**Investigación cuantitativa. Qué es y cómo realizarla**



La **investigación cuantitativa** consiste en recolectar y analizar datos numéricos. Este método es ideal para identificar tendencias y promedios, realizar predicciones, comprobar relaciones y obtener resultados generales de poblaciones grandes.

Este método se utiliza ampliamente en las ciencias naturales y sociales: biología, química, psicología, economía, sociología, marketing, etc.

En este artículo tenemos para ti los diferentes tipos de investigación cuantitativa, consejos para aplicar este método y los beneficios de ejecutarla. Comencemos a definir detalladamente este concepto.

**¿Qué es la investigación cuantitativa?**

La investigación cuantitativa es un método estructurado de recopilación y análisis de información que se obtiene a través de diversas fuentes. Este proceso se lleva a cabo con el uso de herramientas estadísticas y matemáticas con el propósito de cuantificar el problema de investigación.

En cuanto a su uso en las empresas, la investigación cuantitativa puede ayudar a la mejora de productos y servicios o en la toma de decisiones exactas e informadas que ayuden a conseguir los objetivos establecidos.

De manera general, se trata de pedirle a las personas que den su opinión de manera estructurada para que puedas producir datos y estadísticas concretas que te guíen y de esta manera, obtengas resultados estadísticos confiables.

Para llevarla a cabo, es importante que encuentres a una gran cantidad de personas y te asegures de que son una [muestra representativa](https://www.questionpro.com/blog/es/muestra-representativa-para-investigacion/) de tu mercado objetivo.

**Características de la investigación cuantitativa**

La investigación cuantitativa busca medir un fenómeno, cuantificar, expresar en cifras, los parámetros estudiados en una población.

Estas cifras pueden ser resultados descriptivos o comparativos, o pueden ser objeto de análisis estadísticos para establecer si existen vínculos significativos entre determinados parámetros estudiados.

Entre las principales [características de la investigación cuantitativa](https://www.questionpro.com/blog/es/caracteristicas-de-la-investigacion-cuantitativa/) se encuentran las siguientes:

* Busca interpretar la información, se basa en el uso de números y cifras
* Las preguntas clave de este método son:  ¿Cuántos?, ¿Quién?, ¿Qué cantidad?, o ¿En qué medida?
* Es un método de investigación descriptivo
* Su objetivo radica en analizar el comportamiento de la población
* Los resultados pueden usarse en situaciones generales
* Estudia el comportamiento de su muestra
* Trabaja en el sistema de estímulo y respuesta

**Tipos de datos cuantitativos**

Los tipos de [datos cuantitativos](https://www.questionpro.com/es/datos-cuantitativos.html) más comunes son los siguientes:

**Recuento que equivale a entidades**. Por ejemplo, el número de personas que se descargan una determinada aplicación de la App Store.

**Medición de objetos físicos**: Cálculo de la medida de cualquier cosa física. Por ejemplo, medir cuidadosamente el tamaño de un cubículo asignado a los empleados recién incorporados.

**Cálculo sensorial**: Mecanismo para «sentir» de forma natural los parámetros medidos para crear una fuente de información constante. Por ejemplo, una cámara digital convierte la información electromagnética en una cadena de datos numéricos.

**Proyección de datos**: La proyección de datos en el futuro puede realizarse mediante algoritmos y otras herramientas de análisis matemático. Por ejemplo, un comercializador predice el aumento de las ventas tras el lanzamiento de un nuevo producto con un análisis exhaustivo.

**Cuantificación de entidades cualitativas**: Identificar números en la información cualitativa. Por ejemplo, pedir a los encuestados de una encuesta en línea que compartan la probabilidad de recomendación en una escala de 0 a 10.

Conoce más de los [tipos de datos cuantitativos](https://www.questionpro.com/blog/es/tipos-de-datos-cuantitativos/).

