

Recolección de datos

Tipos y ciclo de vida del dato

CONTENIDO

1. Objetivos

2. Metodología de recolección de datos

3. Herramientas de recolección de datos

Recolección de datos primarios

Herramientas para la recolección de datos

Recolección de datos secundarios

Documentación del proceso de recolección de datos

4. Bibliografía

OBJETIVOS

- Conocer la metodología aplicada en la recolección de datos.
- Definir cada una de las diferentes herramientas utilizadas para la recolección de datos.
- Reconocer las fuentes de datos, así como el tipo de dato.

METODOLOGÍA DE RECOLECCIÓN DE DATOS

La metodología de recolección del dato hace referencia a la vía a través de la cual el investigador se relaciona o accede a la información necesaria para la elaboración de un estudio específico. La metodología elegida debe tener en consideración cuáles son los datos realmente importantes dentro de la investigación, para optimizar el uso de los recursos disponibles para la ejecución de esta.

Elementos que considerar:

Tipo de estudio: se debe establecer con claridad cuál es el tipo de estudio que se adelanta, ya que a partir de esta información se determinarán tanto los elementos que compondrán la investigación en sí misma, su contexto y su magnitud, así como los instrumentos idóneos para su ejecución

Población, muestra, tipo de muestreo: se deberá establecer cuál es la población estadística relacionada con el estudio, calcular el tamaño de la muestra necesario para darle fiabilidad a los resultados y finalmente establecer el tipo de muestreo a emplear.

Técnicas de recolección: A partir de los puntos considerados previamente se estará en la posibilidad de determinar cuáles son las técnicas de recolección de datos más idóneas para el tipo y características de los datos a recolectar o recoger, e verá que estos tipos de técnicas o procedimientos varían dependiendo de si los datos son cualitativos o cuantitativos, así como de su escala de acceso es decir si estos son datos primarios o secundarios.

Tabulación y análisis: Finalmente se debe considerar desde el momento del establecimiento de la metodología de recolección de datos, las posibles mediciones y análisis que dichos datos permitirán realizar una vez que se tengan recolectados, ya que se sabe que los datos cualitativos o categóricos permitirán unos tipos específicos de análisis y los cuantitativos permitirán otros, que posibilita medidas estadísticas y parámetros distintos a los de los datos categóricos.

Es importante aclarar que desde el punto de vista metodológico no existen ni buenos ni malos métodos, aunque considerando la experiencia previa de los investigadores se pueda establecer qué método sería más idóneo para un estudio en concreto, pero salvo la consideración teórica de si el dato a recolectar es cualitativo o cuantitativo, la metodología para su recolección queda sujeta al enfoque establecido por el investigador.

Para obtener una adecuada recolección de datos el investigador debe seguir un planeamiento detallado de los pasos que llevará a cabo para el proceso de recolección de datos como:

- **Autorización o acceso:** condición necesaria previa a la recolección de datos. Algunos conjuntos de datos por su naturaleza requieren que se conceda autorización o acceso de uso si este es el caso, éste deberá ser el primer paso que seguir para garantizar que podrá continuarse con el proceso de recolección una vez completada esta parada.
- **Tiempo:** es la estimación del tiempo que el investigador puede requerir para la realización de la investigación (recolección, tabulación y análisis de datos).
- **Recursos:** humanos, económicos y físicos.
- **Capacitación:** se relaciona con los objetivos, la selección de muestra, la aplicación de los instrumentos y procedimientos para la recolección de datos.
- **Supervisión y coordinación:** manera en que se distribuirá el recurso humano para cubrir los componentes de información del estudio [1], así como el modelo de supervisión que se implementará a lo largo del proceso de recolección de los datos.

HERRAMIENTAS DE RECOLECCIÓN DE DATOS

Las herramientas o métodos de recolección de datos deben cumplir con algunas características, estos deben ser confiables tener validez y ser objetivos.

Confiabilidad: la confiabilidad se asocia al grado con el que un instrumento es capaz de recoger y reproducir datos consistentes y coherentes.

Validez: la validez que está asociada a la veracidad o certeza de que un instrumento o herramienta de recolección de datos mide cada una de las variables.

