Taller

Investigar técnicas de recolección de datos y las formas de análisis de datos

**TECNICAS DE RECOLECCION DE DATOS**

**Observaciones:** Realizar observaciones directas es una forma sencilla y discreta de recopilar datos. La recopilación de información de primera mano en el campo le da al observador una perspectiva holística que le ayuda a comprender el contexto en el que opera o existe el elemento que se está estudiando.

Las observaciones se registran en notas de campo o en un dispositivo móvil si el observador está recopilando datos electrónicamente

**Encuestas:** Las encuestas se utilizan a menudo cuando se busca información de un gran número de personas o sobre una amplia gama de temas (donde no son necesarias respuestas detalladas). Pueden contener preguntas de sí / no, verdadero / falso, de opción múltiple, escaladas o abiertas, o todas las anteriores. La misma encuesta se puede realizar a intervalos espaciados para medir los cambios en el tiempo.

**Cuestionarios:** Los cuestionarios son un medio popular de recopilación de datos porque son económicos y pueden proporcionar una perspectiva amplia. Pueden llevarse a cabo cara a cara, por correo, teléfono o Internet (en cuyo caso, pueden incluir encuestados de cualquier parte del mundo).

**Entrevistas:** Las entrevistas pueden realizarse en persona o por teléfono, y pueden ser estructuradas (utilizando formularios de encuesta) o no estructuradas.

Las desventajas son que las entrevistas requieren tiempo y dinero para planificar y ejecutar, incluida la capacitación del entrevistador, y requieren más cooperación por parte del entrevistado, que puede sentirse incómodo al compartir información personal.

**Focus group:** Es otro de los métodos y técnicas de recolección de datos en donde un pequeño grupo de personas, alrededor de 8-10 miembros, se reúnen para discutir las áreas comunes del problema con un moderador que regula la discusión.

Cada participante aporta sus puntos de vista sobre el tema en cuestión. Al final de la discusión, el grupo llega a un consenso.

**Técnica Delphi:** La técnica Delphi consiste en indagar a una serie de expertos en un tema determinado para orientar la toma de decisiones. Con el fin de obtener resultados precisos, los expertos son consultados a través de un cuestionario. Las respuestas recibidas se cuantifican y se analizan como información cuantitativa.

**FORMAS DE ANALISIS DE DATOS**

**Análisis de datos cualitativo:** Los [datos cualitativos](https://www.questionpro.com/es/datos-cualitativos.html) se presentan de manera verbal (en ocasiones en gráficas). Se basa en la interpretación. Las formas más comunes de obtener esta información es a través de entrevistas abiertas, grupos de discusión y grupos de observación, donde los investigadores generalmente analizan patrones en las observaciones durante toda la fase de recolección de datos.

**Análisis de datos cuantitativos:** Los [datos cuantitativos](https://www.questionpro.com/es/datos-cuantitativos.html) se presentan en forma numérica. Se basa en resultados tangibles.

**Análisis descriptivo:** El análisis descriptivo se utiliza cuando la organización tiene un gran conjunto de datos sobre eventos pasados o sucesos históricos. Para que estos datos sean útiles, deben simplificarse y resumirse con el fin de que sean entendibles para la audiencia a la que se quieren comunicar.

**Análisis predictivo:** La cantidad de datos que producimos hoy en día ha permitido popularizar ciertas técnicas y modelos matemáticos o estadísticos que han estado presentes desde hace muchos años.

Al utilizarlos con esta gran masa de datos, podemos pronosticar con cierta probabilidad lo que podría llegar a suceder. El análisis predictivo es, entonces, la aplicación de estas técnicas y modelos matemáticos y estadísticos a los datos históricos que posee la organización.

**Análisis prescriptivo:** El análisis prescriptivo va más allá de los dos tipos de análisis anteriores.

En primer lugar, le recomienda rutas de acción que puede seguir una empresa. Además, cuantifica el efecto de cada una de estas acciones para ayudar a tomar las mejores decisiones en pro de buscar los objetivos de negocio de la organización, como por ejemplo incursionar en un nuevo mercado, ubicar un producto en áreas específicas de un almacén con mejores probabilidades de venta o mitigar un riesgo que pueda enfrentar.