**Ventajas de la investigación cuantitativa**

La investigación cuantitativa tiene grandes ventajas. A continuación, te mencionamos cada una de ellas:

* El estudio se puede reproducir en otros entornos culturales, épocas o con diferentes grupos de participantes. Los resultados se pueden comparar estadísticamente.
* La aplicación de estándares bien establecidos significa que la investigación cuantitativa se puede replicar, luego analizar y comparar con estudios similares.
* Los datos de muestras grandes se pueden procesar y analizar mediante procedimientos confiables y consistentes a través del análisis de datos cuantitativos.
* El uso de procedimientos de prueba de hipótesis formalizados y establecidos significa que debe considerar e informar cuidadosamente las variables de investigación, las predicciones, la recopilación de datos y los métodos de prueba antes de llegar a una conclusión.
* Ayuda a realizar un estudio más amplio, involucrando a un mayor número de sujetos y potencializando la generalización de los resultados.
* Permite realizar un análisis de datos objetivo y preciso. Además, los [métodos de investigación cuantitativa](https://www.questionpro.com/blog/es/metodos-de-investigacion-cualitativa-y-cuantitativa/) están diseñados para ofrecer informes que apoyen de forma general el fenómeno en estudio.



**Importancia de realizar una investigación cuantitativa**

La investigación es un proceso necesario que debe llevarse a cabo antes de realizar las tareas clave de marketing, como preparar un plan, hacer un [análisis FODA](https://www.questionpro.com/blog/es/analisis-foda/), desarrollar productos, hacer branding y fijar precios.

La investigación de mercados cuantitativa debe orientarse a tu estrategia de marketing online, desde el diseño de tu sitio web, newsletters, el posicionamiento SEO y las redes sociales.

Las [encuestas online](https://www.questionpro.com/es/) son una forma de hacer investigación de mercado cuantitativa. Las preguntas de la encuesta deben plantearse cuidadosamente para que los resultados proporcionen datos significativos.

No te limites a preguntar si la gente conoce tu negocio, pregunta con qué frecuencia lo visitan, qué productos compran y a dónde van a comprar los mismos productos y por qué.

**Tipos de investigación cuantitativa**

La investigación cuantitativa se puede llevar a cabo realizando los siguientes métodos de investigación. Aquí los [tipos de investigación cuantitativa](https://www.questionpro.com/blog/es/tipos-de-investigacion-cuantitativa/) para que elijas el que mejor se adapte a tu proyecto:

**Método de** [**investigación descriptiva**](https://www.questionpro.com/blog/es/investigacion-descriptiva/)**:** Se realiza previo al análisis de datos con el objetivo de encontrar factores y características importantes del fenómeno de estudio.

La investigación cuantitativa proporciona una descripción y exploración de fenómenos en situaciones y características de la vida real. Se describe la correlación de individuos, situaciones o grupos particulares.

**Método de investigación analítico:** Se eligen las variables y se establecen las hipótesis que definen las muestras de estudio.

**Método de** [**investigación experimental**](https://www.questionpro.com/blog/es/investigacion-experimental/)**:** En este proceso se divide la muestra de estudio aleatoriamente para su análisis. Este método es utilizado para probar una hipótesis o premisa experimental.

Consiste en un grupo de control no expuesto y el grupo experimental, el cual está expuesto.

**Método de** [**investigación cuasi-experimenta**l](https://www.questionpro.com/blog/es/investigacion-cuasi-experimental/): Se seleccionan los elementos que conforman cada grupo según las características definidas.

La investigación cuantitativa es un estudio que se asemeja a un experimento, pero la asignación aleatoria no tiene importancia en la determinación de quiénes participaron en un nivel específico del proceso.

Técnicas utilizadas para el método cuantitativo

Las [técnicas de investigación cuantitativa](https://www.questionpro.com/blog/es/tecnicas-de-investigacion-cuantitativa/) más utilizadas son:

* [**Entrevistas**](https://www.questionpro.com/blog/es/tecnicas-de-recoleccion-de-datos-entrevista/)**:** Se realizan a una muestra de la población. No debe de durar más de treinta minutos.
* [**Encuestas**](https://www.questionpro.com/es/una-encuesta.html)**:** Pueden ser telefónicas, por correo electrónico con formularios orientados a un público específico o por una página de internet.
* [**Mystery Shopper:**](https://www.questionpro.com/blog/es/estudio-mystery-shopper/) Una persona que finge ser un comprador con el fin de validar una lista de calidad y atención al cliente.

**Pasos para realizar una investigación** cuantitativa

A continuación, tenemos para ti una guía que te ayudará a realizar una investigación cuantitativa adecuadamente.



