Continue

Skip to content Cuando se trata de investigación cuantitativa, muchas personas a menudo confunden este tipo de investigación con la metodología. El tipo de investigación se refiere al estilo de investigación, mientras que el método de recopilación de datos puede ser diferente. Estos son los tipos principales de investigación cuantitativa utilizada por las empresas hoy. Investigación de encuestas: idealmente al realizar empresas de investigación de encuestas utilizará una muestra estadísticamente relevante para comprender los sentimientos y acciones de un gran grupo de personas. Estos podrían ser sus clientes actuales o consumidores que encajan en su demografía ideal. Investigación correlacional: la investigación correlacional compara dos variables para llegar a una conclusión sobre si existe una relación entre los dos. Tenga en cuenta que la correlación no siempre implica causalidad, lo que quiere decir que debe tener en cuenta las variables externas que podrían causar una relación aparente. Investigación experimental: esta forma de investigación adopta un enfoque científico, probando una hipótesis manipulando ciertas variables para comprender los cambios que esto podría causar. En estos experimentos, hay un grupo de control y un grupo manipulado. El lanzamiento de la investigación anterior requiere crear un plan para recopilar datos. Después de todo, la investigación cuantitativa se basa en los datos. Aquí están los métodos comunes de recopilación de datos primarios para la investigación cuantitativa. Investigación de encuestas: idealmente al realizar empresas de investigación de encuestas utilizará una muestra estadísticamente relevante para comprender los sentimientos y acciones de un gran grupo de personas. Estos podrían ser sus clientes actuales o consumidores que encajan en su demografía ideal. Investigación correlacional: la investigación correlacional compara dos variables para llegar a una conclusión sobre si existe una relación entre los dos. Tenga en cuenta que la correlación no siempre implica causalidad, lo que quiere decir que debe tener en cuenta las variables externas que podrían causar una relación aparente. Investigación experimental: esta forma de investigación adopta un enfoque científico, probando una hipótesis manipulando ciertas variables para comprender los cambios que esto podría causar. En estos experimentos, hay un grupo de control y un grupo manipulado. Encuestas: un enfoque común para recopilar datos es utilizar una encuesta. Esto es ideal, especialmente si el negocio puede obtener una muestra estadísticamente relevante de sus respuestas. Las encuestas a menudo se realizan a través de cuestionarios web o por correo electrónico. Entrevistas: Sí, las entrevistas se pueden usar para obtener datos cuantitativos. Si bien esta forma de recopilación de datos se asocia típicamente con la investigación cualitativa, los entrevistadores pueden hacer un conjunto estándar de preguntas para recopilar datos formales y cuantitativos. Revisión de documentación: con una cantidad cada vez mayor de negocios que ocurre digitalmente, ahora hay más documentación que nunca para ayudar a informar conclusiones cuantitativas. Las empresas pueden evaluar las métricas del sitio web, como las visitas de regreso, el tiempo en la página o incluso usar un píxel para rastrear el movimiento del cliente en todos los sitios web. También pueden ver cuántas veces se ha abierto su aplicación y las acciones que los usuarios han tomado en su plataforma para determinar la participación del cliente. La investigación secundaria puede ser útil al formular un plan para obtener datos cuantitativos primarios. Puede ayudar a reducir las áreas de enfoque o iluminar desafíos clave. Los datos secundarios son información que ya está recopilada y no necesariamente exclusiva de la empresa, pero aún relevantes cuando se comprende las tendencias generales de la industria y el mercado. Aquí hay algunos ejemplos de datos secundarios: Investigación de encuestas: idealmente al realizar empresas de investigación de encuestas utilizará una muestra estadísticamente relevante para comprender los sentimientos y acciones de un gran grupo de personas. Estos podrían ser sus clientes actuales o consumidores que encajan en su demografía ideal. Investigación correlacional: la investigación correlacional compara dos variables para llegar a una conclusión sobre si existe una relación entre los dos. Tenga en cuenta que la correlación no siempre implica causalidad, lo que quiere decir que debe tener en cuenta las variables externas que podrían causar una relación aparente. Investigación experimental: esta forma de investigación adopta un enfoque científico, probando una hipótesis manipulando ciertas variables para comprender los cambios que esto podría causar. En estos experimentos, hay un grupo de control y un grupo manipulado. Encuestas: un enfoque común para recopilar datos es utilizar una encuesta. Esto es ideal, especialmente si el negocio puede obtener una muestra estadísticamente relevante de sus respuestas. Las encuestas a menudo se realizan a través de cuestionarios web o por correo electrónico. Entrevistas: Sí, las entrevistas se pueden usar para obtener datos cuantitativos. Si bien esta forma de recopilación de datos se asocia típicamente con la investigación cualitativa, los entrevistadores pueden hacer un conjunto estándar de preguntas para recopilar datos formales y cuantitativos. Revisión de documentación: con una cantidad cada vez mayor de negocios que ocurre digitalmente, ahora hay más documentación que nunca para ayudar a informar conclusiones cuantitativas. Las empresas pueden evaluar las métricas del sitio web, como las visitas de regreso, el tiempo en la página o incluso usar un píxel para rastrear el movimiento del cliente en todos los sitios web. También pueden ver cuántas veces se ha abierto su aplicación y las acciones que los usuarios han tomado en su plataforma para determinar la participación del cliente. Informes gubernamentales: La investigación del gobierno puede indicar posibles obstáculos regulatorios, puntos de dolor del cliente y oportunidades futuras. Por ejemplo, una compañía de acondicionamiento físico podría usar datos gubernamentales que muestran un aumento en el uso de pruebas de ejecución al aire libre para desarrollar un nuevo producto utilizado para cumplir con ese caso de uso específico. ¿Qué es un método cuantitativo ejemplos? Si tiene referencias o elementos de referencia o si conoce sitios web de calidad que se ocupan del tema abordado aquí, complete el artículo dando las referencias útiles a su verificabilidad y vinculándolos a la «Sección de notas y referencias» Un estudio cuantitativo es un análisis que mide el comportamiento u opiniones del consumidor (gran público, tomadores de decisiones en empresas, usuarios de Internet [1]...). Los estudios cuantitativos son utilizados por industrias, comerciantes, instituciones (o incluso asociaciones) para un propósito específico. Por ejemplo, los fabricantes de galletas utilizarán estudios