

2. INSTRUMENTOS Y PARÁMETROS DE APRECIACIÓN CUALITATIVA Y CUANTITATIVA

Autor: Dr. Leonardo Ordinez

2.1. INTRODUCCIÓN

En este apartado, se presentarán lineamientos generales para un análisis estadístico sobre los resultados de los relevamientos realizados por los Gestores y Gestoras. Lo aquí propuesto deben considerarse estrategias de aproximación a un análisis numérico de los relevamientos. No obstante, para el caso particular de cada relevamiento, se recomienda fuertemente ampliar el estudio objetivo con los aspectos subjetivos recolectados y percibidos por el gestor o la gestora.

El modelo de instrumento de recolección de datos, el cual es mayormente cerrado, aunque admite algunas respuestas abiertas, favorece la definición de indicadores. Como tales, los mismos serán contruidos a partir de variables o relaciones entre variables, conformando una estructura jerárquica. Estos indicadores, en principio, podrán ser de dos tipos bien diferenciados.

En primer lugar, se tiene un nivel de indicadores micro, que reflejan aspectos propios de la empresa en forma individual y aislada, sin contemplar otras empresas. Estos indicadores serán el reflejo en formato numérico de las respuestas recolectadas para esa empresa en forma individual.

En segundo lugar, un conjunto de indicadores macro, los cuales serán útiles a nivel de toma de decisión política sobre el rumbo y las acciones a desarrollar para los sectores productivo, académico y estatal, en términos generales. Esto es, los indicadores macro se conformarán a partir de todos los relevamientos hechos al momento.

2.1.1. Variables

Como se puede apreciar del instrumento de relevamiento, la mayoría de las variables que surgen del mismo se enmarcan en el tipo variable cualitativa. A la vez, se identifican claramente los dos subgrupos propios de esta categoría, las cuales son nominales y ordinales.

Las variables nominales son todas aquellas dadas por preguntas de opción múltiple en cuyas respuestas no subyace algún aspecto de evolución, orden o progresión.

Por otro lado, las variables ordinales son aquellas en las que claramente se advierte algún tipo de progresión en sus respuestas o niveles crecientes / decrecientes.

Finalmente, las variables latentes se conforman con otras variables nominales y/u ordinales. Por ejemplo, aquellas que componen las preguntas del "¿A través de qué medio ...?" o "En el futuro próximo, ¿cuál de estas tecnologías...?", representan la dimensión transversal de madurez tecnológica.

2.2. ANÁLISIS MICRO

El análisis micro tiene como objetivo brindarle al gestor y la gestora herramientas numéricas para la elaboración de su diagnóstico de la empresa. El propósito es de asistencia a una tarea que tiene un fuerte componente subjetivo dado por la experiencia recogida en la realización del relevamiento y en el bagaje propio y antecedentes del gestor o gestora.

En una primera aproximación se sugiere un trabajo por eje o dimensión. Esto es, realizar un abordaje por cada uno de los nueve ejes de preguntas que componen el instrumento de relevamiento. De esta manera, se propone la construcción de índices de cada dimensión que permitan cuantificar numéricamente y transparentar aquello recogido por el gestor o gestora. En este caso, las preguntas a seleccionar deberían representar variables ordinales y su composición mostrarse en una forma de media aritmética. Ejemplos de estas preguntas son: "¿Conoce los beneficios que pueden ofrecer las tecnologías digitales a su empresa?" o "Considerando la tecnología señalada para su uso en el futuro cercano en la pregunta anterior, indique las acciones que están siendo tomadas por su empresa.". Del mismo modo, podrían considerarse en el mismo sentido que antes las preguntas que abordan ámbitos geográficos, esto es, local, provincial, regional, nacional o internacional.

Un segundo nivel de aproximación tiene que ver con relacionar variables de distintos ejes. En este punto surgen algunas variables latentes como el ámbito geográfico de vinculación de la empresa o su nivel de madurez.

2.3. ANÁLISIS MACRO

Como se mencionó anteriormente, este tipo de análisis pretende asistir a tomadores de decisión, sobre todo del ámbito político o empresarial, a definir estrategias en función de la situación actual de todas las empresas sobre las que se haya realizado el relevamiento. En este caso, en primer lugar, se tiene un análisis descriptivo de la situación. Mientras que, en segundo, se plantea un análisis inferencial.

2.3.1. Análisis Descriptivo

Este análisis está caracterizado por la representación de las variables en términos de frecuencias, dispersiones, medias, modas y demás medidas estadísticas. También es posible aquí, extrapolar las variables latentes individuales al caso general.

2.3.2. Análisis Inferencial

Este análisis pretende brindar a los y las tomadoras de decisión, herramientas predictivas que les sirvan a fin de plantear escenarios futuros de acción. Las técnicas propuestas en este caso son: de agrupamiento, por ejemplo, K-Vecinos más Cercanos; o de Regresión, como la Regresión Logística y la Regresión Logística Multinomial.