

OBSERVACIÓN CIENTÍFICA:

Tiene un enfoque paulatino y progresivo

La observación comienza **en el momento de inmersión inicial** y allí, en dependencia de la situación y del conocimiento del investigador sobre la misma, **puede existir un formato o guía para la observación o no existir**. A veces, es tan simple como una hoja dividida en dos: de un lado se registran las anotaciones descriptivas de la observación y del otro las interpretativas.

Conforme avanza la inducción puedes ir generando listados de elementos que no debes dejar fuera y unidades que deben analizarse. Día con día, el investigador decide qué es conveniente observar o qué otras formas de recolección de los datos es necesario aplicar para obtener más datos, pero siempre con la mente abierta a nuevas unidades y temáticas. Después de la inmersión inicial y de que sabes ya en qué elementos enfocarte, puedes diseñar ciertos formatos de observación.

EJEMPLO DE GUÍA DE OBSERVACIÓN UTILIZADA PARA EL INICIO DEL ESTUDIO SOBRE LA MODA Y LA MUJER MEXICANA.

Se inició inductivamente. Primero se realizó una inmersión en el ambiente (en este caso, los departamentos o secciones de ropa para damas adultas y adolescentes de las tiendas de la cadena en cuestión). Después se observó, de manera abierta durante una semana, la conducta de compra de distintas mujeres en tales secciones.

De esta observación (que evidentemente no se guiaba por un formulario o formato) se precisaron algunos elementos que deberían considerarse y se elaboró una guía de observación, para continuar con más observaciones enfocadas.

Fecha: 6/VIII/02

Lugar: tienda de Cuernavaca.

Observador: _____

Hora de inicio: 11:20

Hora de terminación: 13:30

Episodio: desde que la cliente ingresa al área de ropa y accesorios para mujeres y hasta que sale.

Sección a la que se dirige primero: ropa casual (cómoda).

Prendas y marcas de ropa que elige ver: vestidos (marcas: Marcia, Rocío, Valente), blusas (Rocío, Clareborma).

Colores de los vestidos: blanco, azul marino, negro.

Colores de las blusas: blanco y azul marino.

Prendas y marcas de ropa que decide probarse: vestido (Rocío) y blusas (Clareborma).

Colores de los vestidos: blanco y azul marino.

de las blusas: blanco y azul marino.

Prendas y marcas de ropa que decide comprar: vestido (Rocío) color blanco.

Tiempo de estancia en la sección: 60 minutos.

Sección a la que se dirige después (segundo lugar): vestidos de noche (para fiesta).

Prendas y marcas de ropa que decide ver: vestidos de seda negra (Rocío).

Prendas y marcas de ropa que decide probarse: ninguna.

Prendas y marcas de ropa que decide comprar: ninguna.

Tiempo de estancia en la sección: 30 minutos.

Sección a la que se dirige en tercer lugar: accesorios para dama.

Prendas y marcas que decide ver: brazaletes de fantasía dorados (Riggi), relojes negros (Moss) y bufandas negras, cuadros verdes y azules (La Escocesa y Abril).

Prendas y marcas de ropa que decide probarse: bufanda negra (Abril).

Prendas y marcas de ropa que decide comprar: bufanda de cuadros verdes y azules (La Escocesa).

Tiempo de estancia en la sección: 40 minutos.

Sección a la que se dirige en cuarto lugar: Etcétera.

Descripción de la experiencia de compra:

la mujer entró al área seria, con expresión adusta, sin dirigir su atención a ninguna persona y sin mirar nada en especial. Iba vestida con ropa casual informal, con la falda hasta el tobillo. Su ropa en tonos café, al igual que su bolso. Al ver un maniquí con la nueva colección de trajes de baño (verde fosforescente) se detuvo a mirarlo (le llamó la atención) y sonrió, dejando atrás su actitud seria; cambió su humor, se relajó y al estar en la sección de ropa casual se mostró alegre y entretenida. Así se mantuvo durante toda su estancia en el área de ropa y accesorios para mujeres.

Experiencia de compra:

satisfactoria, pues no mostró ninguna molestia y sonrió durante toda su estancia; estuvo alegre y contenta, y fue amable con el personal que la atendió. Sus ojos se abrían cuando una prenda o un artículo le agradaba.

