

Nombre de alumno: Sergio Antonio Rincón Oseguera

Nombre del profesor: Lic. Antonio Galera Pérez

Nombre del trabajo: Mapa Conceptual: Métodos Cualitativos y
Métodos Cuantitativos

Materia: Investigación en Psicología

Grado: Tercer Cuatrimestre

Grupo: Único

Licenciatura: Psicología General

Método Cualitativo

El método cualitativo es un método científico empleado en diferentes disciplinas, especialmente en las ciencias sociales, como la antropología o la sociología.

La investigación cualitativa busca adquirir información en profundidad para poder comprender el comportamiento humano y las razones que gobiernan tal comportamiento.

El método cualitativo investiga los ¿por qué? y los ¿cómo?, no sólo los ¿qué? ¿dónde? y ¿cuándo?. Por esto mismo, en el método cualitativo se utilizan muestras pequeñas, más enfocadas a un tema en particular.

El método cualitativo produce información sólo en los casos particulares que estudia, por lo que es difícil generalizar, sólo se puede hacer mediante hipótesis.

Una de las principales diferencias entre la investigación cualitativa y la investigación cuantitativa, es que la cualitativa busca explicar las razones de los diferentes aspectos del comportamiento humano mientras que la cuantitativa busca probar mediante datos numéricos que esas hipótesis pueden llegar a ser ciertas.

El método es

Recurre a

Su lugar de estudio es

Interpretativo. Analiza el lenguaje (escrito, hablado, gestual o visual), los términos del discurso, los comportamientos, las representaciones simbólicas y las cualidades de los procesos de intercambio.

Diversos métodos, por lo cual se considera "multimétodo" y plural. Los métodos elegidos responden a diseños específicos según los fenómenos a estudiar. Pueden abarcar modelos de interacción y participación o modelos humanísticos tradicionales.

El contexto natural del fenómeno a estudiar, lo que puede implicar el desplazamiento del sujeto investigador. Comprende la importancia de analizar los fenómenos en su contexto natural, en el cual tienen lugar el universo de representaciones simbólicas que mueven a sus agentes.

Estudia la especificidad de situaciones particulares, descifrando el significado último atribuido por sus agentes participantes.

Entraña el riesgo de verse interferida por los prejuicios o juicios de valor que porte el investigador.

PASIÓN POR EDUCAR

Método Cuantitativo

El Método Cuantitativo es un procedimiento basado en la investigación empírico-analista.

Esto significa que basa sus estudios en números estadísticos para dar respuesta a unas causas concretas y a sus posibles efectos.

El objetivo de la investigación cuantitativa es obtener respuestas de la sociedad a ciertas preguntas muy concretas.

Su propósito empresarial sería tomar las decisiones más efectivas a la hora de alcanzar los objetivos que se persigan. Por ejemplo, cuando una empresa lanza un producto, su finalidad es tener éxito mediante su posicionamiento de mercado.

Como ya hemos explicado, el Método Cuantitativo se basa en números y estadísticas. Es este sentido, los estudios de probabilidad son su forma de analizar cada situación que se plantea.

Los procedimientos del Método Cuantitativo intentan responder a preguntas como: 'Por qué', 'cuánto', 'dónde', etc.

De esta manera

Los resultados serán más exactos. Asimismo, los trabajadores responsables de una investigación suelen ser agentes externos al tema a tratar. Por lo que solo se centran en números desde una perspectiva objetiva. Las herramientas que se utilizan en este tipo de investigaciones también son increíblemente importantes. Pueden ser desde cuestionarios, hasta encuestas, mediciones u otras técnicas de recolección de datos numéricos o cuantificables. En general, en el Método Cuantitativo esta información suele estar representada en tablas. También hay que tener en cuenta la cantidad de tipos de métodos que existen.

A veces hay métodos y técnicas más eficaces que otros para dar respuesta a estas preguntas.

Sus técnicas más utilizadas son:

- ψ Entrevistas personales: Se realizan en persona y se suelen aplicar a un muestreo de población como familias, empresas u otro tipo de organizaciones y personas.
- ψ Encuestas telefónicas: Son parecidas a las entrevistas personales. Solo que es importante dirigirse con precisión al perfil bien definido del informante.
- ψ Encuestas auto-administradas por correo: Compuestas por formularios largos y complejos orientados generalmente a públicos muy específicos.
- ψ Encuestas autoadministradas por internet: Formadas por bases de datos online con emails y un link que lleva a una encuesta.
- ψ Mystery shopping: Una persona se hace pasar por un comprador y va validando una serie de puntos de calidad. Normalmente se utiliza para comprobar si se están siguiendo las normas establecidas por una organización o empresa.