| PROGRAMA DE FORMACIÓN | Procesamiento de información de mercados |
| --- | --- |

| COMPETENCIA | 260101066 - Encuestar personas según técnica de recolección y manual de encuestador | RESULTADOS DE APRENDIZAJE | 260101066-02 Alistar instrumentos de recolección de información según tipo de investigación. |
| --- | --- | --- | --- |

| NÚMERO DEL COMPONENTE FORMATIVO | CF2 |
| --- | --- |
| NOMBRE DEL COMPONENTE FORMATIVO | Instrumentos de recolección de datos |
| BREVE DESCRIPCIÓN | Los instrumentos de recolección de datos posibilitan el desarrollo investigativo de las organizaciones y el cumplimiento de sus objetivos.  En este componente formativo se presentan los elementos para diseñar y alistar instrumentos de recolección de información, así como la puesta en práctica de estos. |
| PALABRAS CLAVE | Investigación, documentos, recolección, encuestado, información. |

| ÁREA OCUPACIONAL | VENTAS Y SERVICIOS |
| --- | --- |
| IDIOMA | Español |

# **TABLA DE CONTENIDOS**

**1. Diseño de instrumentos**

1.1 Componentes del instrumento de recolección

1.2 Tipos de investigación

1.3 Tipos de preguntas

1.4 Muestra de recolección

**2. Alistar documentos**

2.1 Tipos de documentos

2.2 Instrumentos de recolección

2.3 Perfil del encuestado

2.4 Capacitación del encuestador

2.5 Planificación de la recolección de información

**INTRODUCCIÓN**

| Cuadro de texto |
| --- |
| En este espacio formativo ahondaremos en la competencia de aprendizaje orientada a **Encuestar personas según técnicas de recolección y el manual de encuestador**, a partir de la cual es posible identificar el **diseño de instrumentos de recolección de datos** y **alistar documentos para los mismos**.  Las empresas deben encontrar estrategias que les permitan responder a los movimientos del mercado, para ello resulta indispensable desarrollar un proceso investigativo que facilite dichas acciones. Los estudios de mercado son los encargados de llevar a cabo este proceso, haciendo uso de instrumentos de recolección periódica para ser asertivos a los requerimientos del consumidor según las políticas organizaciones y recursos disponibles.  En este proceso aprenderás sobre el **diseño de instrumentos de recolección**, los elementos que lo componen, los tipos de investigación y de preguntas y la muestra de recolección, con un enfoque en el **alistamiento de documentos**, desde donde diferenciar los documentos, los instrumentos de recolección, el perfil del encuestado, la capacitación del encuestador y la planificación de la recolección de la información.  La metodología del componente es teórica práctica, ya que se contextualizará al lector con definiciones y explicaciones de casos prácticos, en los cuales se les profundizará con actividades para validar el conocimiento, como lo es un taller de relacionamiento de conceptos y una guía de aprendizaje. |