cuantitativos para descubrir un comportamiento o su evolución frente a un producto de galletas. Mientras que un departamento de estado puede usar estudios cuantitativos para conocer la voluntad de los habitantes de este departamento ante un tema de utilidad pública. Un estudio cuantitativo a veces es precedido por un estudio cualitativo. De hecho, son complementarios y no tienen el mismo objetivo. El estudio cualitativo destaca los comportamientos y opiniones de ciertos consumidores, mientras que el estudio cuantitativo mide la cantidad de consumidores que tienen un cierto comportamiento (par) para tener una idea concreta de pensamiento general. Por lo tanto, el estudio cuantitativo es un conteo y validación de las hipótesis previamente definidas en el estudio cualitativo. Sin embargo, no es raro llevar a cabo solo un estudio cuantitativo por razones financieras. ¿Cuál es la metodología cuantitativa? La metodología cuantitativa es describir y registrar el comportamiento o los cambios en forma de formas numéricas de la manera más precisa posible. Con su forma estandarizada de encuesta y observación, los procedimientos cuantitativos son adecuados para examinar muestras grandes y para el uso de métodos de evaluación estadística para la medición objetiva y la cuantificación de hechos. Son ideales para comparar los datos objetivos con el tiempo y leer los desarrollos de ellos. Los métodos de recopilación de datos cuantitativos permiten una gran cantidad de información sobre procedimientos previamente definidos. La información obtenida puede analizarse y compararse mediante procesos estadísticos y técnicas de evaluación. Los datos cuantitativos se recopilan utilizando los siguientes procedimientos: Observación estructurada, medición, contado Análisis de datos secundarios (estadísticas, datos de proceso) Diferentes formas de encuestas y experimentos El tamaño de la muestra a seleccionar depende de cómo deben ser exactamente los resultados resultantes de la encuesta. La forma más fácil es si se pueden entrevistar todas las unidades de examen. Uno entonces habla de una encuesta completa. En el caso de una elevación completa, las pruebas estadísticas son innecesarias a diferencias significativas, porque los datos no se basan en una muestra de prueba que se calcula para la población. De la siguiente tabla se puede derivar que en el caso de las unidades de examen, que se lleva a cabo mejor por menos de 300 casos, se lleva a cabo una encuesta completa. También se puede ver que con 300 unidades encuestadas, se pueden hacer declaraciones confiables en grandes poblaciones. La falta de respuesta (no respuesta) puede conducir a un problema para las encuestas porque la falta de respuestas reduce la muestra y, por lo tanto, reduce el significado de los datos. Por lo tanto, el problema de no respuesta puede afectar seriamente la representatividad de una muestra porque la no respuesta generalmente está vinculada a la cuestión de la encuesta. Posibles soluciones a las referencias del formulario de problemas de no respuesta o consultas específicas en no participantes (si se conocen). ¿Qué es la metodología cuantitativa ejemplos? Un aspecto clave de la investigación es medición. Si queremos saber si los hombres holandeses son más altos que los hombres chinos, entonces Podemos medirlos y averiguarlos. Una tradición dentro de la investigación en ciencias sociales es para medir las cosas. Esto se basa en la creencia de que las cosas pueden ser medido y medido de manera confiable. Por supuesto, algunas personas no están de acuerdo con esto, argumentando que ciertos aspectos del comportamiento humano y la experiencia no pueden ser Objetivamente medido. Estas personas adoptan un enfoque cualitativo para Investigación, más de los cuales en el próximo capítulo. Por ahora, nos centraremos en Enfoques cuantitativos. Entonces, qué tipo de medidas ¿podemos hacer? En primer lugar, podemos hacer mediciones físicas. Ejemplos lo harían Incluya la altura o el ancho de algo, o cuánto pesa. Incluso podríamos Desea incluir medición de edad en esta categoría. También podemos medir menos Cosas físicas, como la frecuencia con la que sucede algo o las actitudes de las personas hacia algo. En el primer caso usamos observaciones y medimos el Número de veces que ocurre algo (o se observa, como el observador puede perderse cosas). En el segundo caso, podríamos usar escalas. En este caso preguntaríamos una serie de preguntas sobre las actitudes de una persona y luego convertir las respuestas en un valor numérico que expresa una actitud positiva o negativa. Algunos sociales Los científicos afirman que también podemos medir cuánto amamos a alguien, o cómo ¡fuertemente sentimos sobre un evento! Lo importante de una medición es que es confiable y válido. Ser confiable significa que si nosotros mida lo mismo nuevamente en otro día (o si otra persona toma el medición), luego obtenemos el mismo resultado. Si alguien tiene 6'2 «hoy y solo 5'8 «al día siguiente, entonces o algo muy extraño está sucediendo o ¡Nuestra medida no es confiable! Válido significa que mide lo que pretende para medir. Si desarrolla una serie de preguntas para medir las personas sordas actitudes hacia las políticas educativas convencionales, entonces debe asegurarse de que esas preguntas realmente miden eso. Mientras hay estadística Técnicas para verificar la confiabilidad, la validez es más difícil de evaluar. La mayoría de tiempo evaluará la validez facial, es decir, en la inspección, aparece la escala ¿Ser válido? Un concepto que necesitas ser Familiarizado con los niveles de medición. Hay 4 niveles diferentes: 1. nominal. Esto se refiere a nombrar cosas, por lo tanto «nominal». Un ejemplo sería colocar cosas en categorías basadas en observaciones. Si observas que hay 7 vacas en el campo, de las cuales 3 son vistos y 4 son de color liso, entonces tú han utilizado una medición nominal. Todo lo que sabemos sobre cualquier vaca está en la que categoría cae. No sabemos cuántos puntos tiene (a menos que esté en el Categoría simple, por supuesto). ¿Cómo se hace una metodología cuantitativa? 2 El propósito de estas prescripciones es neutralizar tanto como sea posible lo que se designa como el «efecto de investigación» que, al introducir los sesgos en cuestionamiento, dañaría el cumplimiento de los datos (Biemer, Lyberge, 2006; Dussaix, 2009). Se supone que su respeto es, si no se garantiza, al menos favorecido por un dispositivo doble: escuchar y soporte en el campo extendido por una verificación posteriori (Recuerde de los encuestados para la verificación, la búsqueda de encuestados recurrentes, control de los tiempos de paso). Si este sistema se presenta como un medio de educación continua, en las compañías de encuestas, esencialmente tiene como objetivo identificar investigadores «desviados» para sancionarlos. Debe decirse que la cuestión de la confiabilidad de las operaciones de campo surgió muy temprano y una sospecha de deshonestidad pesó inmediatamente sobre el personal de la encuesta debido a sus condiciones de empleo y trabajo (Antoine, 1990, 2001, 2005; Blondiaux, 1998). Esta sospecha también se basa en la conciencia aguda de que es muy difícil garantizar la uniformidad completa de las prácticas de recolección, incluso en ausencia de violación deliberada, los investigadores son «naturalmente» llevados a desarrollar el protocolo. Por lo tanto, se trata de restringirlos o, mejor, de hacerlos internalizar esta restricción para que cumplan espontáneamente. 