Quejas: Ninguna.

Felicitaciones al personal o comentarios positivos: le comentó a una dependienta: "Hoy aquí me cambiaron el día".

Acudió: (Sola Acompañada de: _____)

Observaciones: le llamaron la atención los maniqués con trajes de baño y los aparadores (vitriñas) con los relojes.

Pagó con tarjeta de crédito y salió contenta con sus compras; incluso se despidió del guardia de la puerta de salida.

Nivel socioeconómico aparente de la cliente: A/B (media alta).

Edad aproximada: 48 años.

Nota: Las marcas reales han sido sustituidas por nombres ficticios.

EJEMPLO DE GUÍA DE ENTREVISTA:
Guía de entrevista sobre el clima laboral

Fecha:

Hora:

Lugar (ciudad y sitio específico):

Entrevistador: _____

Entrevistado (nombre, edad, género, puesto, dirección, gerencia o departamento):

Introducción

Descripción general del proyecto (propósito, participantes elegidos, motivo por el cual fueron seleccionados, utilización de los datos).

Características de la entrevista (Confidencialidad, duración aproximada).

Preguntas:

1. ¿Qué opina de esta empresa?
2. ¿Cómo se siente trabajando en esta empresa?
3. ¿Cómo se siente en cuanto a su motivación en el trabajo?
4. ¿Cómo es la relación que tiene con su superior inmediato o jefe?
5. ¿Qué tan orgulloso se siente de trabajar aquí en esta empresa?
6. ¿Qué tan satisfecho está en esta empresa?, ¿Por qué?
7. Si compara el trabajo que realiza en esta empresa con trabajos anteriores, ¿en cuál se sintió mejor?, ¿Por qué?
8. Si le ofrecieran empleo en otra empresa, pagándole lo mismo, ¿cambiaría de trabajo?
9. ¿Cómo es la relación que tiene con sus compañeros de trabajo?, ¿Podría describirla?
10. ¿Qué le gusta y qué no le gusta de su trabajo en esta empresa?
11. ¿Cómo ve su futuro en esta empresa?
12. Si estuviera frente a los dueños de esta empresa, ¿qué les diría?, ¿Qué no funciona bien?, ¿Qué se puede mejorar?
13. ¿Qué opinan sus compañeros de trabajo de la empresa?, ¿Qué tan motivados están?
14. ¿Qué les gustaría cambiar a ellos?

Observaciones:

Dé las gracias e insista en la confidencialidad y la posibilidad de participaciones futuras.

GRUPOS DE ENFOQUE

Pasos para realizar las sesiones de grupo

Los pasos fundamentales para este fin son:

1. Determinar un número provisional de grupos y sesiones que habrán de realizarse (y como se te mencionó, tal número se puede acortar o alargar de acuerdo con el desarrollo del estudio).
2. Definir el perfil de personas (tipos) que habrán de participar en la sesión o sesiones. Regularmente, durante la inmersión te percatas del perfil de los individuos adecuados para los grupos; pero también este puede modificarse si la investigación lo requiere.

Algunos ejemplos de perfiles son:

- Jóvenes con problemas de adicciones a estupefacientes, hombres y mujeres entre los 16 y 19 años de cierto barrio de una ciudad.
- Mujeres limeñas de 45 a 60 años divorciadas recientemente (hace un año o menos) de nivel económico alto (A).
- Pacientes terminales de cáncer que no tengan familia, que sean mayores de 70 años y estén en hospitales públicos de una ciudad, etcétera.

