexo 2)	Consumidor u/o Usuario	28/11/2024	Luis Felipe Sanchez Sierra	Computadora con acceso a internet, el cual, cuente con una cuenta de google para realizar la encuesta a travez de Google Forms.	Los usuarios de Mercado Libre valoran la plataforma por su amplia variedad de productos, especialmente electrónica. Sin embargo, buscan mejorar la experiencia de compra a través de una herramienta de comparación de precios más eficaz. Esta herramienta ideal debería incluir filtros más detallados y gráficos comparativos para facilitar la toma de decisiones. Además, los usuarios desean que la información de precios sea precisa y actualizada. Por otro lado, aunque confían en Mercado Libre, también consultan otras fuentes para comparar precios. Los resultados sugieren que una herramienta de comparación de precios sólida podría aumentar la satisfacción del cliente y fortalecer la posición de Mercado Libre en el mercado.



















