3 Por lo tanto, las diferencias en las recetas se perciben esencialmente como riesgos de deteriorar la calidad de los datos y muy raramente como contribuciones esenciales en términos de cantidad y calidad de información recopilada. Aunque algunas obras apuntan a las contingencias y las interaccionales (Bessières, Houseaux, 1997; Peneff, 1988) u organizaciones (Pagès, Tribel, Bonis-Charancle, 2006) restricciones que pesan sobre los investigadores, 2006) hay bastantes rastros de las pocas huellas de los pocos rastros de los pocos rastros de los pocos rastros de los pocos rastros de los pocos rastros de los pocos rastros. Las habilidades que participan en su trabajo y que, aunque lo hacen posible, no son parte de la definición oficial de su publicación, incluso contraviene esta definición. Es por eso que estas habilidades no pueden recibir ningún reconocimiento oficial dentro de las organizaciones de empleadores donde son objeto de una negación, incluso si ciertos metodólogos y la mayoría de los ejecutivos de campo se adaptan, a menudo a media palabra, que es un mal necesario que sería muy difícil de erradicar. 4 Por cierto, se puede enfatizar que, en el campo académico, los usuarios de encuestas cuantitativas apenas hacen la cuestión de las condiciones reales para recopilar los datos que procesan. Esta «indiferencia» con el campo que contrasta con las medidas cautelares con la reflexividad crítica considerada como una dimensión constitutiva de la experiencia etnográfica y su validez científica (Beaud, Weber, 1998; Olivier de Sardan, 1995; Schwartz, 1993) se explica fácilmente. La explotación de una encuesta cuantitativa consiste en la manipulación de archivos, de ahí las condiciones para recopilar información están ausentes. El tipo de tratamiento, así como la división del trabajo específica de la producción de estas encuestas, tienden a oscurecer la actividad que, entre el diseño de los cuestionarios y su convulsión, se desplegó para obtener un resultado que se presenta como un conjunto inerte de líneas y columnas. Sin embargo, los investigadores se movilizan durante su actividad de habilidades, técnicas y conocimientos que les permiten cumplir su misión mientras hacen que su trabajo sea habitable. En consecuencia, si «cuantificar es estar de acuerdo y luego medir», en otras palabras, cuantificar supone el desarrollo y la explicación de las convenciones (Desrosières, 2008a), el estudio de la actividad de los investigadores destaca que estos últimos desarrollan y aplican convenciones que no son aquellas de diseñadores ni los de los analistas. Veremos en particular cómo estas convenciones en los actos se combinan con las habilidades y el conocimiento en la gestión de las interacciones con los encuestados, así como en la implementación de técnicas de aprobación que permiten a los investigadores alcanzar sus objetivos y los de las organizaciones que los usan, a menudo en el Costo de lo que el idioma nativo significa «falso». Luego estaremos interesados en la imputación de la responsabilidad por la cual los investigadores se defienden contra las acusaciones de la supervisión y la culpa del trabajo mal hecho. Finalmente, se demostrará que las prácticas que implementan también pueden interpretarse como una crítica de los actos de sus condiciones de trabajo y empleo. Artículos Relacionados: By Unimrkt 18/12/2023 The nature of business research underscores the indispensable role of consistent market research for brands striving to offer products or services that resonate with their audience. Effective and strategic market research forms the cornerstone of aligning a brand with its audience, ensuring a symbiotic relationship. Staying attuned to current market trends and evolving audience preferences is imperative for making informed decisions and crafting impactful marketing or business strategies. Market research, in essence, encompasses two distinct yet complementary types: quantitative research and qualitative research. Quantitative research, undertaken by specialized quantitative research companies, involves the collection and analysis of numerical data, often structured and amenable to statistical methods. This method, characterized by its structured approach, allows for the inclusion of a larger number of respondents, contributing to statistically robust findings. One of the strengths of quantitative research lies in its ability to provide a comprehensive and quantifiable understanding of market dynamics. The strengths of quantitative research lie in its ability to distill complex data into manageable patterns and trends. This aids in forecasting market behavior and informing strategic decision-making. Research methodologies play a pivotal role in extracting meaningful insights from data, and two prominent approaches, quantitative and qualitative research, cater to distinct dimensions of investigation. Let us conduct a comparative analysis of both methodologies. Quantitative Research : Characteristics Quantitative research is characterized by its emphasis on numerical data and statistical analysis. It employs structured methodologies, such as surveys and experiments, to gather measurable and quantifiable data. Applications Widely used in fields like economics, psychology, and market research, quantitative research is effective in examining patterns, correlations, and statistical relationships. It aims to generalize findings to a larger population. Strengths Statistical Validity : Provides statistically valid and reliable results. Generalization : Allows for the generalization of findings to broader populations. Objectivity : Minimizes researcher bias through structured data collection and analysis. Qualitative Research : Characteristics Qualitative research is characterized by its exploratory nature, focusing on in-depth understanding and interpretation. It employs unstructured methodologies, such as interviews and focus groups, to collect non-numerical data. Applications Commonly used in social sciences, anthropology, and market research, qualitative research seeks to uncover underlying motivations, attitudes, and behaviors. It often involves smaller sample sizes to facilitate deeper exploration. Strengths Rich Insights : Provides rich, detailed insights into complex phenomena. Flexibility : Allows for adaptability during the research process. Contextual Understanding : Offers a nuanced understanding of social and cultural contexts. Choosing the Right Approach Here are the considerations to take into account when deciding between these two research methodologies: Research Questions : Quantitative for measurable data, qualitative