Objetividad: la objetividad hace referencia a que el investigador no incide con sus sesgos o prejuicios en los valores y medidas que se presentan como resultado de la investigación.

RECOLECCIÓN DE DATOS PRIMARIOS

Los datos primarios son recogidos de primera mano, no se toman de documentos anteriores, esto permite que los mismos sean específicos, auténticos y precisos. Los mismos pueden ser a su vez:

Métodos cuantitativos

Como su nombre ya lo indica este es un dato recogido que posee un valor numérico y operable, siempre que la variable de estudio lo permita y sea de interés su medición, es altamente recomendable trabajar con datos cuantitativos.

Métodos cualitativos

Los métodos de recolección de datos cualitativos son especialmente útiles en situaciones en las que no se dispone de datos históricos, no se necesitan números ni cálculos matemáticos. La investigación cualitativa está estrechamente relacionada con palabras, sonidos, sentimientos, emociones, colores y otros elementos que no son cuantificables.

HERRAMIENTAS PARA LA RECOLECCIÓN DE DATOS

Encuestas

Las encuestas se utilizan para recopilar datos de la audiencia objetivo y recoger información sobre sus preferencias, opiniones, elecciones y comentarios relacionados con los productos y servicios. Son una de las herramientas de mayor uso y fiabilidad, ya que las mismas suelen contar con un nivel de tabulación importante, que disminuye de forma significativa la participación subjetiva del recolector del dato.

Tipos de encuestas según la forma de aplicación

- A. Encuesta por correo:** consiste en enviar un cuestionario a través del servicio postal para que después de ser respondido, sea regresado al remitente.
- B. Encuesta vía telefónica:** consiste en realizar el cuestionario a través de una llamada telefónica, en la que el encuestador debe ir capturando las respuestas del encuestado.
- C. Encuesta personal:** consiste en realizar el cuestionario cara a cara, debe existir una interacción entre encuestador y encuestado, normalmente el encuestador toma nota de las respuestas, aunque en ocasiones solo entrega el cuestionario y es el encuestado quien lo llena.

Tipos de encuestas según sus objetivos

- D. Encuestas descriptivas:** estas encuestas buscan crear un registro sobre las actitudes o condiciones presentes dentro de una población en un momento determinado, es decir, en el momento en el que se realiza la encuesta.
- E. Encuestas analíticas:** a diferencia de las descriptivas, su objetivo no es documentar un problema sino explicar y describirlo para poder encontrar la mejor solución.

Tipos de encuestas según las preguntas

- A. Respuesta abierta:** estas permiten al encuestado tener la libertad de responder libremente cada pregunta, esto permite obtener respuestas más profundas y también obtener respuestas en las que no había pensado, sin embargo, el problema de este tipo de encuestas es que es muy difícil de cuantificar, por el contrario, se deben interpretar las respuestas.
- B. Respuesta cerrada:** en este tipo, los encuestados deberán elegir alguna de las posibles opciones, su principal ventaja es que son más fáciles de cuantificar, sin embargo, en ocasiones ninguna de las opciones refleja el pensamiento de los participantes, para ello, siempre es recomendable añadir la casi "otro" [2].

Sondeos

Los sondeos se componen de una pregunta de opción única o múltiple. Cuando se requiere tener un pulso rápido de los sentimientos de la audiencia, se puede ir a las encuestas. Debido a que son de corta duración, es más fácil obtener respuestas de la gente.

Entrevistas

En este método, el entrevistador hace preguntas a los encuestados y anota las respuestas. En las entrevistas el trato del entrevistador con el entrevistado es directo, aunque puede variar el tipo de contacto establecido.

- A. Entrevistas telefónicas:** Esta técnica es una de las más tradicionales, ya que no requiere de tiempo y dinero para la recolección de datos. Sin embargo, con el avance de la tecnología se han ido sustituyendo por videollamadas.
- B. Entrevistas cara a cara:** Es una técnica que se utiliza para recolectar información directa de los participantes. Esto permite obtener información útil y detallada que permite conseguir grandes resultados.
- C. Entrevista personal asistida por computadora (CAPI):** Esta técnica es una variante de la entrevista cara a cara. Al aplicar esta herramienta, los entrevistadores utilizan una computadora para registrar la información obtenida [3].