1. **Establece el objetivo de tu investigación**

El primer paso para realizar una investigación cuantitativa consiste en establecer el objetivo de esta, describir qué es lo que quieres conseguir, qué resultados quieres lograr. Para esto, debes contestar a las siguientes preguntas:

1. ¿Existe un mercado para tus productos y servicios?
2. ¿Qué se sabe sobre tu producto o servicio?
3. ¿Cuántas personas están interesadas en comprar tu producto o servicio?
4. ¿Qué tipo de personas son tus mejores clientes?
5. ¿Cuáles son sus hábitos de compra?
6. ¿Cómo están cambiando las necesidades de tu mercado objetivo?

Conoce más sobre la importancia de contar con un [objetivo de investigación](https://www.questionpro.com/blog/es/que-es-un-objetivo-de-investigacion/).

**2. Diseño del cuestionario**

Las respuestas de una encuesta estructurada suelen ser cerradas, es decir, los encuestados eligen de una selección específica de respuestas y no se les permite cualificar o elaborar su respuesta.

Por ejemplo, el dueño de una tienda de jardinería podría preguntar, “¿Con qué frecuencia compras plantas y productos de jardinería?”, y los encuestados tendrían que elegir entre cinco opciones:

* Nunca
* Una vez al año
* Dos o tres veces al año
* Una vez al mes
* Cada semana



Checa también estos ejemplos de [preguntas cuantitativas](https://www.questionpro.com/blog/es/preguntas-cuantitativas/) para una encuesta.

 Un cuestionario semi estructurado formulará una o dos preguntas donde las respuestas son abiertas.

Al plantearle a muchas personas las mismas preguntas, es posible construir un panorama más claro de cómo se comportan los clientes.

También puedes utilizar la **investigación cuantitativa** para comparar subgrupos de clientes.

Por ejemplo, si diriges un café o restaurante local, probablemente te darás cuenta que estás atendiendo a muchos clientes diferentes, todos con necesidades diferentes. Desde mamás reuniéndose para tomar un café, trabajadores locales yendo a comprar un sandwich, compradores que adquieren tus productos de comercio justo, hasta cocineros apasionados que buscan ingredientes especiales.

Vale la pena utilizar encuestas para recopilar información sobre tus clientes para que puedas analizar los resultados de cada grupo. Asegúrate de hablar con una buena cantidad de diferentes [tipos de consumidores](https://www.questionpro.com/blog/es/tipos-de-consumidores/) para que tengas el panorama más claro.

Si repites tus encuestas periódicamente, puedes observar cómo van cambiando las opiniones y cómo están siendo recibidas tus nuevas iniciativas. Intenta que algunas preguntas sean las mismas para que puedas hacer comparaciones reales con las investigaciones anteriores.

3. Encuesta a tus clientes

Las entrevistas en persona funcionan bien si necesitas explicarle algo o mostrarle algún producto al encuestado. Las encuestas telefónicas también pueden ser muy eficaces, pero puede ser difícil saber cuando las personas tienen tiempo para hablar.

Si vas a enviar [encuestas por correo electrónico,](https://www.questionpro.com/blog/es/encuesta-por-correo-electronico/) es probable que necesites ofrecer un incentivo para convencer a la gente de que se tome el tiempo de responder.

Un buen momento para pedirle a un cliente que responda una encuesta es cuando has terminado de hacer un trabajo para ellos.

Una [encuesta de satisfacción](https://www.questionpro.com/es/encuesta-de-satisfaccion.html) le da a los clientes la oportunidad de señalar cualquier objeción que pudieran tener y también de elogiar un buen trabajo. Puede ser una buena manera de reunir testimonios positivos que puedes utilizar en tu marketing.

Al mismo tiempo, aprovecha la oportunidad para recopilar los datos de contacto y agregar a los clientes a tu lista de correo para que puedas ponerte en contacto con ellos más adelante (asegúrate de obtener su permiso).

4. Analiza los resultados

Recopilar datos es sólo una parte del trabajo de investigación. También tienes que cotejarlos y analizarlos.

Con una encuesta compleja, esto puede ser una tarea especializada para poder extrapolar todos los resultados y examinar a fondo los datos para ver cómo respondieron los diferentes grupos. Sin embargo, una encuesta sencilla puede ser muy eficaz y reveladora, y las pequeñas empresas siempre pueden beneficiarse de preguntarle a sus clientes su opinión.