for exploratory insights. Sample Size : Larger samples for quantitative, smaller for qualitative. Data Collection Methods : Surveys and experiments are used for quantitative, while interviews and observations are deployed for qualitative research. Many researchers find value in combining both approaches (mixed methods) to harness the strengths of each methodology, providing a comprehensive and nuanced understanding of the research topic. The ultimate choice between quantitative and qualitative research hinges on your research goals, the nature of the phenomenon under study, and the depth of understanding sought. While qualitative research offers a contextual exploration, quantitative research excels in statistical validation. Let us explore the strengths of quantitative research in the subsequent sections. Quantitative market research revolves around using statistical, computational, and mathematical techniques to analyze numerical data and derive valuable insights and patterns. By collecting data through quantitative methods, quantitative research companies can help quantify consumer preferences, behaviors, and opinions. This data can then be subjected to statistical analysis, enabling researchers to identify correlations, trends, and patterns that may not be immediately apparent. For instance, quantitative market research can help businesses understand the impact of price changes on consumer purchasing behavior. By collecting data on prices and corresponding sales figures, researchers can analyze the relationship between price and demand, allowing businesses to make informed pricing decisions. Quantitative research allows businesses to identify target markets, evaluate product features, and measure the impact of marketing campaigns with a higher degree of precision. Let us now discuss in detail the various strengths of quantitative market research that make it a valuable research tool: One of the key strengths of quantitative research lies in its objective nature. By employing standardized methods of data collection and analysis, quantitative research minimizes bias and subjectivity. This objectivity enhances the reproducibility of findings, allowing other researchers to replicate the study and verify its results. This characteristic makes quantitative research highly reliable and trustworthy. Quantitative research relies on statistical tools and techniques to analyze data. These statistical methods enable researchers to identify patterns, relationships, and correlations within the data. By employing statistical rigor, quantitative research provides a solid foundation for making generalizations about larger populations. It allows researchers to draw accurate conclusions and make informed decisions based on the evidence provided by the data. Thanks to its focus on large sample sizes, quantitative research has the potential for greater generalizability than other methods. By studying a representative sample, researchers can make inferences about a larger population. This capacity for generalization is particularly valuable in fields such as psychology, sociology, and market research, where insights from a limited sample can be applied to a broader target audience or population. Quantitative research often involves the use of standardized instruments and measurements, ensuring consistent data collection across different settings and researchers. This objectivity in measurement reduces the potential for interpretation bias and enhances the reliability of the research findings. Researchers can quantify variables, assess relationships, and draw conclusions based on measurable data, adding credibility to their research outcomes. In today's data-driven world, quantitative research plays a vital role in informing decision-making across various domains. Governments, businesses, healthcare institutions, and policymakers rely on quantitative research to gather insights, evaluate the effectiveness of interventions, and guide strategic planning. The ability to collect and analyze large volumes of numerical data efficiently allows stakeholders to make evidence-based decisions and improve outcomes. When faced with unexpected situations or disruptions, businesses can turn to their data to understand patterns, trends, and potential solutions. Data analysis allows for the identification of key variables and their relationships, enabling businesses to uncover hidden opportunities or risks. By applying statistical techniques and computational models, businesses can analyze large volumes of data efficiently and extract actionable insights. Visualization techniques, such as charts, graphs, and dashboards, further enhance the understanding of complex data sets, making it easier to communicate findings and facilitate data-driven discussions. The combination of data analysis and visualization empowers businesses to make agile and informed decisions, adapt their strategies, and navigate through unforeseen challenges with confidence. Quantitative research is highly advantageous when it comes to large scale data collection and analysis. It allows researchers to collect data from a substantial sample size, which enhances the representativeness of the findings. Surveys, experiments, and other quantitative methods enable researchers to gather data efficiently from many participants, saving time and resources. Moreover, quantitative research employs statistical tools and computational techniques to analyze the collected data swiftly and systematically. This enables researchers to identify patterns, correlations, and trends within the data, providing valuable insights at scale. The ability to process large volumes of numerical data efficiently allows for robust statistical analyzes, making quantitative research an indispensable methodology for conducting comprehensive studies and generating meaningful results. The strengths of quantitative research are instrumental across diverse industries, providing a systematic and structured approach to derive actionable insights and contribute to advancements within each sector. The application of quantitative research methodologies yields valuable insights, informs strategic decision-making, and contributes to the advancement of knowledge within distinct sectors. Let's explore how quantitative research finds relevance and utility in different industries. Healthcare Industry In the healthcare industry, quantitative research plays a crucial role in assessing the efficacy of treatments, understanding patient outcomes, and evaluating the impact of healthcare interventions. Large-scale surveys, clinical trials, and statistical analysis of health-related data contribute to evidence-based practices and inform healthcare policy, showcasing the strengths of quantitative research in providing robust and measurable insights. Marketing and Consumer Behavior Quantitative research is extensively utilized in marketing to measure consumer preferences, gauge the effectiveness of advertising campaigns, and analyze market trends. Surveys, experiments, and