| **Tipo de recurso** | **Video spot animado** | | | |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **NOTA** | **La totalidad del texto locutado para el video no debe superar las 500 palabras aproximadamente** | | | |
| **Título** | **Introducción a los instrumentos de recolección de datos** | | | |
| **Escena** | **Imagen** | **Sonido** | **Narración (voz en off)** | **Texto** |
| 1 | Recolección de Información    **Fuente:** <https://www.freepik.es/vector-gratis/ilustracion-concepto-datos-visuales_7504550.htm#query=datos&from_query=recolectar%20datos&position=4&from_view=search> | Música ambiental | El componente **Instrumentos de recolección de datos**, del programa **Procesamiento de información de mercados**, se enfoca en el desarrollo de competencias de aprendizaje orientadas a **Encuestar personas según la técnica de recolección y el manual de encuestador.** | Instrumentos de recolección de datos |
| **2** | Metas empresariales    **Fuente:** <https://www.freepik.es/vector-gratis/manejo-reputacion-comentarios-usuarios-fidelizacion-clientes-medidor-satisfaccion-cliente-revision-positiva-confianza-empresa-sistema-evaluacion-calidad-cinco-estrellas_12083241.htm#query=metas%20empresa&position=3&from_view=search> | Música ambiental | Los instrumentos de recolección de datos posibilitan el desarrollo investigativo de las empresas u organizaciones, para el cumplimiento de los objetivos o metas de las diferentes instituciones que realicen este tipo de proceso. |  |
| **3** | Diseño de instrumentos    **Fuente:** <https://www.freepik.es/vector-gratis/ilustracion-concepto-comunidad-diseno_6610841.htm#query=dise%C3%B1ar&position=26&from_view=search> | Música ambiental | Aquí conocerán los temas relacionados con el **Diseño de instrumentos**, los cuales definen los objetivos de toda investigación estableciendo el tipo de resultados que se desean obtener. | Diseño de instrumentos |
| 4 | Componentes del instrumento de recolección    **Fuente:** <https://www.freepik.es/vector-gratis/lista-gigante_4019713.htm#query=TEST&position=0&from_view=search> | Música ambiental | Se darán a conocer los pasos específicos para los componentes del instrumento de recolección. | Componentes del instrumento de recolección |
| **5** | Tipos de investigación    **Fuente:** <https://www.freepik.es/vector-gratis/equipo-empresarial-trabajando-proyecto-gestion-proyectos-analisis-planificacion-empresarial-intercambio-ideas-e-investigacion-consultoria-concepto-motivacion-vector-ilustracion-aislada_11668756.htm#query=investigacion&position=1&from_view=search> | Música ambiental | Además, exploraremos los tipos de investigación, los cuales serán de gran ayuda para seleccionar el mejor elemento investigativo, y así llevar a cabo los objetivos de las organizaciones. | Tipos de investigación |
| **6** | Tipos de preguntas    **Fuente:** <https://www.freepik.es/vector-gratis/personas-sujetando-interrogaciones_4453706.htm?query=PREGUNTAS> | Música ambiental | También ahondaremos en los tipos de preguntas. Podrán seleccionar el tipo de pregunta más adecuada para el desarrollo de procesos investigativos, teniendo en cuenta que estos también se podrán utilizar de forma mixta ya sea el caso de estudio o el tipo de resultado deseado. | Tipos de preguntas |
| **7** | Muestra de recolección    **Fuente:** <https://www.freepik.es/vector-gratis/fondo-diseno-personas_1358453.htm#query=muestra&position=6&from_view=search> | Música ambiental | De esta manera, identificarán y establecerán la muestra de recolección ideal, la cual enfoca todo el proceso investigativo, teniendo en cuenta el tipo y la clase de esta. |  |
| **8** | Alistar documentos    **Fuente:** <https://www.freepik.es/vector-gratis/ilustracion-concepto-archivos-texto_11641796.htm#query=documentos&position=2&from_view=search> | Música ambiental | En sí, el componente se enfoca en **Alistar documentos**, los cuales funcionan como soporte o prueba de un acontecimiento o acción, de igual forma cabe destacar que estos pueden presentarse de manera física o digital. | Alistar documentos |
| **9** | Tipos de documentos    **Fuente:** <https://www.freepik.es/vector-gratis/ilustracion-concepto-documentos_10124677.htm?query=documentos> | Música ambiental | La exploración de saberes irá desde los tipos de documentos, identificando y clasificándolos de acuerdo con su uso, como privados o públicos, y también de acuerdo con el formato en el que se presenten, como lo son: los iconográficos, los textuales, los visuales o digitales, los audiovisuales y los sonoros. |  |
| **10** | Instrumentos de recolección    **Fuente:** <https://www.freepik.es/vector-gratis/analisis-encuestas-online-recoleccion-datos-electronicos-herramienta-investigacion-digital-estudio-computarizado-analista-considerando-resultados-retroalimentacion-analizando-informacion-ilustracion-metafora-concepto-aislado-vector_12083534.htm#query=recolecci%C3%B3n%20datos&position=4&from_view=search> | Música ambiental | Los instrumentos de recolección, permitirán conocer las diferentes herramientas para la recolección de información relevante para las organizaciones, teniendo en cuenta el tipo de investigación y los resultados a querer obtener. |  |
| **11** | Perfil del encuestado    **Fuente:** <https://www.freepik.es/vector-gratis/mejor-calificacion-empleados_6974842.htm?query=PERFIL> | Música ambiental | Se definirán y validarán las características necesarias para el perfil del encuestado, ya que es fundamental establecer de la forma óptima el tipo de persona a la que se va a realizar el proceso investigativo, teniendo en claro las metas de la organización. | Perfil del encuestado |
| **12** | Capacitación del encuestador    **Fuente:** <https://www.freepik.es/vector-gratis/ilustracion-concepto-tomar-notas_7069574.htm#query=ENCUESTADOR&position=4&from_view=search> | Música ambiental | También se plantea la definición y proceso para el desarrollo de la capacitación del encuestador, la cual permite que un proceso de recolección de datos se realice de forma óptima y coherente. | Capacitación del encuestador |
| **13** | Planifica la recolección de información    **Fuente:** <https://www.freepik.es/vector-gratis/ilustracion-concepto-tablero-scrum_7230633.htm#query=PLANIFICACI%C3%93N&position=2&from_view=search> | Música ambiental | Un tema indispensable dentro del componente formativo es la identificación y la planificación para la recolección adecuada de información, por esta razón se debe capacitar en forma adecuada y asertiva a los encuestadores. | Planifica la recolección de información |
| **14** | Teórico practico    **Fuente:** <https://www.freepik.es/vector-gratis/ilustracion-concepto-aprendizaje_10769187.htm#query=estudio&position=8&from_view=search> | Música ambiental | Los temas tratados permitirán un enfoque amplio respecto a los Instrumentos de recolección de datos, estableciendo que este es un componente teórico práctico, donde se contextualizará con definiciones y explicaciones de casos prácticos, teniendo en cuenta los diferentes conceptos tratados dentro del programa formativo. | Teórico practico |
| **15** | Bienvenido    **Fuente:** <https://www.freepik.es/vector-gratis/ilustracion-concepto-bienvenido_5204979.htm?query=bienvenido> | Música ambiental |  |  |
| **Nombre del archivo** | 135400\_V\_1 | | | |

**DESARROLLO DE CONTENIDOS**

1. **Diseño de instrumentos**

| **Tipo de recurso** | Cajón de texto de color |
| --- | --- |
| El diseño de los instrumentos de investigación de datos define los objetivos de toda investigación y permite establecer el tipo de resultados que se quieren obtener (cuantitativos o cualitativos), este debe abarcar la mayor cantidad de interrogantes a resolver, por lo que deberá utilizar el mejor instrumento de recolección de datos. | |

| **Tipo de recurso** | Infografía estática |
| --- | --- |
| **Texto introductorio** | El objetivo del desarrollo de un buen diseño de instrumentos se enfoca en los resultados que se desean obtener, para establecer las conclusiones que beneficien a las empresas. El proceso es: |
|  | |
| **Código de la imagen** | 135400\_i\_01 |

* 1. **Componentes del instrumento de recolección**

| **Tipo de recurso** | Rutas / Pasos. Verticales 1 |
| --- | --- |
| **Introducción** | El desarrollo de instrumentos de recolección de información se rige por diferentes factores, pues se pretende resultados objetivos y claros: |
| **Fuente:** <https://www.freepik.es/vector-gratis/pasos-proceso-contratacion-nuevo-empleado_9644856.htm#query=paso%20a%20paso&position=4&from_view=search>  Nota: Hacer una imagen ilustrativa que represente el paso a paso de los componentes de recolección de datos  **Código: 135400\_i\_02** | |
| Botón 1 | Seleccionar y enfocar el instrumento de recolección en las respuestas que se desean obtener, teniendo en cuenta que se debe especificar el tema a tratar dentro de la misma. |
| Botón 2 | No limitarse ni excederse en el número de preguntas, ya que el objetivo del instrumento de recolección es extraer la mayor cantidad de respuestas por parte del usuario, es necesario que estas no excedan el número de preguntas, ya que se puede agotar al encuestado y generar resultados erróneos. |
| Botón 3 | Realizar instrumentos de recolección cortos y simples, esto puede ir un poco en contra del punto anterior, sin embargo, se enfoca en el desarrollo de preguntas de fácil deducción, donde el encuestado conteste de forma clara. |
| Botón 4 | Es importante tener en cuenta que cada pregunta debe estar enfocada, es decir, tratar únicamente un tema a la vez, ya que se puede caer en el vicio de pretender abordar múltiples resultados de una sola pregunta, confundiendo al encuestado y no obteniendo buenos resultados. |
| Botón 5 | No es necesario complicarse utilizando tecnicismo, ya que se debe manejar un lengua claro y sencillo. |
| Botón 6 | Se pueden realizar preguntas de diferentes tipos, por lo que no es necesario limitarse a preguntas cerradas, no obstante, se debe tener cuidado en esto, ya que se requieren resultados claros. |
| Botón 7 | Diseñar un instrumento de recolección coherente y agradable a la vista, fijando un orden específico para las preguntas a realizar, intentando tener la mayor coherencia posible, esto se puede realizar por medio de bloques de preguntas. |
| Botón 8 | Desarrollar una revisión, donde un miembro del equipo de trabajo realice un breve simulacro sobre el instrumento de recolección, encontrando posibles fallas o aciertos en cuanto a la elaboración de este. |

