



CAPITULO III

MARCO METODOLÓGICO

CAPÍTULO III

MARCO METODOLÓGICO

1. TIPO DE INVESTIGACIÓN

Una investigación es un proceso mediante el cual se buscan datos, se analizan, se llegan a conclusiones sobre determinados temas. Los tipos de investigación que se utilizaron fueron proyecto factible, descriptiva y de campo.

La investigación tipo proyecto factible se relacionó con la presente ya que en la misma se recolectaron y analizaron datos, para así poder realizar el diseño de una campaña publicitaria de la Corporación Digitel, para la difusión sobre la responsabilidad social que esta necesita.

Para el autor Hurtado (2000, p.114), este tipo de investigación propone soluciones a una situación determinada a partir de un proceso de indagación, implica explorar, descubrir, explorar, explicar y proponer alternativas de cambio, mas no necesariamente ejecutar la propuesta.

Por otra parte, Ramos (2001, p. 225), el proyecto factible consiste en la elaboración de una propuesta de un modelo operativo viable o una solución posible a un problema práctico, para satisfacer necesidades de una institución o un grupo social

La investigación es de tipo descriptiva, ya que se realizó con el objetivo de conocer la difusión de la responsabilidad social de la corporación Digitel en el municipio Maracaibo, reflejando el resultado de la misma en el diseño de una campaña publicitaria.

Para los autores Hernández, Fernández y Baptista (2006, p.102) los estudios descriptivos buscan especificar las propiedades, las características y los perfiles de las personas, grupos, comunidades, procesos, objetos o cualquier otro fenómeno que se someta a un análisis. Es decir, miden, evalúan o recolectan datos sobre diversos conceptos (variables), aspectos, dimensiones o componentes del fenómeno a investigar. En un estudio descriptivo se selecciona una serie de puntos y se mide o recolecta información sobre cada uno de ellos.

A su vez, Risques, Rubio y Pereira (1999, p.39), el tipo de investigación descriptiva corresponde al segundo nivel, de allí que su profundidad sea mayor, dado que va más allá de la exploración porque con ella se debe medir las variables que intervienen en el estudio, las características, las actitudes, el comportamiento de las ciudades investigadas. Responde ¿a cuánto?, ¿en qué medida?, ¿cómo? y ¿dónde?

Se evidencia a su vez una investigación de campo, tomando en cuenta que se realizó con un directivo de la empresa y con su público objetivo, con la finalidad de obtener resultados lo más real y acertados posibles, es decir, se llevó a cabo en el sitio donde se encuentra ubicado el objeto de estudio. La investigación de campo según Tamayo y Tamayo (2006, p.110), es

cuando los datos se recogen directamente de la realidad, por lo cual se les denomina primarios, su valor radica en que permiten cerciorarse de las verdaderas condiciones en que se han obtenidos los datos, lo cual facilita su revisión o modificación en caso de surgir dudas.

Por otra parte, los autores Risques, Rubio y Pereira (1999, p.41), afirman que en el tipo de investigación de campo el investigador se basa en métodos que permiten recoger datos en forma directa de la realidad donde se presentan, en el sitio del acontecimiento.

2. DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN

La presente investigación contó con un diseño transversal y no experimental. La investigación fue transversal porque se utilizaron muestras de la población, la cual estuvo conformada por el público marabino. Por lo que para los autores Hernández, Fernández y Baptista (2006, p.208), los diseños de investigación transeccional o transversal recolectan datos en un solo momento, en un tiempo único. Su propósito es describir las variables y analizar su incidencia e interrelación en un momento dado.

Por otra parte, el autor Naresh (2004, p.80), plantea que el estudio transversal es el diseño descriptivo que se utiliza con más frecuencia en investigación de mercados. El diseño transversal incluye la recolección de información de una muestra dada de elementos de población de una sola vez.

Esta investigación se realizó con un diseño no experimental, considerando

que la misma no busca persuadir ni manipular el objeto de estudio, sino analizarlo y evaluarlo desde su contexto real y natural, para así proceder a la obtención de resultados.