data analytics provide marketers with quantifiable insights, enabling them to tailor strategies that resonate with target audiences. The nature of business research in marketing relies on the strengths of quantitative research for its ability to provide statistically significant data. Financial Services When it comes to the financial sector, quantitative research is fundamental for risk management, investment analysis, and portfolio optimization. Through the use of statistical models and data analysis, financial analysts make informed predictions, assess market trends, and develop strategies to maximize returns and minimize risks. The strengths of quantitative research are particularly evident in the financial industry's reliance on precise and quantifiable data. Education and Academia Quantitative research is prevalent in educational research, where it aids in assessing the impact of teaching methods, evaluating educational programs, and measuring student performance. Surveys, standardized testing, and statistical analyses contribute to evidence-based improvements in educational practices. Technology and Innovation Quantitative research guides product development, user experience design, and market analysis. Metrics such as user engagement, adoption rates, and performance analytics are crucial in shaping technological advancements and optimizing products and services. Different types of quantitative market research methods are employed in the tech sector to make sense of quantifiable data in order to drive innovation and strategic decision-making. Quantitative research, while a powerful methodology for deriving numerical insights, is not without its challenges and limitations. Recognizing and addressing these obstacles is essential for ensuring the validity and reliability of research findings. Let's explore the common challenges associated with quantitative research and strategies to overcome them. Sampling Bias and Representation Challenge : One of the primary challenges is the potential for sampling bias, where the selected sample may not accurately represent the entire population. Overcoming Strategy : Employ random sampling techniques to ensure every member of the population has an equal chance of being included. Additionally, stratified sampling can be utilized to ensure representation across different subgroups. Measurement Issues Challenge : Issues related to the measurement instrument, such as unclear survey questions or biased scales, can compromise the quality of data. Overcoming Strategy : Conduct pilot studies to test and refine measurement instruments. Ensure survey questions are clear, concise, and free from potential biases. Utilize validated measurement tools whenever possible. Ethical Considerations Challenge : Ethical issues, such as privacy concerns or unintended harm to participants, must be carefully navigated in quantitative research. Overcoming Strategy : Ensure research protocols adhere to ethical guidelines. Obtain informed consent from participants, anonymize data to protect privacy, and conduct thorough ethical reviews before initiating the research. Resource Intensiveness Challenge : Quantitative research can be resource-intensive in terms of time, costs, and manpower. Overcoming Strategy : Carefully plan and budget for research resources. Leverage technological tools for data collection and analysis to streamline processes. Consider collaborations to pool resources and expertise. Hiring a market research company can get the job done for you without the necessary overheads. As can be seen, quantitative market research methods bring a lot of advantages to the table. If you want to build your business empire on the foundation of data, quantitative descriptive research is the method to choose. By harnessing the power of quantitative research, businesses can unlock valuable insights, gain a competitive edge, and make informed decisions based on robust evidence. In this regard, it is of utmost importance to pick a reliable quantitative research firm that can assist you at every stage of your research and data collection process. If you are looking for the top market research companies or a global market research agency with unmatched experience, look no further than Unimrkt Research. As one of the top quantitative market research companies in India, we offer a plethora of services, including quantitative, qualitative, and paid market research. We have worked in more than 22 languages while being ISO20252 and ISO 27001 certified. To learn more about our services, contact us at +91-124-424-5210, email us at sales@unimrkt.com, or fill out our contact form, and we will get back to you shortly. Preguntado por: Lic. Alberto Solano | Última actualización: 21 de marzo de 2022Puntuación: 5/5 (31 valoraciones) La metodología cuantitativa de acuerdo con Tamayo (2007), consiste en el contraste de teorías ya existentes a partir de una serie de hipótesis surgidas de la misma, siendo necesario obtener una muestra, ya sea en forma aleatoria o discriminada, pero representativa de una población o fenómeno objeto de estudio.¿Qué dice Sampieri de la investigación cuantitativa?Según Sampieri R. et al (2004), el enfoque cuantitativo se fundamenta en un esquema deductivo y lógico que busca formular preguntas de investigación e hipótesis para posteriormente probarlas.¿Qué es la investigación cuantitativa según Hernández Fernández y Baptista?"El enfoque cuantitativo utiliza la recolección y el análisis de datos para contestar preguntas de investigación y probar hipótesis previamente hechas, confía en la medición numérica, el conteo y frecuentemente en el uso de estadística para establecer con exactitud patrones de comportamiento en una población" (...¿Qué es la investigación cualitativa según autores?Los autores Blasco y Pérez (2007:25), señalan que la investigación cualitativa estudia la realidad en su contexto natural y cómo sucede, sacando e interpretando fenómenos de acuerdo con las personas implicadas.