Técnica Delphi

En esta herramienta, los expertos del mercado reciben las estimaciones y suposiciones de los pronósticos realizados por otros expertos de la industria. Pueden reconsiderar y revisar sus propias estimaciones e hipótesis sobre la base de la información proporcionada.

Focus Group

Definido de una manera sencilla, no es más que una reunión de grupo donde se va a conversar o debatir acerca de un tema concreto. Hay un perfil clave que es el moderador, imprescindible para guiar al grupo durante la sesión. El moderador se rige por una guía de tópicos o guion la reunión, elaborado previamente, donde se recogen algunas cuestiones, puntos y subtemas a tratar a lo largo de la sesión. El moderador no puede ser cualquier persona, se necesita un perfil especialista, con una formación adecuada y con experiencia en la realización de este tipo de dinámicas; gran parte de la cantidad y calidad de los datos obtenidos con el grupo va a depender de que el moderador sepa hacer bien su trabajo, consiga hacer sentir bien a los participantes y los motive durante la sesión.

Portodo ello es fundamental la capacidad de comunicación y empatía que tenga el moderador, creando un ambiente agradable y distendido donde los participantes se sientan relajados y tengan ganas de interactuar. En cuanto a cuestiones más técnicas, el grupo de discusión se compone de un moderador, como se ha dicho, y entre 6 y 8 participantes, no siendo recomendable hacer grupos de mayor número, tanto por la mayor complejidad para el moderador como por las complicaciones para poder intervenir todos durante la sesión. Los participantes del grupo normalmente son seleccionados por algunas de sus características (género, edad, clientes de alguna marca concreta, usuarios de un tipo de producto, puesto de trabajo, etc.) y no deben saber nada o prácticamente nada acerca de lo que van a hablar, así no vendrán condicionados y serán más sinceros [4].

Cuestionario

Un cuestionario es un conjunto impreso de preguntas, abiertas o cerradas, que los encuestados deben responder en función de sus conocimientos y experiencia con el tema. Al igual que las entrevistas, los cuestionarios pueden ser abiertos y cerrados, se aplican cuando se quieren conocer los sentimientos, opiniones y experiencias generales.

A. Cuestionario abierto: el formato abierto proporciona una amplia oportunidad para quienes respondan escribiendo las razones de sus ideas. Algunas personas, sin embargo, encuentran más fácil escoger un de un conjunto de respuestas preparadas que pensar por sí mismas.

B. Cuestionario cerrado: El cuestionario cerrado limita las respuestas posibles del interrogado. Por medio de un cuidadoso estilo en la pregunta, el analista puede controlar el marco de referencia. Este formato es el método para obtener información sobre los hechos. También fuerza a los individuos para que tomen una posición y forma su opinión sobre los aspectos importantes.

RECOLECCIÓN DE DATOS SECUNDARIOS

Esta comprende una recolección de datos documentados con anterioridad, los mismos pueden estar ordenados o no, pero deberán ser fiables y conocerse los detalles suficientes sobre la metodología empleada en su recolección y/o documentación para dar credibilidad y confianza a los mismos, además toda la información respecto a la metodología de su recolección es relevante para su posterior análisis. Pueden ser internas o externas según el nivel de acceso que se tenga de las mismas, se consideran internas aquellas que son propiedad de una organización o institución y la misma se reserva sus posibilidades de uso, y externas aquellas a las que se tiene acceso de forma más o menos abierta y al público general.

La recolección de datos secundarios también puede incluir técnicas cuantitativas y cualitativas. El hecho de que no se tenga que realizar desde cero la recolección del dato puede representar un ahorro de tiempo y energía, si los datos que se pretenden tomar son datos semi estructurados o estructurados, que no requieran demasiada manipulación para su uso, por lo tanto, son menos lentos y caros en comparación con los datos primarios.