* 1. **Tipos de investigación**

| **Tipo de recurso** | Acordeón tipo 1 |
| --- | --- |
| **Introducción** | Los procesos de investigación son fundamentales para el desarrollo de cualquier empresa, por lo que los objetivos de estos pueden variar según los requerimientos de cada una de las instituciones, incluyendo la población que se desea estudiar, el presupuesto a implementar y el tipo de investigación que se aplicará. A continuación, se presentan algunos de los tipos de investigación existentes. |
| **Sin imagen** | |
| * **Investigación primaria o de campo:**   Este tipo de investigación se enfoca en la obtención de información de fuentes directas, como encuestar a un cliente sobre su opinión en el desarrollo de un servicio o producto, actividad que solo realiza el personal de la empresa, con el fin de conocer de primera mano las actitudes y respuestas del cliente. Algunos de los beneficios que ofrece este tipo de investigación son:   * Resultados realistas y recientes. * Conocer el proceso que realizan otras empresas. * Personalización de los datos que se desean recopilar. * Resultados confiables. * Libertad en establecer si los resultados obtenidos serán de uso privado o públicos.   A pesar de que se tienen grandes ventajas al implementar este tipo de investigación es necesario mencionar que este puede ocupar mayor uso de recursos como tiempo y dinero. | |
| * **Investigación secundaria:**   Para el desarrollo de este tipo de investigación es necesario identificar y buscar las bases de información representativas para las empresas, las cuales son mayoritariamente de acceso gratuito, desarrolladas por los diferentes entes estatales o universidades; sin embargo, existen otros tipos de fuentes de información que requieren de un aporte monetario, dichos informes suelen enfocarse en un sector específico. Uno de los beneficios de este tipo de investigación radica en que no es necesario indagar uno a uno los entes para la extracción de información, sino que con solo establecer fuentes de datos podrá conocer respuestas previas realizadas por otras personas o entidades. | |
| * **Investigación cuantitativa:**   Como su nombre lo indica este tipo de investigación busca recolectar datos cuantificables, resultados numéricos sobre los diferentes cuestionamientos que se establezcan en la investigación, un ejemplo de esto es conocer el número de mujeres entre los 20 a 25 años que prefieren adquirir productos libres de maltrato animal en la ciudad de Cartagena. De acuerdo con lo anterior es necesario establecer que este tipo de investigación debe ser muy precisa y certera en cuanto a los resultados que arroje, ya que en su mayoría se hará uso de preguntas cerradas, facilitando la recolección de datos. | |
| * **Investigación cualitativa:**   Esta busca entender el compo rtamiento de determinados grupos, por lo que en su mayoría se desarrolla a un grupo pequeño de personas. La investigación cualitativa tiene mayor flexibilidad, ya que los resultados obtenidos deberán ser analizados de forma subjetiva. Para el desarrollo de esta se puede hacer uso de varias estrategias como:   * Entrevistas individuales on-line / off-line. * Entrevistas grupales. * Análisis de respuestas en redes sociales. | |
| * **Investigación experimental:**   También conocida como método científico experimental, este busca resultados únicos obtenidos directamente de procesos experimentales como las pruebas de laboratorio, las cuales son realizadas en entornos científicos. Es importante destacar que este tipo de investigación se utiliza cuando se desea comprobar información relevante o cuando no se poseen bases sobre la misma. Dentro de las principales ventajas que presenta este tipo de investigación se encuentran:   * El control sobre los diferentes elementos que involucren el estudio. * Desarrollar varias veces el proceso investigativo. * Resultados específicos.   Por otro lado, las desventajas que presenta este tipo de investigación incluyen que se realizan en estados controlado, es decir, lugares donde las variables son artificiales, además de ser un proceso largo y costoso. | |
| * **Investigación motivacional:**   Esta se caracteriza por buscar el motivo del porqué las personas se comportan de determinada forma en sus procesos de compra, intentando resolver la incógnita sobre qué motiva a un consumidor a adquirir determinado producto o servicio, y a establecer por qué prefieren una marca sobre otras. Esto permite a las empresas identificar las principales variables para realizar ajustes frente a sus servicios o productos. | |
| * **Investigación descriptiva:**   La investigación descriptiva se enfoca en describir las situaciones en las que los clientes o consumidores realizan determinada actividad dentro del proceso de mercado, este tipo de investigación solo busca delinear las características de una población específica, midiendo tendencias y comportamientos de estos. Cabe resaltar que es considerada el primer paso para el desarrollo de otras investigaciones, estableciendo las posibles preguntas a realizar. | |