¿Qué es investigación cuantitativa y cualitativa según autores?La investigación cuantitativa es aquella donde se recogen y analizan datos cuantitativos, por su parte la cualitativa evita la cuantificación; sin embargo, los registros se realizan mediante la narración, la observación participante y las entrevistas no estructuradas.34 preguntas relacionadas encontradasEl enfoque cualitativo lo que nos modela es un proceso inductivo contextualizado en un ambiente natural, esto se debe a que en la recolección de datos se establece una estrecha relación entre los participantes de la investigación sustrayendo sus experiencias e idiologías en detrimento del empleo de un instrumento de ...El objetivo de la investigación cualitativa es el de proporcionar una metodología de investigación que permita comprender el complejo mundo de la experiencia vivida desde el punto de vista de las personas que la viven (Taylor y Bogdan, 1984).La investigación cualitativa se caracteriza por el énfasis en la narración (Pardo, 1997). Esta investigación intenta hacer una aproximación global de las situaciones sociales. ... Su papel va desde el diseño y planeación de la investigación hasta la recolección, organización, análisis e interpretación de los datos.La investigación cuantitativa es una forma estructurada de recopilar y analizar datos obtenidos de distintas fuentes, lo que implica el uso de herramientas informáticas, estadísti- cas, y matemáticas para obtener resultados.Un ejemplo común de investigación cuantitativa es un testeo de medicamento. Se toma una población de estudio, se le suministran distintas concentraciones del medicamento en dosis determinadas, controladas y reguladas, para poder medir objetivamente el resultado, y así determinar un margen de efectividad del producto.La metodología cuantitativa está compuesta por el conjunto de métodos y técnicas que intentan aproximarse al conocimiento de la realidad social a través de la extensión, alcance y significado de los hechos analizados, a través de los propios sujetos o de sus representaciones sociales.Características del enfoque cuantitativo • Es un conjunto de procesos secuencial y riguroso. Parte de una idea que una vez delimitada. Se derivan objetivos y preguntas de investigación, se revisa la literatura y se construye un marco o perspectiva teórica.Es elaborar un plan detallado de procedimientos que conducen a reunir datos con un propósito específico los cuales determinan: * las fuentes de donde se toman los datos * la localización de las fuentes de donde se toman los datos * medios o métodos por los que se recolectan los datos.Por su parte, Hernández, Fernández y Baptista (2006b), reconocen el enfoque cuantitativo como: "la recolección de datos para probar hipótesis, con base en la medición numérica y el análisis estadístico, para establecer patrones de comportamiento y probar teorías" (pág.La investigación cualitativa es aquella donde se estudia la calidad de las actividades, relaciones, asuntos, medios, materiales o instrumentos en una determinada situación o problema.La investigación cualitativa es una aproximación sistémica que permite describir las experiencias de la vida y darles significado. Su objetivo es ver los acontecimientos, acciones, normas, valores, etc. desde la perspectiva de la persona que está siendo estudiada, por tanto, hay que tomar la perspectiva del sujeto.La investigación cualitativa, a diferencia de la cuantitativa, se centra en el "por qué" en lugar del "que" y básicamente se enfoca en recopilar datos que no son numéricos. Se basa en métodos de recopilación de datos más enfocados en la comunicación que en los procedimientos lógicos o estadísticos.La investigación cualitativa parte de la idea de que los métodos y las teorías deben ser apropiadas para lo que se estudia. Si los métodos exis- tentes no encajan con un problema o campo concreto, se adaptan o se desarrollan nuevos métodos o enfoques.La investigación cualitativa es, para Denzin y Lincoln (1994: 2), multimetódica, naturalista e interpretativa. Es decir, que las investigadoras e investigadores cualitativos indagan en situaciones naturales, intentando dar sentido o interpretar los fenómenos en los términos del significado que las personas les otorgan.El análisis cualitativo, en contraste, está basado en el pensamiento de autores como Max Weber. Es inductivo, lo que implica que "utiliza la recolección de datos para finar las preguntas de investigación o revelar nuevas interrogantes en el proceso de interpretación" (Hernández, Fernández y Baptista, 2014: 7).El concepto de método alude al "camino a seguir mediante una se- rie de operaciones, reglas y procedimientos fijados de antemano de ma- nera voluntaria y reflexiva, para alcanzar un determinado fin que pueda ser material o conceptual" (Ander-Egg, 1995: 41).Algunos autores definen el método como un procedimiento concreto que se emplea, de acuerdo con el objeto y con los fines de la investigación, para propiciar resultados coherentes. Es una serie de pasos sucesivos que conducen a una meta.Una hipótesis, según Hernández Sampieri, son las guías precisas hacia el problema de investigación o fenómeno que se estudia. Es posible tener una o varias hipótesis, o definitivamente no tener ninguna.Son aquellos que resultan de la aplicación de técnicas de investigación cuantitativas en el campo del marketing. La investigación de mercados cuantitativa como todo método de investigación social supone habitualmente la elaboración de escalas de medida y cuestionarios.El método cuantitativo se suele aplicar en la fase final de un proyecto de investigación ya que en ese instante se cuenta con más datos para analizar y los resultados salen con mejores aproximaciones al comportamiento del hecho estudiado. All procedures for the numerical representation of empirical facts For applications in social science, see Quantitative social research. Part of a series onResearch Research design Ethics Proposal Question Writing Argument Referencing Research strategy Interdisciplinary Multimethodology Qualitative Art-based Quantitative Philosophical schools Antipositivism Constructivism Critical rationalism Empiricism Fallibilism Positivism Postpositivism Pragmatism Realism Critical realism Subtle realism Methodology Action research Art methodology Critical theory Grounded theory Hermeneutics Historiography Human subject research Narrative inquiry Phenomenology Pragmatism Scientific method Methods Analysis Case study Content analysis Descriptive statistics Discourse analysis Ethnography Autoethnography Experiment Field experiment Social experiment Quasi-experiment Field research Historical method Inferential statistics Interviews Mapping Cultural mapping Phenomenography Secondary research Bibliometrics Literature review Meta-analysis Scoping review Systematic review Scientific modelling Simulation Survey Tools and software Argument technology GIS software LIS software Bibliometrics Reference management Science software Qualitative data analysis Simulation Statistics Philosophy portalvte Quantitative research is a research strategy that focuses on quantifying the collection and analysis of data.[1] It is formed from a deductive approach where emphasis is placed on the testing of theory, shaped by empiricist and positivist philosophies.[1] Associated with the natural, applied, formal, and social sciences this research strategy promotes the objective empirical investigation of observable phenomena to test and understand relationships. This is done through a range of quantifying methods and techniques, reflecting on its broad utilization as a research strategy across differing academic disciplines.[2][3][4] There are several situations where quantitative research may not be the most appropriate or effective method to use: 1. When exploring in-depth or complex topics. 2. When studying subjective experiences and personal opinions. 3. When conducting exploratory research. 