Fuentes internas de datos secundarios

Se mencionarán algunas fuentes de las que se pueden extraer datos previamente recolectados por otros actores distintos a los que desarrollan el estudio actual, las fuentes mencionadas aquí no representan las únicas fuentes posibles, solamente se listan algunas para sugerir al lector cómo es el tipo de fuente en la que pueden encontrarse datos ya disponibles para su uso, o datos pasados que son relevantes para el estudio a desarrollar.

- Registros de salud y seguridad de la organización.
- Declaraciones de misión y visión.
- Estados financieros.
- Revistas.
- Informe de ventas.
- Software CRM.
- Resúmenes ejecutivos.

FUENTES EXTERNAS DE DATOS SECUNDARIOS

- **Informes de los gobiernos:** estos suelen ser fuentes de información que cuando albergan datos, han seguido un rigor metodológico conocido porque la metodología y herramientas de recolección del dato suelen estar suficientemente documentadas.
- **Comunicados de prensa:** están sujetos a una interpretación del lector interesado, esto lo convierte en un dato cualitativo que puede contener o albergar algún tipo de sesgo por parte del investigador.
- **Revistas de negocios:** igual que en el caso de los informes, las publicaciones suelen contar con un procedimiento metodológico publicado y suficientemente documentado.
- **Bibliotecas:** esta fuente de información puede ser una fuente de información fiable si el proceso de recolección de datos que se aplicó fue riguroso. Un dato que tal como se comentaba en los comunicados de prensa podría tener un sesgo por parte del recolector que interpreta la lectura y decide su extracción o recolección para un estudio en concreto.
- **Internet:** a día de hoy una de las fuentes más potentes de datos se encuentra en Internet, considerando la navegación web en general y en particular RRSS, estas últimas generan volúmenes ingentes de datos cada minuto al igual que las web, los datos específicos del patrón de navegación suelen ser capturados de forma bastante limpia salvo por aspectos manipulables por el usuario como correcciones o ajustes en la ubicación del IP del ordenador que interactúa con el dato, el resto de los datos suele ser bastante fiable. En el caso de las redes sociales por las características de estas, ameritan por lo general análisis de sensibilidad que no necesariamente son capaces de recoger en forma nítida e íntegra la intención que tenía el emisor a la hora de transmitir un mensaje, sin embargo, a través de la interpretación del lenguaje natural se puede extraer información de suficiente valor para su uso.

DOCUMENTACIÓN DEL PROCESO DE RECOLECCIÓN DE DATOS

Un procedimiento de recolección de datos formal nos exige que se documente de manera clara cómo se recolecta el dato. En este caso se hace referencia a la herramienta utilizada para su recolección, cuál es la población estadística relacionada con el estudio, si el estudio se sigue a una muestra representativa, debe definirse también de forma clara y suficiente el proceso de selección de dicha muestra, también se debe fijar el espacio temporal durante el cual se extraerán o recolectarán los datos, así como el período al que corresponde y a qué formato de fuente secundaria puede tener una data anterior al del propio estudio desarrollado, es decir, se puede tener un récord histórico.

Para documentar un proceso de recolección de datos se debe seguir la metodología descrita para el desarrollo de investigaciones científicas, atendiendo también a cualquier aspecto normativo formal o alguna norma no escrita relacionada con las buenas prácticas en el espacio de investigación en el cual se desenvuelva.

BIBLIOGRAFÍA

- [1] Boletín Científico de las Ciencias Económico Administrativas del ICEA, Vol. 9, No. 17 (2020) 51-53.
- [2] Técnicas de investigación cuantitativa para recolectar datos [En línea]. Questionpro.com. 2020 [citado el 8 de octubre de 2021]. Disponible en: <https://www.questionpro.com/blog/es/tecnicas-de-investigacion-cuantitativa/>
- [3] Tipos de encuestas [En línea]. Questionpro.com. [citado el 18 de octubre de 2021]. Disponible en: <https://www.questionpro.com/es/tipos-de-encuestas.html>
- [4] Iglesias Y. En qué consiste un focus group [En línea]. Designthinking.gal. 2017 [citado el 18 de octubre de 2021]. Disponible en: <https://designthinking.gal/el-focus-group-o-grupo-de-discusion/>.