* 1. **Tipos de preguntas**

| **Tipo de recurso** | Tarjetas Avatar | |
| --- | --- | --- |
| **Introducción** | Para el desarrollo de los diferentes diseños de instrumentos de investigación, es necesario establecer las preguntas más claras y precisas posibles. Para empezar una pregunta es una expresión interrogativa, que busca conocer o extraer algún tipo de información específica (SENA y UNESCO, 1990). De acuerdo con lo anterior existen diferentes tipos de preguntas entre los que se encuentran: | |
| **Preguntas cerradas:**  Por lo general obtienen respuestas cortas o sencillas, también se pueden limitar a un número específico de resultados previamente establecidas por el encuestador, además sirven para desarrollar análisis simples. | | Pregunta cerrada    **Fuente:** <https://www.freepik.es/vector-gratis/si-o-no-ilustracion-concepto_20064398.htm?query=si%20o%20no>  Nota: realizar una imagen similar  **Código: 135400\_i\_03** |
| **Preguntas abiertas:**  Permiten conocer de una forma más personal las respuestas de los encuestados, donde las personas pueden generar su propio punto de vista respecto al tema que se les esté indagando. También permite conocer a fondo otros factores que involucran las respuestas obtenidas, como las preferencias de un color sobre otro, lo cual puede responder a factores como que le recuerda su infancia o que lo relaciona con algo de su vida cotidiana. | | Pregunta abierta    **Fuente:** <https://www.freepik.es/vector-gratis/ilustracion-concepto-conversacion_7118856.htm#query=conversaci%C3%B3n&position=0&from_view=search>  Nota: realizar una imagen similar  **Código: 135400\_i\_04** |
| **Preguntas directas:**  Como su nombre lo indica, este tipo de preguntas se enfocan directamente en su objetivo, es decir, no hacen rodeos ni realizan explicaciones previas. Las preguntas directas son muy útiles para conocer datos específicos se utilizan para establecer conversaciones simples y crear la introducción a cualquier tipo de estudio investigativo. | | Preguntas directas    **Fuente:** <https://www.freepik.es/vector-gratis/ilustracion-concepto-cara-cara_19947574.htm?query=conversaci%C3%B3n>  Nota: realizar una imagen similar  **Código: 135400\_i\_05** |
| **Preguntas indirectas:**  Suele ser implementada para crear un sentimiento de confianza y tranquilidad en las personas encuestadas, y de esta forma extraer más información de la que se lograría con otro tipo de pregunta. | | Preguntas indirectas    **Fuente:** <https://www.freepik.es/vector-gratis/personas-sujetando-interrogaciones_4453708.htm?query=pregunta>  Nota: realizar una imagen similar  **Código: 135400\_i\_06** |
| **Preguntas retóricas:**  Permiten generar un respiro en el encuestado y el encuestador, ya que son preguntas que se responden por sí solas y en muchos casos simplemente se usan como forma de pausa activa. No obstante, estas también se pueden emplear para reafirmar algo ya establecido. | | Preguntas retoricas    **Fuente:** <https://www.freepik.es/vector-gratis/personas-planas-organicas-haciendo-preguntas_13186454.htm#query=pregunta&position=4&from_view=search>  Nota: realizar una imagen similar  **Código: 135400\_i\_07** |
| **Preguntas reflexivas:**  En esta se indaga a fondo las respuestas de los encuestados, extrayendo las intenciones o pensamientos reales de las personas, esto con el fin de conocer a profundidad todos los factores que se puedan presentar dentro una acción. | | Preguntas reflexivas    **Fuente:** <https://www.freepik.es/vector-gratis/chica-pensativa-pensando-ilustracion-vectorial-plana-signos-interrogacion-bombilla-segundo-plano-mujer-busca-soluciones-e-ideas-problema-maravilla-concepto-eleccion_27573095.htm?query=pregunta>  Nota: realizar una imagen similar  **Código: 135400\_i\_08** |
| **Preguntas capciosas:**  A pesar de no ser tan usadas en el ámbito de mercado, este tipo de preguntas busca confundir al encuestado, por lo que es muy utilizado en el ámbito académico, permitiendo que el estudiante indague y replantee su posición de la mejor forma posible. | | Preguntas capciosas    **Fuente:** <https://www.freepik.es/vector-gratis/ilustracion-concepto-busqueda-curiosidad_29979653.htm?query=pregunta>  Nota: realizar una imagen similar  **Código: 135400\_i\_09** |

| Cuadro de texto |
| --- |
| La selección del tipo de preguntas que se van a realizar dentro de cualquier estudio investigativo dependerá únicamente del propósito y objetivo de este, de igual forma, es importante mencionar que en la mayoría de los casos será necesario establecer más de un tipo de pregunta para el desarrollo de un buen proceso investigativo. |

* 1. **Muestra de recolección**

| Cuadro de texto |
| --- |
| Para el desarrollo de cualquier proceso investigativo es necesario establecer un límite de personas a investigar, esto debido a que, si se plantea estudiar a toda una población se podría generar un resultado tardío y con variaciones; además se debe tener en cuenta que no todas las personas podrán ser parte de un mismo estudio, ya que las características de las personas varían de acuerdo con sus necesidades. A lo anterior se le deben excluir investigaciones poblaciones que realizan las entidades estatales, ya que, en estos casos se plantea buscar al mayor número de personas pertenecientes a un mismo territorio (Servicio Nacional de Aprendizaje SENA, 1990). |

| **Tipo de recurso** | Infografía estática |
| --- | --- |
| **Texto introductorio** | Ejemplificación de la selección de muestreo. |
|  | |
| **Código de la imagen** | **135400\_i\_10** |

| Cuadro de texto |
| --- |
| Para el desarrollo de un proceso investigativo por parte de una entidad se debe tener en cuenta que no se deberá realizar la investigación a toda la población (universo), tampoco se podrá realizar este estudio a toda la unidad de análisis, ya que también podría ser elevada y poco objetiva, por lo que se realiza únicamente a una muestra de personas pertenecientes a unidad de análisis. |

| **Tipo de recurso** | Infografía estática |
| --- | --- |
| **Texto introductorio** | Existen dos formas de seleccionar una muestra específica, entre las que se encuentran los tipos de muestreo: |
|  | |
| **Código de la imagen** | **135400\_i\_11** |

1. **Alistar documentos**

| Cuadro de texto |
| --- |
| Los documentos funcionan como prueba sobre un determinado acontecimiento o acción, en estos es posible incluir elementos visuales o audiovisuales como lo son textos, fotografías, gráficos, citaciones, grabaciones, vídeos, entre otros. Es posible implementar tanto documentos físicos como digitales, estos últimos cada vez más usados por las organizaciones ya que permiten utilizar el menor número de recursos, disminuyendo el tiempo de procesamiento de solicitudes y comunicaciones. |