4. When studying sensitive or controversial topics The objective of quantitative research is to develop and employ mathematical models, theories, and hypotheses pertaining to phenomena. The process of measurement is central to quantitative research because it provides the fundamental connection between empirical observation and mathematical expression of quantitative relationships. Quantitative data is any data that is in numerical form such as statistics, percentages, etc.[4] The researcher analyses the data with the help of statistics and hopes the numbers will yield an unbiased result that can be generalized to some larger population. Qualitative research, on the other hand, inquires deeply into specific experiences, with the intention of describing and exploring meaning through text, narrative, or visual-based data, by developing themes exclusive to that set of participants.[5] Quantitative research is widely used in psychology, economics, demography, sociology, marketing, community health, health & human development, gender studies, and political science; and less frequently in anthropology and history. Research in mathematical sciences, such as physics, is also "quantitative" by definition, though this use of the term differs in context. In the social sciences, the term relates to empirical methods originating in both philosophical positivism and the history of statistics, in contrast with qualitative research methods. Qualitative research produces information only on the particular cases studied, and any more general conclusions are only hypotheses. Quantitative methods can be used to verify which of such hypotheses are true. A comprehensive analysis of 1274 articles published in the top two American sociology journals between 1935 and 2005 found that roughly two-thirds of these articles used quantitative method.[6] Quantitative research is generally closely affiliated with ideas from 'the scientific method', which can include: The generation of models, theories and hypotheses The development of instruments and methods for measurement Experimental control and manipulation of variables Collection of empirical data Modeling and analysis of data Quantitative research is often contrasted with qualitative research, which purports to be focused more on discovering underlying meanings and patterns of relationships, including classifications of types of phenomena and entities, in a manner that does not involve mathematical models.[7] Approaches to quantitative psychology were first modeled on quantitative approaches in the physical sciences by Gustav Fechner in his work on psychophysics, which built on the work of Ernst Heinrich Weber. Although a distinction is commonly drawn between qualitative and quantitative aspects of scientific investigation, it has been argued that the two go hand in hand. For example, based on analysis of the history of science, Kuhn concludes that "large amounts of qualitative work have usually been prerequisite to fruitful quantification in the physical sciences".[8] Qualitative research is often used to gain a general sense of phenomena and to form theories that can be tested using further quantitative research. For instance, in the social sciences qualitative research methods are often used to gain better understanding of such things as intentionality (from the speech response of the researchee) and meaning (why did this person/group say something and what did it mean to them?) (Kieron Yeoman). Although quantitative investigation of the world has existed since people first began to record events or objects that had been counted, the modern idea of quantitative processes have their roots in Auguste Comte's positivist framework.[9] Positivism emphasized the use of the scientific method through observation to empirically test hypotheses explaining and predicting what, where, why, how, and when phenomena occurred. Positivist scholars like Comte believed only scientific methods rather than previous spiritual explanations for human behavior could advance. Quantitative methods are an integral component of the five angles of analysis fostered by the data percolation methodology,[10] which also includes qualitative methods, reviews of the literature (including scholarly), interviews with experts and computer simulation, and which forms an extension of data triangulation. Quantitative methods have limitations. These studies do not provide reasoning behind participants' responses, they often do not reach underrepresented populations, and they may span long periods in order to collect the data.[11] Statistics is the most widely used branch of mathematics in quantitative research outside of the physical sciences, and also finds applications within the physical sciences, such as in statistical mechanics. Statistical methods are used extensively within fields such as economics, social sciences and biology. Quantitative research using statistical methods starts with the collection of data, based on the hypothesis or theory. Usually a big sample of data is collected – this would require verification, validation and recording before the analysis can take place. Software packages such as SPSS and R are typically used for this purpose. Causal relationships are studied by manipulating factors thought to influence the phenomena of interest while controlling other variables relevant to the experimental outcomes. In the field of health, for example, researchers might measure and study the relationship between dietary intake and measurable physiological effects such as weight loss, controlling for other key variables such as exercise. Quantitatively based opinion surveys are widely used in the media, with statistics such as the proportion of respondents in favor of a position commonly reported. In opinion surveys, respondents are asked a set of structured questions and their responses are tabulated. In the field of climate science, researchers compile and compare statistics such as temperature or atmospheric concentrations of carbon dioxide. Empirical relationships and associations are also frequently studied by using some form of general linear model, non-linear model, or by using factor analysis. A fundamental principle in quantitative research is that correlation does not imply causation, although some such as Clive Granger suggest that a series of correlations can imply a degree of causality. This principle follows from the fact that it is always possible a spurious relationship exists for variables between which covariance is found in some degree. Associations may be examined between any combination of continuous and categorical variables using methods of statistics. Other data analytical approaches for studying causal relations can be performed with Necessary Condition Analysis (NCA), which outlines must-have conditions for the studied outcome variable. Views regarding the role of measurement in quantitative research are somewhat divergent. Measurement is often regarded as being only a means by which observations are expressed numerically in order to investigate causal relations or associations. However, it has been argued that measurement often plays a more important role in quantitative research.