Según Hernández, Fernández y Baptista (2006, p.205), la investigación no experimental se define como la investigación que se realiza sin manipular deliberadamente variables. Es decir, se trata de estudios donde no se hace variar en forma intencional las variables independientes para ver su efecto sobre otras variables. Lo que se hace en la investigación no experimental es observar fenómenos tal como se dan en su contexto natural, para después analizarlos.

A su vez, el autor Gómez (2006, p. 102), define la investigación no experimental como la que se realiza sin utilizar deliberadamente variables. Lo que se hace es observar fenómenos tal y como se dan en su contexto natural, para después analizarlos. En la investigación no experimental no es posible asignar aleatoriamente a los participantes o tratamientos.

3. POBLACIÓN OBJETO DE ESTUDIO

Según el autor Bavaresco (2001, p.91), se define como el conjunto total de unidades de observación que se consideran en el estudio (nación, estados, grupos, comunidades, objetos, instituciones, asociaciones, actividades, acontecimientos, establecimientos, personas, individuos), es decir, la población es la totalidad de los elementos que forman un conjunto.

Por otra parte, los autores Tamayo y Tamayo (2006, p.176) la definen como la totalidad de un fenómeno de estudio, incluye la totalidad de unidades de análisis o entidades de población que integran dicho fenómeno y que debe cuantificarse para un determinado estudio integrando un conjunto N de entidades que participan de una determinada característica, y se le denomina población por constituir la totalidad del fenómeno adscrito a un estudio o investigación.

Esta investigación está representada por dos tipos de población distribuidas de la siguiente manera

- A) La gerente de la corporación Digitel.
- B) Los habitantes del municipio Maracaibo con un total de 1.450.665 habitantes.

La población (A) de esta investigación se caracteriza por ser finita, ya que está representada por un solo sujeto. Así mismo Arias, (2006, p. 82) afirma que la población finita es la agrupación en la que se conoce la cantidad de unidades que la integran. Además, existe un registro documental de dichas unidades. A la cual se le aplicara un censo poblacional, que según Tamayo y Tamayo, (2007, p. 309) es la muestra en la cual entran todos los miembros de la población, es decir, el tipo de muestra más representativo.

El otro tipo de población, se delimitará en el municipio Maracaibo según sus parroquias, totalizándola en un millón cuatrocientos cincuenta mil seiscientos sesenta y cinco (1.450.665) habitantes, Para Arias, (2006, p. 82) la población infinita es aquella en la que se desconoce el total de elementos

que la conforman, por cuanto no existe un registro documental de estos debido a que su elaboración sería prácticamente imposible. Dicha población está distribuida de la siguiente forma.

Cuadro 3
Distribución de la Población

PARROQUIA / MUNICIPIO	N° DE HABITANTES
MUNICIPIO MARACAIBO	1.450.665
Antonio Borjas Romero	89.477
Bolívar	25.672
Cacique Mara	69.768
Caracciolo Parra Pérez	51.457
Cecilio Acosta	65.039
Cristo De Aranza	113.107
Coquivacoa	87.489
Chiquinquirá	63.760
Francisco E. Bustamante	179.159
Idelfonso Vásquez	122.902
Juana De Ávila	78.335
Luis Hurtado Higuera	81.143
Manuel Dagnino	92.021
Olegario Villalobos	76.351
Raúl Leoni	75.336
Santa Lucía	41.725
San Isidro	20.775
Venancio Pulgar	117.149

Fuente: Elaboración propia (2012)

4. MUESTRA

Según Tamayo y Tamayo (2006, p.176) afirman que a partir de la población cuantificada para una investigación se determina la muestra, cuando no es posible medir cada una de las entidades e población; esta muestra, se considera, es representativa de la población.

La muestra descansa en el principio de que las partes representan el todo y por tanto refleja las características que definen la población de la cual fue extraída, lo cual indica que es representativa. Es decir, que para hacer una

generalización exacta de una población es necesaria una muestra totalmente representativa y, por lo tanto, la validez de la generalización depende de la validez y tamaño de la muestra.