* 1. **Tipos de documentos**

| **Tipo de recurso** | **Video spot animado** | | | |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **NOTA** | **La totalidad del texto locutado para el vídeo no debe superar las 500 palabras aproximadamente** | | | |
| **Título** | **Tipos de documentos para la recolección de datos** | | | |
| **Escena** | **Imagen** | **Sonido** | **Narración (voz en off)** | **Texto** |
|  | Tipos de documentos    **Fuente:** <https://www.freepik.es/vector-gratis/concepto-doodle-gestion-documentos-electronicos_29314820.htm?query=documentos> | Música ambiental | En este espacio aprenderá sobre los **Tipos de documentos,** su clasificación y la diversidad que los componen. | Tipos de documentos |
|  | Evidencia de un determinado acontecimiento o acción    **Fuente:** <https://www.freepik.es/vector-gratis/evaluacion-crediticia-dibujada-mano_19962864.htm?query=documentos> | Música ambiental | Los documentos funcionan como **prueba o evidencia sobre un determinado acontecimiento o acción**. Existen varias formas de clasificar estos elementos, todo esto dependerá de cómo sean categorizados, por ejemplo: la clasificación de acuerdo con su uso y de acuerdo con su formato. | Prueba o evidencia sobre un determinado acontecimiento o acción |
|  | Clasificación de acuerdo con su uso    **Fuente:** <https://www.freepik.es/vector-gratis/ilustracion-concepto-archivos-personales_10838254.htm?query=documentos> | Música ambiental | Al enfocarse en los documentos de acuerdo con su uso, ponemos encontrar dos tipos muy específicos: | Clasificación de acuerdo con su uso |
|  | Documentos privados    **Fuente:** <https://www.freepik.es/vector-gratis/ilustracion-concepto-datos-privados_12704348.htm#query=privados&position=3&from_view=search> | Música ambiental | Los primeros son los documentos privados, los cuales son realizados por empresas privadas pero que pueden tener validez dentro y fuera de la organización, esto dependerá únicamente de la información contenida dentro del mismo. | Documentos privados |
|  | Documento público    **Fuente:** <https://www.freepik.es/vector-gratis/servicio-notarial-ejecucion-documentos-sello-firma-papeles-azul-isometrico_6787164.htm#query=documento%20publico&position=0&from_view=search> | Música ambiental | En segundo lugar, se encuentran los documentos públicos, los cuales pueden llegar a tener mayor relevancia ya que son realizados por entes estatales, como lo son pasaportes, licencias de conducción o títulos de propiedad. | Documento público |
|  | Entes reguladores    **Fuente:** <https://www.freepik.es/vector-gratis/hombre-revisando-lista-tareas-gigante_4105833.htm#query=revisados&position=2&from_view=search> | Música ambiental | Es importante destacar que la clasificación de acuerdo con el uso de los documentos será direccionada por los entes reguladores de los mismo, no cualquier persona podrá establecer una función específica para estos, por lo que en su gran mayoría este tipo de documentos se encuentran diligenciados y con características especiales para evitar su plagio. | Entes reguladores |
|  | Clasificación de acuerdo con su formato    **Fuente:** <https://www.freepik.es/vector-gratis/ilustracion-concepto-archivos-texto_11641804.htm?query=documentos> | Música ambiental | La clasificación de documentos de acuerdo con su formato se basa en la tipología de este, es decir su estructura como tal. | Clasificación de acuerdo con su formato |
|  | Documentos icnográficos    **Fuente:** <https://www.freepik.es/vector-gratis/concepto-evaluacion-credito-dibujado-mano-mujer_19962862.htm?query=documentos> | Música ambiental | Dentro de esta clasificación encuentran los documentos icnográficos, los cuales están compuestos en su gran totalidad por elementos visuales. | Documentos icnográficos |
|  | Documentos textuales    **Fuente:** <https://www.freepik.es/vector-gratis/concepto-evaluacion-credito-dibujado-mano-documentos_19962851.htm?query=documentos> | Música ambiental | Y los documentos textuales son aquellos que se encuentran elaborados únicamente por texto como lo son ensayos o monografías. | Documentos textuales |
|  | Documentos digitales    **Fuente:** <https://www.freepik.es/vector-gratis/seo-concepto-optimizacion-motores-busqueda_22069291.htm?query=documentos> | Música ambiental | Dentro de esta clasificación también se encuentran los documentos digitales o virtuales que se alojados en sitios web. | Documentos digitales |
|  | Documentos audiovisuales    **Fuente:** <https://www.freepik.es/vector-gratis/ilustracion-concepto-seminario-web_12079894.htm#query=video&position=3&from_view=search> | Música ambiental | Los documentos audiovisuales se complementan por tener contenido visual y sonoro, como lo son los documentales o los vídeos. | Documentos audiovisuales |
|  | Documentos sonoros    **Fuente:** <https://www.freepik.es/vector-gratis/ilustracion-concepto-chat-voz_19895937.htm#query=audio&position=1&from_view=search> | Música ambiental | Por último, dentro de esta clasificación se encuentran los documentos sonoros, los cuales únicamente se encuentran compuestos por grabaciones de voz. | Documentos sonoros |
|  | Documentos dentro de las empresas    **Fuente**: <https://www.freepik.es/vector-gratis/concepto-planificacion-empresarial-establecer-meta-o-objetivo-seguir-cronograma-idea-planificacion-organizacion-optimizacion-tiempo-ilustracion-vector-plano-aislado_26432903.htm#query=documentos%20empresariales&position=2&from_view=search> | Música ambiental | La clasificación de documentos permite conocer la gran cantidad de formatos que serán utilizados dentro de una organización, los cuales facilitan la comunicación de información dentro de la misma. | Documentos dentro de las empresas |
|  | Reglas    **Fuente:** <https://www.freepik.es/vector-gratis/gente-negocios-que-estudia-lista-reglas-guia-lectura-lista-verificacion_11235251.htm#query=reglas%20empresa&position=0&from_view=search> | Música ambiental | La tipología de documentos permite un mejor control de los diferentes elementos que se pueden encontrar dentro de una organización, muchos de los cuales deberán llevar reglas estrictas que son dadas por la organización, como lo son el uso de una marca de agua, un tamaño y tipo de fuente, colores institucionales, entre otros parámetros que las empresas establezcan previamente a la elaboración de documentos. | Reglas |
|  | Tipos de documentos    **Fuente:** <https://www.freepik.es/vector-gratis/personas-investigan-analisis-tablero-graficos-tablas-iconos-fideos-vectoriales-analisis-estadistico-trabajo-base-datos-e-informe-informacion-diagramas-lupa_22140005.htm?query=documentos> | Música ambiental | Esta es una breve descripción sobre los **tipos de documentos**, si desea conocer más sobre esta, consulte la guía del componente formativo Instrumentos de recolección de datos, del programa Procesamiento de información de mercados. | Tipos de documentos |
| **Nombre del archivo** | 135400\_V\_2 | | | |