La investigación cuantitativa es empírica y analítica. Tiene la finalidad de responder preguntas específicas de la muestra de estudio, por lo que se basa en números para comprobar datos concretos.

Se distingue de los otros [métodos de investigación](https://www.questionpro.com/blog/es/metodos-de-investigacion/) por su aplicación en ciencias exactas como matemáticas, física y estadística. Además, es eficaz para las empresas, ya que permite tomar decisiones efectivas para el logro de los objetivos.

Ejemplos de investigación cuantitativa

Algunos ejemplos de investigación cuantitativa son:

Si una organización desea realizar una encuesta, puede recopilar datos cuantitativos y métricas sobre la buena voluntad de la marca u organización en la mente del cliente en función de múltiples parámetros como la calidad del producto, el precio, la experiencia del cliente, etc.

Estos datos pueden recogerse formulando una [pregunta Net Promoter Score,](https://www.questionpro.com/es/pregunta-net-promoter-score.html) [preguntas tipo matriz](https://www.questionpro.com/es/features/pregunta-tipo-matriz/), etc. que proporcionan datos en forma de números que pueden analizarse y trabajarse.

Otro ejemplo de investigación cuantitativa es el de una organización que realiza un evento y recoge las opiniones de los asistentes al mismo que pregunta sobre el valor que ven en él.

Mediante el uso de una encuesta la organización puede recopilar información procesable sobre los [niveles de satisfacción del cliente](https://www.questionpro.com/blog/es/niveles-de-satisfaccion-del-cliente/) durante varias fases del evento, como las ventas, antes y después del evento, la probabilidad de recomendar la organización a sus amigos y colegas, las preferencias de hotel para los futuros eventos y otras cuestiones similares.

Diferencia entre la investigación cuantitativa y cualitativa

[¿Investigación cualitativa o cuantitativa?](https://www.questionpro.com/blog/es/cualitativa-cuantitativa-o-ambas-haz-investigacion-de-mercados/) A continuación, tenemos para ti las principales diferencias entre una y otra:

| **Investigación cuantitativa** | **Investigación cualitativa** |
| --- | --- |
| Se expresa a través de números | Se expresa a través de las palabras |
| Se utiliza para probar y confirmar teorías o hechos sobre un tema. | Se utiliza para formular una hipótesis, para la comprensión de conceptos, pensamiento y experiencias. |
| Los métodos de investigación comunes son experimentos, observaciones registradas como números y encuestas con preguntas cerradas de opción múltiple. | Los métodos de investigación incluyen entrevistas con preguntas abiertas, observaciones descritas en palabras y revisiones de literatura que exploran conceptos y teorías. |
| El análisis de datos es a través de procesos matemáticos y estadísticos | El análisis de datos es a través de resúmenes e interpretaciones. |
| Requiere una muestra de población grande | Requiere una muestra de población pequeña |
| Entre los métodos de recopilación de datos se encuentran las encuestas, entrevistas, sondeos, etc. | Entre los métodos de recopilación de datos se encuentran las entrevistas abiertas, focus group, estudios etnográficos, etc. |

Conclusión

La investigación cuantitativa es una forma estructurada de recoger y analizar datos procedentes de diferentes fuentes. Es concluyente en su propósito, ya que trata de cuantificar el problema y comprender su extensión, buscando resultados que puedan proyectarse a una población mayor.

Las empresas que utilizan la investigación cuantitativa en lugar de la cualitativa suelen tratar de medir la magnitud y buscar resultados estadísticos interpretados objetivamente. Así que si quieres obtener datos cuantitativos que te ayuden a definir la relación estructurada de causa y efecto entre el problema y los factores debes optar por este tipo de investigación.

En **QuestionPro** contamos con un sinfín de herramientas tanto básicas como avanzadas para que puedas comenzar a realizar tu propia investigación cuantitativa de manera completa: desde crear tu cuestionario online, el envío a través de diversos métodos, el uso de lógicas para guiar al encuestado por las preguntas que deben responder, hasta el servicio de muestra para tener el segmento de audiencia que quieras que te responda.

Puedes comenzar con una prueba gratuita o solicitar una demostración para conocer nuestras licencias más avanzadas. ¡No te arrepentirás!