Por otra parte, los autores Hernández, Fernández y Baptista (2006, p.236), la muestra es un subgrupo de la población de interés (sobre el cual se recolectarán datos, y que tiene que definirse o delimitarse de antemano con precisión), éste deberá ser representativo de la población. El investigador pretende que los resultados encontrados en la muestra logren generalizarse o extrapolarse a la población. El interés es que la muestra sea estadísticamente representativa.

Para la presente investigación, se propuso la siguiente fórmula:

$$n = \frac{4 \times p \times q}{(E)^2}$$

4 = Constante

P = Probabilidad de éxito

Q = Probabilidad de error

E = Margen de error que indica el investigador

FÓRMULA PARA CALCULAR MUESTRA SEGÚN SIERRA BRAVO

$$n = \frac{4 \times 50 \times 50}{(8)^2} = \frac{10.000}{64} = 156,2 = 156$$

La muestra obtenida tras la aplicación de la fórmula de Sierra es de 156,2 personas, a las cuales se les aplicó los instrumentos.

4.1 MUESTREO

Afirma Méndez, (2003, p. 182) que el muestreo es el que permite al investigador, por un lado, seleccionar las unidades de población a las que se les requerirá información, y por el otro, interpretar los resultados con el fin de estimar los parámetros de la población sobre la que se determina la muestra para probar las hipótesis.

Por otra parte, para los autores Tamayo y Tamayo (2006, p.177), definen el muestreo como un instrumento de gran validez en la investigación, con el cual el investigador selecciona las unidades representativas a partir de las cuales obtendrá los datos que le permitirán extraer inferencias acerca de la población sobre la cual se investiga.

Según Hernández, Fernández y Baptista (2006, p. 240), la muestra probabilística es aquella donde todos los elementos de la población tienen la misma posibilidad de ser escogidos y se obtienen definiendo las características de la población y el tamaño de la muestra, y por medio de una selección aleatoria o mecánica de las unidades de análisis. Muestreo aleatorio simple o al azar consiste en la selección al azar para obtener una muestra representativa, donde cada uno de los individuos de una población tiene la misma posibilidad de ser elegido.

El cálculo de muestreo se realizó a través de la fórmula de Sheaffer, donde n_1 representa la cantidad de personas de cada parroquia, n_2 es el total de habitantes del municipio Maracaibo y n_3 la muestra obtenida.

FÓRMULA PARA CALCULAR MUESTREO SEGÚN SHEAFFER

$$n = \frac{n_1}{n_2} \cdot n_3$$

Cuadro 4
Muestreo

PARROQUIA	Nº DE HABITANTES	MUESTREO
Antonio Borjas Romero	89.477	10
Bolívar	25.672	3
Cacique Mara	69.768	8
Caracciolo Parra Pérez	51.457	6
Cecilio Acosta	65.039	7
Cristo De Aranza	113.107	12
Coquivacoa	87.489	9
Chiquinquirá	63.760	7
Francisco E. Bustamante	179.159	2
Idelfonso Vásquez	122.902	13
Juana De Ávila	78.335	8
Luis Hurtado Higuera	81.143	9
Manuel Dagnino	92.021	10
Olegario Villalobos	76.351	8
Raúl Leoni	75.336	8
Santa Lucía	41.725	5
San Isidro	20.775	2
Venancio Pulgar	117.149	13
TOTAL	1.450.665	156

Fuente:Castiblanco, González (2012)

5. TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE DATOS

Según Tamayo y Tamayo (2007, p.211) afirma que las técnicas de recolección de datos es la parte operativa del diseño investigativo y específica concretamente como se hizo la investigación. Hace relación al procedimiento, condiciones y lugar de la recolección de datos. La técnica e

instrumento de recolección de datos que se utilizó la encuesta tipo cuestionario y la entrevista.

5.1 INSTRUMENTO

Según el autor Rosendo (2003, p. 93), define los instrumentos como los medios que utiliza el investigador para medir el comportamiento o atributo de las variables. Entre ellos se pueden mencionar: los cuestionarios, las entrevistas, escalas de clasificación, entre otros.

