

# UDS

## UNIDAD IV

ANÁLISIS, INTERPRETACIÓN Y  
PRESENTACIÓN DE RESULTADOS

Lic. Brian Eduardo Castro Aviles

---

## **Técnicas para el análisis de datos**

El análisis de datos consiste en la realización de las operaciones a las que el investigador someterá los datos con la finalidad de alcanzar los objetivos del estudio. Todas estas operaciones no pueden definirse de antemano de manera rígida. La recolección de datos y ciertos análisis preliminares pueden revelar problemas y dificultades que desactualizarán la planificación inicial del análisis de los datos. Sin embargo, es importante planificar los principales aspectos del plan de análisis en función de la verificación de cada una de las hipótesis formuladas ya que estas definiciones condicionarán a su vez la fase de recolección de datos.

### **Definición de estadística.**

La mayor parte de las palabras tienen varios significados. La palabra “Estadística” no es una excepción. En el lenguaje común, la palabra se emplea para denotar un conjunto de calificaciones o de números, por ejemplo: una persona puede preguntar “¿has visto las últimas estadísticas acerca del desempleo?”. El comentarista de deportes puede decir “estas son las estadísticas para la primera mitad del partido”, o “¿has leído las estadísticas de accidentes en carreteras durante las vacaciones?”. El término estadística empleado así significa más que datos numéricos y no debe confundirse con la misma palabra empleada en este fascículo.

El término “estadística” también se emplea para designar un área de estudio: una disciplina. Como área de estudio, la Estadística proporciona los métodos que ayudan a resolver los problemas correspondientes, para ello es necesario conocer los conceptos básicos que conforman los contenidos de esta materia tales como:

- a) Población.
- b) Muestra.
- c) Variable de Estudio.
- d) Datos u observaciones.
- e) Parámetros.
- f) Estadígrafos o Estadísticos

## **El trabajo de campo**

también se refiere al tipo de trabajo que se debe hacer en terreno, o sea, donde el trabajador debe transportarse hacia un lugar que no es su lugar habitual o fuera de su oficina. Esto generalmente se aplica en el ámbito de la ingeniería, arquitectura o en el ámbito de las ciencias sociales. En la investigación de mercados, el trabajo de campo forma parte de la recolección de los datos necesarios para identificar la percepción que el público objetivo tiene del producto.

Un trabajo de campo que forma parte de una investigación también es conocido como Investigación de campo y consiste en la observación fuera del laboratorio o estudio del ambiente donde se genera la hipótesis. En este sentido, la importancia del trabajo de campo radica en la identificación de la teoría en el lugar donde se desenvuelve el fenómeno estudiado. De esta manera se recoge la información necesaria para la comprobación o generación de hipótesis.

### **Tipos de trabajo de campo**

Los tipos de investigación de campo dependerá del área de investigación.

De esta manera, están los trabajos de campo en antropología cultural donde el investigador debe pasar largos períodos con la cultura estudiada para familiarizarse con el entorno y recoger los datos necesarios.

Los trabajos de campo en salud, por ejemplo, requieren de la visita a lugares donde la enfermedad o la cura esté presente.

Finalmente, los trabajos de campo en geología implican la visita al hábitat natural donde se generen o se encuentren los minerales o rocas estudiadas.

### **Descripción de resultados**

En el deporte, se denomina resultado al saldo que arroja una competencia y que supone, al final de la misma, la determinación del ganador. Si en un partido de fútbol el equipo A marca tres goles y el equipo B sólo un gol, el resultado será 3 a 1 a favor del equipo A. Cabe destacar que, antes del resultado final, pudo haber distintos resultados parciales. Retomando el ejemplo, el encuentro comienza 0 a 0. Si el equipo A anota el primer el gol, el resultado parcial pasará a ser 1 a 0 a su favor. Así el resultado se va modificando sucesivamente hasta que termina el tiempo de juego y se llega al resultado final.

Si bien los deportes se basan en una serie de reglas que deben ser cumplidas de forma estricta para que un determinado encuentro sea considerado válido, el resultado de un partido no siempre es justo, ya que la presencia de árbitros y jueces puede influir subjetivamente en el puntaje final. Incluso en las disciplinas más técnicas, como ser el patinaje sobre hielo, donde se miden milimétricamente los movimientos de los participantes, no existe una única valoración aceptable, ya que cada juez observa la exhibición desde su propia perspectiva, con sus

conocimientos, con sus expectativas, y también puede permitir que su estado de ánimo afecte positiva o negativamente su trabajo.

### **Conclusiones**

Al finalizar la aplicación de los instrumentos de recopilación de datos, deberán reunirse y en base a ellos se realizará el análisis de datos y se generarán las conclusiones.

### **Recomendaciones**

Un buen informe de investigaciones es el resultado de un procedimiento que implica en términos generales las actividades:

- Revisión y clasificación de los datos recopilados, eliminar información inútil.
- Se debe revisar el esquema o guion del trabajo con el fin de integrar un índice tentativo para iniciar la redacción del escritor.
- El investigador debe organizar todo el material, fuente de consulta e instrumentos de trabajo necesarios para llevar a cabo la redacción del informe.