[12] For example, Kuhn argued that within quantitative research, the results that are shown can prove to be strange. This is because accepting a theory based on results of quantitative data could prove to be a natural phenomenon. He argued that such abnormalities are interesting when done during the process of obtaining data, as seen below: When measurement departs from theory, it is likely to yield mere numbers, and their very neutrality makes them particularly sterile as a source of remedial suggestions. But numbers register the departure from theory with an authority and finesse that no qualitative technique can duplicate, and that departure is often enough to start a search (Kuhn, 1961, p. 180). In classical physics, the theory and definitions which underpin measurement are generally deterministic in nature. In contrast, probabilistic measurement models known as the Rasch model and Item response theory models are generally employed in the social sciences. Psychometrics is the field of study concerned with the theory and technique for measuring social and psychological attributes and phenomena. This field is central to much quantitative research that is undertaken within the social sciences. Quantitative research may involve the use of proxies as stand-ins for other quantities that cannot be directly measured. Tree-ring width, for example, is considered a reliable proxy of ambient environmental conditions such as the warmth of growing seasons or amount of rainfall. Although scientists cannot directly measure the temperature of past years, tree-ring width and other climate proxies have been used to provide a semi-quantitative record of average temperature in the Northern Hemisphere back to 1000 A.D. When used in this way, the proxy record (tree ring width, say) only reconstructs a certain amount of the variance of the original record. The proxy may be calibrated (for example, during the period of the instrumental record) to determine how much variation is captured, including whether both short and long term variation is revealed. In the case of tree-ring width, different species in different places may show more or less sensitivity to, say, rainfall or temperature: when reconstructing a temperature record there is considerable skill in selecting proxies that are well correlated with the desired variable.[13] Further information: Qualitative research In most physical and biological sciences, the use of either quantitative or qualitative methods is uncontroversial, and each is used when appropriate. In the social sciences, particularly in sociology, social anthropology and psychology, the use of one or other type of method can be a matter of controversy and even ideology, with particular schools of thought within each discipline favouring one type of method and pouring scorn on to the other. The majority tendency throughout the history of social science, however, is to use eclectic approaches-by combining both methods. Qualitative methods might be used to understand the meaning of the conclusions produced by quantitative methods. Using quantitative methods, it is possible to give precise and testable expression to qualitative ideas. This combination of quantitative and qualitative data gathering is often referred to as mixed-methods research.[14] Research that consists of the percentage amounts of all the elements that make up Earth's atmosphere. Survey that concludes that the average patient has to wait two hours in the waiting room of a certain doctor before being selected. An experiment in which group x was given two tablets of aspirin a day and group y was given two tablets of a placebo a day where each participant is randomly assigned to one or other of the groups. The numerical factors such as two tablets, percent of elements and the time of waiting make the situations and results quantitative. In economics, quantitative research is used to analyze business enterprises and the factors contributing to the diversity of organizational structures and the relationships of firms with labour, capital and product markets.[15] Antipositivism Case study research Econometrics Falsifiability Market research Positivism Qualitative research Quantitative marketing research Quantitative psychology Quantification (science) Observational study Sociological positivism Statistical survey Statistics Library resources about Quantitative research Resources in your library Resources in other libraries ^ a b Bryman, Alan (2012). Social research methods (4th ed.). Oxford: Oxford University Press. ISBN 978-0-19-958805-3. OCLC 751832004. ^ Babbie, Earl R. (2010). The practice of social research (12th ed.). Belmont, Calif: Wadsworth Cengage. ISBN 978-0-495-59841-1. OCLC 317075477. ^ Muijs, Daniel (29 December 2010). Doing quantitative research in education with SPSS (2nd ed.). Los Angeles. ISBN 978-1-84920-323-4. OCLC 656776067.{{cite book}}: CS1 maint: location missing publisher (link) ^ a b Given, Lisa M. (2008). The SAGE Encyclopedia of Qualitative Research Methods. Los Angeles: SAGE Publications. ISBN 978-1-4129-4163-1. ^ Corrine, Glesne (2011). Becoming Qualitative Researchers: An Introduction (4th ed.). Boston: Pearson. ISBN 978-0137047970. OCLC 464594493. ^ Hunter, Laura; Leahey, Erin (2008). "Collaborative Research in Sociology: Trends and Contributing Factors". The American Sociologist. 39 (4): 290–306. doi:10.1007/s12108-008-9042-1. ^ Massachusetts Institute of Technology, MIT OpenCourseWare. 11.201 Gateway to the Profession of Planning, Fall 2010. p. 4. ^ Kuhn, Thomas S. (1961). "The Function of Measurement in Modern Physical Science". Isis. 52 (2): 161–193 (162). doi:10.1086/349468. JSTOR 228678. ^ Kasim, R.; Alexander, K.; Hudson, J. (2010). A choice of research strategy for identifying community-based action skill requirements in the process of delivering housing market renewal (masters). Research Institute for the Built and Human Environment, University of Salford, UK. ^ Mesly, Olivier (2015). Creating Models in Psychological Research. United States: Springer Psychology: 126 pages. ISBN 978-3-319-15752-8 ^ Goertzen, Melissa J. (2017). "Introduction to Quantitative Research and Data". Library Technology Reports. 53 (4): 12–18. ISSN 0024-2586. ^ Moballeghi, M. & Moghaddam, G.G. (2008). "How Do We Measure Use of Scientific Journals? A Note on Research Methodologies". Scientometrics. 76 (1): 125–133. doi:10.1007/s11192-007-1901-y. ^ Briffa, Keith R.; Osborn, Timothy J.; Schweingruber, Fritz H.; Harris, Ian C.; Jones, Philip D.; Shiyatov, Stepan G.; Vaganov, Eugene A. (2001). "Low-frequency temperature variations from a northern tree ring density network" (PDF). Journal of Geophysical Research. 106 (D3): 2929–2941. Bibcode:2001JGR...106.2929B. doi:10.1029/2000JD900617. ^ Diriwächter, R. & Valsiner, J. (January 2006) Qualitative Developmental Research Methods in Their Historical and Epistemological Contexts. FQS. Vol 7, No. 1, Art. 8 ^ Moschandreas, Maria (2000). Business Economics, 2nd Edition, Thompson Learning, Description and chapter-preview links. Retrieved from "