| Cuadro de texto |
| --- |
| Existe una variedad de documentos que son implementados por las organizaciones de acuerdo con los diferentes factores y objetivos de estos, también se debe tener en cuenta que estos son vitales para generar un soporte sobre lo establecido por la organización, por esta misma razón se buscan clasificar de diferentes formas, a saber:   * **De acuerdo con su uso:** * **Privados:** como su nombre lo indica este tipo de documento es exclusivamente desarrollado por instituciones privadas, certificados por los mismos, un ejemplo de esto es un contrato de trabajo dentro de una organización. * **Públicos:** este tipo de documento suele tener mayor relevancia, ya que está realizado por diferentes entes estatales, como lo son un pasaporte, licencia de conducción o título de propiedad. * **De acuerdo con el formato:** * **Iconográficos:** este tipo de documento se caracteriza por contener en su gran mayoría elementos visuales, como lo son fotos o dibujos, también pueden incluir pequeñas fracciones de texto, que expliquen las imágenes representadas dentro del documento. * **Textuales:** en su gran mayoría incluyen textos, como las monografías, ensayos, entre otros. Los documentos textuales suelen tener un carácter bastante formal, por lo que son muy implementados dentro de las organizaciones. * **Virtuales o digitales:** los documentos virtuales son todos aquellos que se encuentran en una base de datos almacenados en la web, esto puede incluir, textos, imagines, gráficos, vídeos, grabaciones de audio, entre otras. * **Audiovisuales:** este tipo de documentos como su nombre lo indican tratan sobre elementos visuales y sonoros, por lo que en esta categoría se encuentran documentales y vídeos. * **Sonoros:** documentos de audio o sonoros, como podcast y discos.   La selección del documento ideal para transmitir y sustentar el proceso investigativo y administrativo de cualquier empresa se encuentra ligado con el tipo de comunicación al que se quiere llegar, de igual forma es importante tener en cuenta los requerimientos que exige la empresa, ya que algunas incorporan reglas en el desarrollo de sus documentos como lo son el uso de normas APA, la adición del logotipo de la organización, entre otros. |

* 1. **Instrumentos de recolección**

| **Tipo de recurso** | Tarjetas Avatar | |
| --- | --- | --- |
| **Introducción** | Los instrumentos de recolección de datos son los recursos a los que puede acudir un investigador para obtener un tipo de información específica, existe un numero amplio de instrumentos de recolección, algunos de estos son: | |
| **Entrevistas:**  Intercambio de información entre dos o más personas, con el fin de conocer datos relevantes sobre un tema específico. Estas son muy utilizadas en estudios pequeños, pueden realizarse de manera presencial, llamadas telefónicas o internet. | | Entrevista    **Fuente:** <https://www.freepik.es/vector-gratis/ilustracion-concepto-entrevista_7171449.htm#query=entrevista&position=1&from_view=search>  Nota: ilustrar con un icono similar a la imagen.  **135400\_i\_12** |
| **Cuestionarios:**  Este tipo de instrumento permite recolectar respuestas cuantitativas y se utilizan para generalizar resultados específicos. Los cuestionarios facilitan resultados rápidos, además permiten ser realizados en masa, de forma presencial o virtual. | | Cuestionario    **Fuente:** <https://www.freepik.es/vector-gratis/fondo-redondo-persona-rellenando-formulario_1078424.htm#query=cuestionario&position=3&from_view=search>  Nota: ilustrar con un icono similar a la imagen.  **135400\_i\_13** |
| **Observación:**  Es un proceso en el cual el investigador establece un espacio ya sea controlado o no, donde puede conocer y establecer las posibles variaciones que identifican la relación de las acciones del grupo de personas observadas. | | Observación    **Fuente:** [https://www.freepik.es/vector-gratis/ilustracion-concepto-inteligencia-competitiva\_18493584.htm#query=observacion&position=3&from\_view=search#position=3&query=observacion](https://www.freepik.es/vector-gratis/ilustracion-concepto-inteligencia-competitiva_18493584.htm#query=observacion&position=3&from_view=search)  Nota: ilustrar con un icono similar a la imagen.  **135400\_i\_14** |
| **Grupo Focal – *Focus Group*:**  Funciona estableciendo un grupo de personas no mayor a 10, teniendo una duración de media hora a una hora y media, buscando extraer información cualitativa relevante sobre la investigación a realizar. | | Grupo focal    **Fuente:** <https://www.freepik.es/vector-gratis/ilustracion-concepto-discusion-grupal_22909121.htm#query=conversaci%C3%B3n%20grupal&position=0&from_view=search>  Nota: ilustrar con un icono similar a la imagen.  **135400\_i\_15** |
| **Comunidades en línea:**  Son uno de los instrumentos más recientes para la recolección de información, se compone de un grupo estratégico con características parecidas. Este tipo de herramienta posibilita la comunicación con el grupo de estudio, además no requieren de una inversión grande, clasificando las respuestas de una forma rápida y eficaz, gracias a las herramientas tecnológicas. | | Comunidad en línea    **Fuente:** <https://www.freepik.es/vector-gratis/mujer-feliz-charlando-amigos-linea_12291106.htm#query=comunidad%20online&position=2&from_view=search>  Nota: ilustrar con un icono similar a la imagen.  **135400\_i\_16** |