Por otro lado Tamayo y Tamayo (2001, p. 210) plantean que estos deberán ser estructurados de acuerdo al tipo de investigación adoptado y cumplir con el requisito fundamental de validez.

Para la presente investigación se utilizó la encuesta en su modalidad de entrevista, la cual está definida por Bavaresco, (2006, p.108) como la observación de los datos de manera verbal por parte del (la) informante. (Ver Anexo B, P.139)

Es una fuente primaria, es decir, dicha entrevista se aplicó a una fuente viable dentro de la empresa para la obtención de respuestas de las preguntas a realizarse; la misma se aplicó al gerente general de la región occidente de la corporación Digitel a través de 43 preguntas abiertas.

A su vez, se elaboró un cuestionario para el público objetivo definido por Tamayo y Tamayo, (2007, p.211) como instrumentos que consisten en una serie de preguntas a las que contesta el mismo respondedor; se realizó este tipo de instrumento al público debidamente seleccionado del municipio

Maracaibo, mediante 14 ítems de alternativas múltiples. (Ver Anexo B, P.142)

6. VALIDEZ Y CONFIABILIDAD

En lo que se refiere a la validez, Chávez (2007, p.193) en todo ante-proyecto de investigación que se incluya la medición de variables con algún cuestionario, requiere de la planificación del procedimiento de cómo lograr la validez, dependen de las características del mismo, especialmente de la escala y número de alternativas.

Este instrumento se validó por los miembros del comité académico de la Facultad de Humanidades y Educación, Escuela de Comunicación Social, Publicidad y Relaciones Públicas, conocedores de la investigación.(Ver Anexo A, P.120)

Según Rosendo (2003, p. 95), la confiabilidad es el grado con el que se obtienen resultados similares en distintas aplicaciones. Para la presente investigación, de acuerdo a las preguntas realizadas en el instrumento, se trabajó con el coeficiente de estabilidad.

COEFICIENTE DE ESTABILIDAD

$$rtt = \frac{\sum X_1 \cdot X_2 / n - (\bar{X}_1) \cdot (\bar{X}_2)}{(S_1) \cdot (S_2)}$$

Donde:

rtt = es el coeficiente confiabilidad de estabilidad.

$\sum X_1 \cdot X_2$ = es la sumatoria de los productos cruzados de la primera prueba por la segunda prueba.

$(\bar{X}_1) \cdot (\bar{X}_2) =$ es la Media de la primera prueba por la media de la segunda prueba.

$(S_1) \cdot (S_2) =$ es la desviación estándar de la primera prueba por la desviación estándar de la segunda prueba.

Para público externo:

$$r_{tt} = \frac{1935,1 - 1866,24}{77,04} = \frac{68,86}{77,04} \quad r_{tt} = 0.89$$

Luego de aplicada la formula anteriormente presentada, se hallo como resultado 0.89% de confiabilidad. (Ver Anexo C, P.150)

Cuadro 5
Baremo para la interpretación de la confiabilidad

BAREMO	INTERPRETACIÓN
0.81 a 1.00	Muy Alto
0.61 a 0.80	Alto
0.41 a 0.60	Moderado
0.21 a 0.40	Bajo
0.01 a 0.20	Muy Bajo

Fuente: Adaptación Ruiz (1998)

Según el cuadro de Baremo para la interpretación de la confiabilidad, muestra que el cuestionario como instrumento aplicado al público externo tiene una confiabilidad muy alta, ya que los valores obtenidos son mayores a 0.89, lo que hace el instrumento altamente confiable.

7. TÉCNICAS DE ANÁLISIS

Para los autores Hernández, Fernández y Baptista (2006, p. 356), el análisis de datos o de contenido se define como la técnica utilizada para estudiar la comunicación de una manera objetiva, sistemática y la cual

cuantifica los contenidos en categorías. Esta se efectúa por medio de la codificación, es decir, el proceso en virtud del cual las características relevantes del contenido de un mensaje se transforman a unidades que permitan su descripción y análisis precisos.