
Datos Preexistentes

Debemos basar el proceso de diseño en datos y no en opiniones. Esto tiene grandes ventajas porque nos permite:

- Tomar o descartar decisiones con fundamentos.
- Evitar debates y discusiones innecesarias.
- Eliminar prejuicios.
- Medir el impacto real de lo que hacemos.
- Definir objetivos estratégicos.
- Generar nuevas hipótesis.
- Descubrir nuevos insights.

Hablamos mucho de datos, datos y más datos, pero ¿dónde se encuentra ese maravilloso yacimiento de datos cuantitativos?

Datos cuantitativos preexistentes

Hay una realidad que tenemos que considerar: ¿soy la primera persona interesada en indagar una problemática determinada? La respuesta es no. En el 99,9% de los casos alguien ya investigó sobre el tema y publicó información relevante.

Entre las bases de datos preexistentes, podemos mencionar:

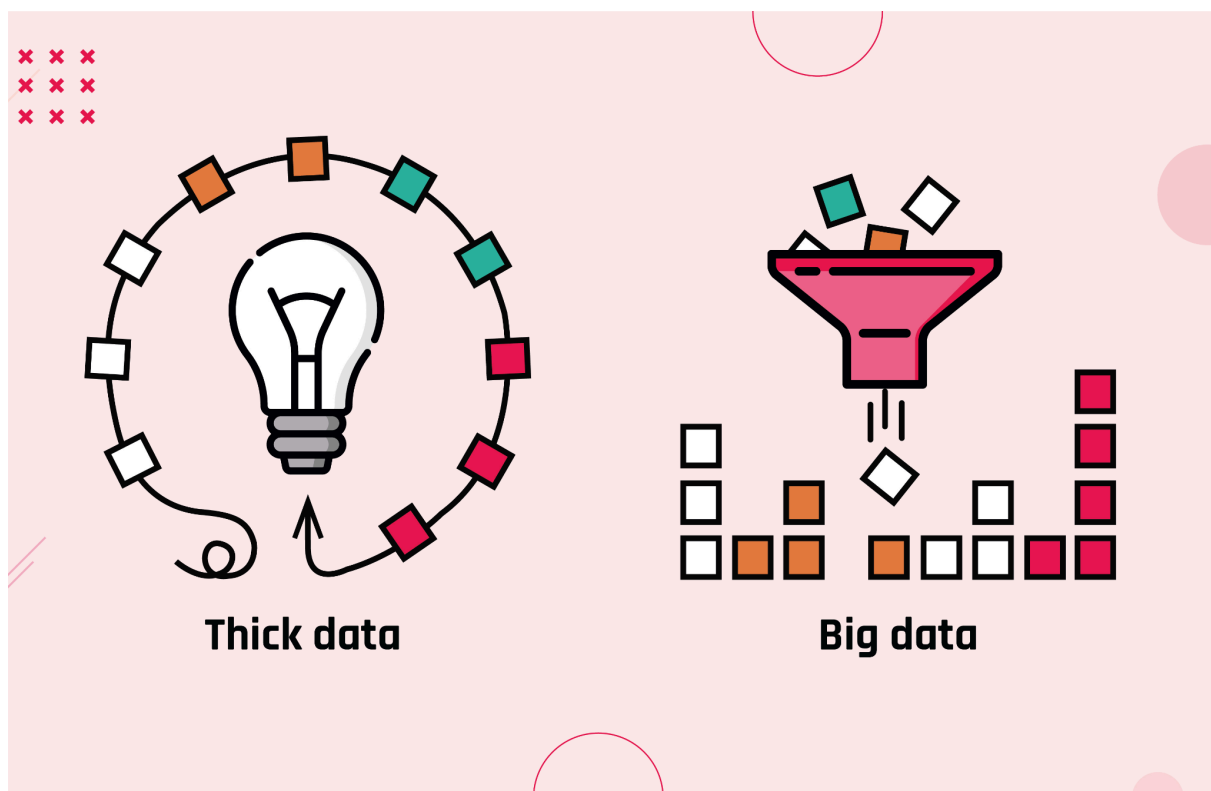
- Google Académico
- INDEC (Instituto Nacional de Estadística y Censos)
- Datos Argentina
- Buenos Aires Data
- Vas a tener que buscar datos existentes para el Trabajo integrador. ¡Te contamos más en la clase en vivo!

¿Qué es Big Data y Thick Data?

La antropóloga Tricia Wang, en el año 2013, acuñó este término para referirse al análisis cualitativo que se desprende de la generación de big data en el mundo actual. El thick data es al día de hoy uno de los aspectos más necesarios de la aplicación del big data, puesto que se requiere analizar de forma más precisa los datos que se almacenan. Para aplicar el thick data en el mundo del diseño de productos, servicios o experiencias, la clave sería determinar qué ratio de datos nos va a interesar estudiar, con el objetivo de abordarlos de forma cualitativa. De esta forma, podremos analizar el contexto social, cultural y psicológico de las personas, generando productos, servicios o experiencias que se acercan más a sus necesidades, emociones o prioridades. Recorramos juntos el video en donde explicamos con un poco más de detalle esta disciplina.

Big data y thick data

Tomar decisiones puede ser difícil, especialmente ante tanta incertidumbre. Los datos densos o thick data pueden ayudar a dar una mirada cualitativa de las situaciones para poder descubrir hallazgos más potentes que enriquezcan nuestras intervenciones.



¿Cuál es la diferencia entre big data y thick data?

Una idea predominante es que en el big data se analiza cuantitativamente en forma de gráficos, porcentajes o datos estadísticos, siendo una forma esclarecedora y práctica de tratar los datos en muchos proyectos o empresas. Sin embargo, la investigación cualitativa es la gran olvidada en esta área, a pesar de las grandes ventajas que podemos sacar de su uso.

Desde design thinking siempre pensamos que las perspectivas cualitativas y cuantitativas son claves y su aplicación dependerá de las particularidades de cada proyecto, puesto que cada una ofrece información muy valiosa y complementaria.