* 1. **Perfil del encuestado**

| **Tipo de recurso** | Acordeón tipo 2 |
| --- | --- |
| **Introducción** | Es necesario establecer un adecuado perfil del encuestado a quien se le realicen las actividades investigativas, evitando posibles fallas en las respuestas, y generando gastos innecesarios de recursos de las empresas. Las características que se deben cumplir para fijar o establecer un adecuado perfil, se puede realizar mediante algunos pasos, a saber: |
| **Fuente:** <https://www.freepik.es/vector-gratis/ilustracion-personaje-personas-iconos-cuenta-usuario_3226077.htm#query=perfil%20persona&position=5&from_view=search>  Nota: hacer una similar aludiendo a la del perfil del encuestado  **135400\_i\_17** | |
| 1. **Establecer el objetivo de la investigación:** con esto se tendrá en cuenta que el perfil del encuestado será dirigido a partir de este. | |
| 1. **Fijar el equipo de encuestadores:** es primordial establecer el grupo de personas que harán parte de la investigación, para esto se deben tener características específicas como lo son facilidad de comunicación, empatía, conocimiento en el tema, entre otros. | |
| 1. **Desarrollar la herramienta de investigación:** establecer la herramienta investigativa e incluir las preguntas o estrategias de extracción de la información. | |
| 1. **Seleccionar el público a encuestar:** validar que las personas seleccionadas para este fin se encuentren dentro del nicho de mercado establecido por la empresa, no obstante, de esta muestra se podrán extraer personas (ya sea de forma estratégica o al azar) para desarrollar el proceso investigativo. | |
| 1. **Validar las personas a encuestar:** elaborar un filtro sobre los candidatos a encuestar, por lo que se plantea desarrollar nuevamente un proceso de selección del perfil del encuestado. | |
| 1. **Desarrollar el proceso de investigación:** durante el desarrollo del proceso, los encuestadores deberán estar al tanto de las respuestas arrojadas por el grupo encuestado, dirigiendo y estableciendo las interrogantes que se desean resolver. | |
| 1. **Ultimo filtro:** ya que se pueden presentar errores al seleccionar el grupo encuestado, que únicamente son evidenciados durante el paso anterior, se podrán descartar las personas que no cumplan con el perfil encuestado. | |

| Cuadro de texto |
| --- |
| Es importante establecer el perfil del encuestado, no obstante, se pueden presentar errores dentro del mismo, por lo que se recomienda establecer grupos amplios de investigación, que permitan conocer las mejores respuestas o con mayor relevancia para el estudio. |

* 1. **Capacitación del encuestador**

| **Tipo de recurso** | | Acordeón tipo 2 |
| --- | --- | --- |
| **Introducción** | | El encuestador requiere de elementos clave que lo vuelven idóneo para el desarrollo investigativo. Este tiene la función de guiar y establecer las mejores rutas para llevar a cabo el estudio, ya que la capacitación de los encuestadores varía de acuerdo con el tipo de organización y objetivo de la investigación, algunas de las características primordiales que comparten los procesos de capacitación son los siguientes (Federación Nacional de Comerciantes [Fenalco], 1995): |
| **Fuente:** <https://www.freepik.es/vector-gratis/infografia-negocios-linea-moderna_3714680.htm?query=pasos>  Nota: hacer una imagen similar con los pasos a seguir.  **135400\_i\_18** | | |
| Botón 1 | * 1. Seleccionar las personas con capacidades de comunicación, empatía y respeto: * Permite que el encuestado conozca la importancia del estudio. * Impulsa a la necesidad de contribuir con la investigación. * Transmite tranquilidad. | |
| Botón 2 | * 1. Conoce e identifica el material para la investigación: * Conoce y relaciona las definiciones y objetivos de la investigación. * Identifica los elementos de recolección de información (conoce el instrumento de recolección de información). | |
| Botón 3 | * 1. Relaciona adecuadamente la información obtenida: * Organiza la información obtenida de manera objetiva. * Mantiene los elementos para el desarrollo de encuestas de manera ordenada. | |
| Botón 4 | * 1. Cumple el objetivo de confiabilidad: * Esto es vital tanto para la organización como para los encuestados, ya que se pueden presentar elementos personales u organizacionales que son estrictamente confidenciales. | |

* 1. **Planifica la recolección de información**

| **Tipo de recurso** | Acordeón tipo 1 |
| --- | --- |
| **Introducción** | Una buena planificación en la recolección de la información facilita el análisis de la información recolectada, es por eso por lo que las empresas u organizaciones desarrollan planes previos a la recolección de la información, entre los que se deben tener en cuenta: |
| **Fuente:** <https://www.freepik.es/vector-gratis/ilustracion-hombre-negocios-llegando-objetivo_2945060.htm?query=pasos>  Nota: hacer una similar aludiendo a la planifica de la recolección de información  **135400\_i\_19** | |
| 1. **Establecer el objetivo de estudio:** es primordial conocer el verdadero objetivo de la investigación, ya que se debe focalizar los recursos a invertir. | |
| 1. **Conocer y obtener las autorizaciones necesarias:** algunas investigaciones requieren de permisos específicos por parte de la misma empresa u otras entidades que se involucren dentro del estudio. | |
| 1. **Fijar un tiempo:** de esto dependerán la cantidad de recursos materiales. | |
| 1. **Definir los recursos:** se deben especificar el monto total de los recursos a implementar. | |
| 1. **Validar el proceso a llevar a cabo:** identificar el instrumento de investigación a realizar y las preguntas a solventar con el estudio. | |
| 1. **Capacitar al personal:** para esto se podrá contar con personal de la empresa o seleccionar personas externas. | |
| 1. **Supervisar y coordinar el proceso de recolección de la información:** validar que el proceso investigativo se esté llevando a cabo de acuerdo con lo planteado inicialmente, asignando personas específicas para dicha actividad. | |
| 1. **Organizar y clasificar la información:** de acuerdo con los estándares de la empresa y el objetivo de estudio. | |
| 1. **Revisar y especificar posibles errores dentro del proceso de recolección:** excluir respuestas erróneas y procesos no adecuados de la recolección de información, entre otros posibles factores que afecten la investigación. | |
| 1. **Entrega de la información:** entregar la información suministrada para su posterior análisis. | |

**SÍNTESIS**

| **Tipo de recurso** | **Síntesis** |
| --- | --- |
| **Procesamiento de información de mercados**  Síntesis: Instrumentos de recolección de datos | |
| **Introducción** | A continuación se presenta una síntesis de la construcción del componente formativo, es este se puede observar el entrelazamiento de las temáticas para generar un instrumento de recolección de datos: |
|  | |

