**GUÍA DE CONTENIDOS – UNIDAD 1**

**METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN**

**Guía N°2 – BIOLOGÍA DIFERENCIADO**

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Nombre:** |  | **Curso:** | **IVº A – B** | **Fecha** |  |

|  |
| --- |
| **INSTRUCCIONES:** * La siguiente guía tiene como objetivo permitir el estudio de los contenidos desde su hogar.
* El desarrollo de este trabajo es de carácter **GRUPAL o INDIVIDUAL** (1 a 4 personas).
* NO está permitido copiar ni dejarse copiar.
* Redacte sus respuestas de manera ordenada y coherente según lo solicitado.
* Puede entregar el desarrollo de este trabajo en una hoja anexa o documento distinto, siendo indispensable hacerlo de forma ordenada, clara y legible al correo carolina.silva@elar.cl
* Se consignará como nota de tarea: acumulativa.
 |

|  |
| --- |
| **Objetivos:** Determinar tema de investigación.**Contenidos:** Investigación cualitativa y cuantitativa.  |

**ITEM I.- PRESENTACIÓN DEL CONTENIDO**

**TIPOS DE INVESTIGACIÓN**

**¿Qué es la investigación cuantitativa?**

La investigación cuantitativa es aquella que utiliza datos cuantitativos para recopilar información concreta, como cifras. Estos datos son estructurados y estadísticos. Brindan el respaldo necesario para llegar a conclusiones generales de la investigación.

**¿Qué es la investigación cualitativa?**

La investigación cualitativa es la que hace uso de los datos cualitativos para describir un aspecto, en lugar de medirlo. Se compone de impresiones, opiniones y perspectivas. Una encuesta cualitativa es menos estructurada, ya que busca profundizar en el tema para obtener información sobre las motivaciones, los pensamientos y las actitudes de las personas. Aunque estos datos aportan un conocimiento profundo a partir de las preguntas de investigación, sus resultados son más difíciles de analizar.

**Cuándo realizar investigación cualitativa y cuándo cuantitativa**

Los datos cuantitativos pueden ayudarte a observar el panorama general. En cambio, los datos cualitativos brindan información detallada y aportan una voz personal a los resultados de tu encuesta.



* Entrevistas: son conversaciones uno a uno que profundizan en un tema.
* Casos de estudio: son recopilaciones de historias de los clientes que surgen de entrevistas a profundidad.
* Opiniones de expertos: se trata de información de calidad obtenida de fuentes bien informadas.
* Grupos de discusión: son conversaciones en persona o en línea de grupos pequeños de personas, que tienen como objetivo compartir sus opiniones acerca de un producto o tema.
* Preguntas de encuesta abiertas: son cuadros de texto que permiten a los encuestados expresar sus opiniones sobre un asunto libremente en una encuesta.
* Investigación observacional: se trata de observar a las personas durante el curso de sus rutinas habituales para comprender cómo interactúan con un producto, por ejemplo.

**Cómo puedes usar cada método en un proyecto de investigación.**

* **Formular tu hipótesis:** la investigación cualitativa te ayuda a recopilar información detallada sobre un tema. Puedes usarla para comenzar una investigación para averiguar los problemas u oportunidades que las personas consideran importantes. Estas ideas pueden convertirse en una hipótesis que debes intentar probar a partir de la investigación cuantitativa.
* **Validar tu hipótesis:** la investigación cuantitativa proporciona cifras a las que puedes aplicar análisis estadísticos para validar tus hipótesis. ¿Ese problema era real o solo era la percepción de alguien? Los datos concretos que obtengas te permitirán tomar decisiones basadas en observaciones objetivas.
* **Hallar respuestas generales:** la investigación cuantitativa generalmente alcanza a más encuestados que la investigación cualitativa porque es más fácil hacer una encuesta de opción múltiple que una serie de entrevistas o [grupos de discusión](https://es.surveymonkey.com/mp/when-to-use-focus-groups-in-your-market-research/). Por lo tanto, puede ayudarte con seguridad a contestar estas preguntas generales: ¿Las personas te prefieren a ti antes que a tus competidores? ¿Cuáles de los servicios que ofrece tu empresa son los más importantes? [¿Qué anuncio](https://es.surveymonkey.com/mp/audience/ad-testing/) es más atractivo?
* **Incorporar el elemento humano:** la investigación cualitativa también puede ayudarte en la etapa final de tu proyecto. Las declaraciones que obtuviste en las preguntas abiertas pueden darle una voz personal a los números objetivos y a las tendencias de tus resultados. Escuchar a los clientes, describir a una empresa muchas veces puede ayudarte a descubrir los puntos ciegos. Los datos cualitativos son los que proporcionarán esta información.

**ITEM II.- PRÁCTICA GUIADA.** Puede complementar su estudio con los siguientes link:

**TIPOS DE INVESTIGACIÓN:** [**https://www.youtube.com/watch?v=0xbPYJsTH1E**](https://www.youtube.com/watch?v=0xbPYJsTH1E)

**ITEM III.- PRÁCTICA AUTÓNOMA Y PRODUCTO.** Reflexiona y responde:

1. Escojan un tema relacionado con tópicos de biología (nutrición, salud, medioambiente, actividad física, etc.) que permita llevar a cabo una investigación cualitativa, y escríbanlo en el siguiente cuadro.

|  |
| --- |
|  |

1. Describa la orientación del tema, indicando qué pretende averiguar con dicha investigación.

|  |
| --- |
|  |

1. Redacte el **planteamiento del problema**, indicando cuál es la necesidad de realizar esta investigación.

|  |
| --- |
|  |