

Design Toolkit

Mètodes

Desk research



Fets

-  **Durada**
Mitjana
-  **Dificultat**
Baixa
-  **Expertesa**
Mitjana
-  **Participants**
Pocs

Clasificació

Quantitatiu	✗
Qualitatiu	✗
Amb usuaris	✗
Expert	✓
Exploratori	✓
Síntesi	✗

Què és?

El *desk research* també anomenat *secondary research* consisteix en recollir informació a partir d'estudis i investigacions realitzades i que ja han publicat els seus resultats.

Sovint es parla que hi ha dos tipus de *desk research*, l'intern i l'extern. El *desk research* intern basa les seves fonts d'informació en la pròpia organització o, si és el cas, en la informació que proporciona el client d'un projecte. Per la seva banda, el *desk research* extern utilitza fonts d'informació com ara dades de caire més estadístic i social (elaborades per organismes públics), així com les més orientades al consum o recerca (elaborades per empreses i universitats). Així, el tipus d'informacions que ofereix cadascú tindrà un biaix molt diferent: la informació de caire públic o governamental la trobarem a instituts d'estadística o institucions temàtiques específiques; les informacions de recerca les trobem en bases de dades acadèmiques, normalment de pagament; i les informacions de tendències i consum les elaboren normalment empreses privades i són també de pagament, algunes d'aquestes empreses són Nielsen, Pew o Gartner.

La recerca secundària resulta útil a l'inici del projecte ja que a partir de les necessitats del projecte ens permet identificar allò que ja se sap i allò que hem d'investigar. És important diferenciar clarament i no barrejar dades entre la recerca del projecte i la recerca secundària.

Materials

Accés a fonts d'informació i bases de dades d'informes i articles que poden ser de pagament.

Quan?

És útil en la fase d'investigació per a enfocar les nostres hipòtesis inicials o per a orientar els objectius de recerca.

Com?

Cal conèixer les fonts d'informació i el tipus d'informes i articles que s'hi

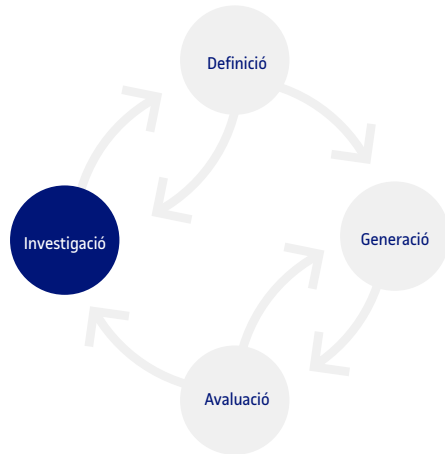
Generatiu



Avaluació



Etapa



troben.

És necessària una certa experiència per a buscar i trobar la informació adequada i per a saber-la interpretar correctament.

És recomanable contrastar les fonts de les dades dels articles i dels informes.

Algunes fonts d'informació són:

- World Data Bank – <http://databank.bancomundial.org/data/home.aspx>
- Pew Research Center – <http://www.pewsocialtrends.org/>
- Centro de Investigaciones Sociológicas – <http://www.cis.es/>
- Open Data Barcelona – <http://opendata-ajuntament.barcelona.cat/ca>
- Nielsen – <http://nielsen.com/>
- Gartner – <http://gartner.com/>

Avantatges

Proporciona informació prèvia al projecte que permetrà orientar decisions i la pròpia investigació del projecte.

Permet disposar d'informació que per la seva temàtica, abast o cost, quedarien fora dels mitjans del projecte.

Inconvenients

A vegades s'utilitza el *desk research* com a substitut de l'etapa d'investigació d'un projecte. Això va en detriment del valor del projecte i d'arribar a un producte final centrat en els seus usuaris.

Referències

Desk research: the what, why and how

<http://www.userfocus.co.uk/articles/desk-research-the-what-why-and-how.html>