**ACTIVIDAD INTERACTIVA**

| **Tipo de recurso** | **Actividad didáctica. Arrastrar y soltar** | |
| --- | --- | --- |
| Esta es una actividad de “Arrastrar y Soltar, donde encontrará 2 columnas: la **“Columna A”** - presenta las definiciones vistas a lo largo del componente y la “**Columna B”** entrega los posibles conceptos.  Usted asociará las definiciones con los conceptos correspondientes. Debe seleccionar de la **Columna B**, arrastrar y soltar la respuesta relacionada con las definiciones dadas en la **Columna A**.  ¡Adelante y mucho ánimo!  **Correcto:**  Has relacionado correctamente cada uno de los conceptos con su respectiva respuesta, ¡Felicitaciones!, esto da cuenta de la comprensión de algunos conceptos claves del componente formativo. ¡Sigue adelante con el mismo empeño!  **Incorrecto:**  Has relacionado incorrectamente alguno de los conceptos con su respectiva respuesta, no te desanimes, revisa nuevamente el contenido del componente formativo y vuelve a intentarlo. ¡Mucho ánimo! | | **Fuente:** <https://www.freepik.es/vector-gratis/conecte-piezas-sierra-calar-forma-bombilla_11879364.htm#query=conectar%20de%20ideas&position=0&from_view=search> |
| Este tipo de investigación se enfoca en la obtención de información de fuentes directas. | | **Investigación primaria o de campo** |
| Esta busca entender el comportamiento de determinados grupos, por lo que en su mayoría se desarrolla a un grupo pequeño de personas. | | **Investigación cualitativa** |
| Por lo general, obtienen respuestas cortas o sencillas, también se pueden limitar a un número específico de resultados previamente establecidas por el encuestador. | | **Preguntas cerradas** |
| Suele ser implementada para crear un sentimiento de confianza y tranquilidad en las personas encuestadas. | | **Preguntas indirectas** |
| Suele tener mayor relevancia, ya que esta realizado por diferentes entes estatales, como lo son un pasaporte, licencia de conducción o título de propiedad. | | **Documentos públicos** |
| Se caracteriza por contener en su gran mayoría elementos visuales, como lo son fotos o dibujos, también pueden incluir pequeñas fracciones de texto, que expliquen las imágenes representadas dentro del documento. | | **Documento Iconográfico** |
| Como su nombre lo indican tratan sobre elementos visuales y sonoros, por lo que en esta categoría se encuentran documentales y vídeos. | | **Documentos Audiovisuales** |
| Son el intercambio de información entre dos o más personas, con el fin de conocer datos relevantes sobre un tema específico. | | **Entrevistas** |
| Es un proceso en el cual el investigador establece un espacio ya sea controlado o no, donde puede conocer y establecer las posibles variaciones que identifican la relación de las acciones del grupo de personas observadas. | | **Observación** |
| Funciona estableciendo un grupo de personas no mayor a 10, teniendo una duración de media hora a una hora y media. | | **Grupo Focal** |

**MATERIAL COMPLEMENTARIO**

| **Tipo de recurso** | **Material complementario** | | |
| --- | --- | --- | --- |
| **Tema** | **Referencia APA del material** | **Tipo** | **Enlace** |
| Elementos de una investigación de mercado | Ecosistema de Recursos Educativos Digitales SENA (2020). *Elementos de una investigación de mercado*. YouTube. <https://youtu.be/pR33mqevijU> | Vídeo | <https://youtu.be/pR33mqevijU> |
| Clasificación de tipos de investigación según objeto de estudio | Ecosistema de Recursos Educativos Digitales SENA (2022). *Clasificación de tipos de investigación según objeto de estudio*. YouTube. <https://youtu.be/GCZ503I6r0k> | Vídeo | <https://youtu.be/GCZ503I6r0k> |
| Fuentes y técnicas de recolección de la información | Ecosistema de Recursos Educativos Digitales SENA (2022). *Fuentes y técnicas de recolección de la información*. YouTube. <https://youtu.be/xhTb3dSFR2M> | Vídeo | <https://youtu.be/xhTb3dSFR2M> |
| Documentos digitales | Ecosistema de Recursos Educativos Digitales SENA (2022). *Documentos digitales*. YouTube. <https://youtu.be/4flFQ_uh-94> | Vídeo | <https://youtu.be/4flFQ_uh-94> |
| Organización de los datos recopilados | Ecosistema de Recursos Educativos Digitales SENA (2022). *Organización de los datos recopilados*. YouTube. <https://youtu.be/vvjV66aA93Y> | Vídeo | <https://youtu.be/vvjV66aA93Y> |

**GLOSARIO**

| **Tipo de recurso** | **Glosario** |
| --- | --- |
| Comportamiento: | Es la conducta de una persona o ser vivo, de acuerdo con una situación o entorno específico. |
| Comunicación: | Intercambio o transmisión de información, que se genera entre dos o más personas o seres vivos. |
| Datos: | Estos son considerados la información específica y relevante (cualitativa o cuantitativa) arrojada por un proceso investigativo, para su posterior análisis. |
| Objetivo: | Es la meta fijada por el que se desarrollan diferentes acciones específicas, para el cumplimiento de un fin. |
| Obtención: | La extracción de información de un hecho, acción, elemento, entre otros, para un fin específico. |
| Recolección: | Reunir o agrupar información relevante sobre un tema específico, según el objetivo de este. |
| Resultados: | Sinónimo de consecuencia, el cual se refiere al conjunto de elementos fruto de diferentes acciones. |
| Tecnicismos: | Palabras implementadas en una jerga específica, la cual solo comprenden las personas pertenecientes a grupo específico, con conocimientos similares o compartidos. |

**REFERENTES BIBLIOGRÁFICOS**

| **Tipo de recurso** | Bibliografía |
| --- | --- |
| Ebook. Sanabria Araya, F. (2018). *Investigación de mercados: un enfoque práctico y descriptivo*. Ecoe Ediciones. <https://www-ebooks7-24-com.bdigital.sena.edu.co/?il=7409> | |
| Ebook. Hoyer, W. D., Pieters, R., Maclnnis, D. J. (2018). *Comportamiento del consumidor*. Cengage Learning. <https://www-ebooks7-24-com.bdigital.sena.edu.co/?il=7493> | |
| Ebook. Kerin, R. A., Hartley, S. W. (2019). *Marketing*. McGraw-Hill. <https://www-ebooks7-24-com.bdigital.sena.edu.co/?il=9915> | |
| Ebook. Grasso, L. (2006). *Encuestas: elementos para su diseño y Análisis*. Encuentro Grupo Editor. <https://www-ebooks7-24-com.bdigital.sena.edu.co/?il=2718> | |