### **Preparación del reporte y presentación de la investigación de mercados**

La importancia del reporte y presentación es el informe del producto tangible de la investigación, el informe y la presentación oral guían las decisiones administrativas, el contacto de los gerentes de marketing se reduce al informe escrito y a la presentación oral, por lo tanto el proyecto de IM es evaluado únicamente por estos aspectos, La decisión de la dirección de realizar otros estudios depende de la utilidad percibida del informe de investigaciones.

### **Proceso de preparación**

- Definición del problema, método o diseño de la investigación y trabajo de campo
- Análisis de datos
- Interpretación, conclusiones y recomendaciones
- Presentación oral
- Lectura del informe por parte del cliente
- Seguimiento de la investigación

## Preparación del informe

<b>Aspectos formales</b>	Portada Carta de entrega Carta de autorización Índice Lista de tablas Lista de gráficas Lista de apéndices
<b>Resumen ejecutivo</b>	a) Principales resultados b) Conclusiones c) Recomendaciones
<b>Definición del problema</b>	a) Antecedentes del problema b) Establecimiento del problema
<b>Planteamiento del problema</b>	
<b>Diseño de la investigación</b>	a) Tipo de diseño b) Necesidades de información c) Recopilación de datos de fuentes secundarias d) Recopilación de datos de fuentes primarias e) Técnicas de elaboración de escalas f) Elaboración y prueba del cuestionario g) Técnicas de muestreo h) Trabajo de campo
<b>Análisis de datos</b>	a) Metodología b) Plan de análisis de datos
<b>Resultados</b>	
<b>Limitaciones y advertencias</b>	
<b>Conclusiones y recomendaciones</b>	
<b>Anexos</b>	a) Cuestionarios y formas b) Resultados estadísticos c) Listas

## Redacción al informe



### LECTORES

- Se debe tomar en cuenta los conocimientos técnicos de los lectores y su interés en el proyecto, así como las circunstancias en las que leerán el informe y los usos que le darán.
- Evitar el lenguaje técnico, se recomienda usar frases explicativas, si no se puede evitar algunos tecnicismos es preciso definirlos brevemente en un apéndice.



### LEGIBILIDAD

- El informe debe ser fácil de seguir, debe tener una estructura lógica y estar escrito con claridad.
- El cuerpo del texto, debe seguir una estructura lógica de modo que el lector vea con facilidad las conexiones y vínculos internos.
- Escribir títulos para temas principales y subtítulos para los temas secundarios.



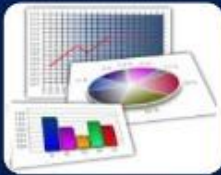
### APARIENCIA PRESENTABLE Y PROFESIONAL

- La apariencia del informe es importante, debe estar reproducido profesionalmente en papel de calidad, mecanografiado y encuadernado.



## OBJETIVIDAD

- El informe debe presentar fielmente la metodología, resultados y conclusiones del proyecto sin alterar los resultados de modo que concuerden con lo que espera la dirección.



## REFUERZO DEL TEXTO CON TABLAS Y GRÁFICAS

- Las tablas y gráficos, mapas e imágenes facilitan la comunicación y contribuyen claridad al informe.



## BREVEDAD

- El informe debe ser conciso y omitir todo lo innecesario.

### Lineamientos para los cuadros de trabajo

**Título y número:** El título debe ser breve pero explicativo de la información que se proporciona. Se deben usar números arábigos para identificar las tablas y poder referirse a ellas en el texto.

**Organización de los datos**

**Bases de las mediciones:** Las bases o unidades de medida deben especificarse claramente.

**Puntos guías, disposición y espacios:** Puntos guías, puntos, guiones se utilizan para guiar la mirada horizontalmente, dan uniformidad al texto y mejoran la legibilidad.

**Explicaciones y comentarios, títulos, entradas y notas al pie:** Las explicaciones y comentarios que aclaran al cuadro se agregan en forma de leyendas, entradas y notas al pie. Las designaciones situadas sobre las columnas verticales se llaman títulos, en tanto que las designaciones situadas en la columna de la izquierda se llaman entradas. Las notas al pie deben anotarse antes de la fuente.

**Fuentes de los datos:** Si los datos contenidos en la tabla son secundarios, se debe citar la fuente.

## Bibliografía

<https://www.slideshare.net/mdelriomejia/mercados-tema-preparacin-y-presentacin-del-informe>

<https://sites.google.com/site/tecninvestigacionsocial/temas-y-contenidos/tema-1-la-investigacion-social/fases-de-la-investigacion-social/analisis-e-interpretacion-de-resultados>

[http://catarina.udlap.mx/u\\_dl\\_a/tales/documentos/lec/switek\\_ma/capitulo7.pdf](http://catarina.udlap.mx/u_dl_a/tales/documentos/lec/switek_ma/capitulo7.pdf)

[http://casua.contad.unam.mx/apuntes/interiores/docs/98/opt/admon\\_ventas.pdf](http://casua.contad.unam.mx/apuntes/interiores/docs/98/opt/admon_ventas.pdf)

**Puse imagen para que se entienda mas sobre el proceso**