3. Detectar personas del tipo elegido e invitarlas a las sesiones.
4. Organizar la sesión o sesiones en un lugar confortable, silencioso y aislado. Los participantes deben sentirse tranquilos y relajados. Asimismo, es indispensable que planees lo que se va a tratar en cada sesión (preparar una agenda) y asegurar los detalles (aun cuestiones sencillas, como servir café, té y refrescos; no te olvides de colocar identificadores con el nombre de cada participante o etiquetas pegadas a la ropa).
5. Llevar a cabo cada sesión.
El moderador puedes ser tú o aún mejor, un especialista (para que tú observes, grabes y tomes notas). Él tiene que crear un clima de confianza entre los participantes. También, debe ser un individuo paciente y que no sea percibido como distante por ellos y que propicie la intervención ordenada y la interacción entre todos.
Durante la sesión se pueden solicitar opiniones, hacer preguntas, administrar cuestionarios, discutir casos, intercambiar puntos de vista y valorar diversos aspectos. Es necesario que cada sesión se grabe en audio o video (resulta mucho más recomendable esta segunda opción, porque así se dispone de mayor evidencia no verbal en las interacciones, como gestos, posturas corporales o expresiones por medio de las manos) y después realizar análisis de contenido y observación. El conductor debe tener muy en claro la información o los datos que habrán de recolectarse y debe evitar desviaciones del objetivo planteado, aunque tendrá que ser flexible.
6. Elaborar el reporte de la sesión, el cual incluye principalmente:
 - Datos sobre los participantes (edad, género, nivel educativo y todo aquello que sea relevante para el estudio).

- Fecha y duración de la sesión (hora de inicio y terminación).
- Información completa del desarrollo de la sesión, actitud y comportamiento de los participantes hacia el moderador y la sesión en sí, resultados de la sesión.
- Observaciones del conductor, así como una bitácora de la sesión. Es prácticamente imposible que el guía tome notas durante la sesión, por lo que como dijimos estas pueden ser elaboradas por ti u otro investigador.

EJEMPLO DE Guía de temas para GRUPO DE DISCUSIÓN SOBRE: la moda y la mujer mexicana

Departamento de ropa y accesorios para mujeres

A. Preferencia de tiendas

1. ¿Qué tiendas departamentales o boutiques han visitado últimamente?
2. ¿Por qué razón han visitado esas tiendas?
3. ¿Cuál es la tienda que prefieren visitar? ¿Por qué?
4. ¿Qué tan seguido visitan su tienda favorita?

B. Percepción del departamento de ropa y accesorios para mujeres de LLL

1. ¿Qué secciones del departamento de ropa y accesorios para mujeres conocen?
2. ¿Qué secciones considerarían las mejores del departamento de ropa y accesorios para mujeres?
3. ¿Cuáles serían las secciones del departamento de ropa y accesorios para mujeres que se necesitan mejorar?
4. Dentro de todo el departamento de ropa y accesorios para mujeres, ¿qué servicios de LLL consideran son mejores que los de otras tiendas?
5. ¿Cómo calificarían al personal en el departamento de ropa y accesorios para mujeres?
6. En cuanto a las tallas, ¿siempre...
 - a) encuentran de todo?
 - b) hay secciones para tallas extra grandes o pequeñas?
 - c) está bien surtido?
 - d) los precios son accesibles?
- 7a. ¿Cómo evaluarían la ropa y prendas que vende el departamento de ropa y accesorios para mujeres en cuanto a...?
 - a) calidad?
 - b) surtido?
 - c) moda?
- 7b. ¿Cómo evaluarían las ofertas especiales en la ropa que vende el departamento de ropa y accesorios para mujeres en cuanto a...?
 - a) calidad?
 - b) surtido?
 - c) moda?

C. Percepción de la moda

1. ¿Qué es estar a la moda?
2. ¿Qué marcas consideran que están a la moda?
3. ¿Cuál tienda departamental opinan que está más a la moda?
4. ¿Qué entienden por...

- a) calidad?
- b) surtido?
- c) moda?

D. Evaluación de las secciones de LLL

A continuación, voy a preguntar por cada una de las secciones que tiene el departamento de ropa y accesorios para mujeres, y me gustaría saber qué opinan respecto a: surtido, calidad, precio y moda.

- a) Ropa casual.
- b) Conjuntos de vestidos, trajes sastre, pantalones o faldas de vestir (ropa formal).
- c) Vestidos para fiesta o noche.
- d) Zapatos elegantes y exclusivos.
- e) Zapatos del diario y casuales.
- f) Ropa interior (lencería, corsetería).
- g) Tallas pequeñas (petite) (explicar previamente el término).
- h) Tallas grandes.
- i) Pijamas.
 - ¿Qué prenda utilizan para dormir?
 - ¿Qué factores son importantes para ustedes al elegir una prenda de dormir?
- j) Joyería de fantasía.
- k) Trajes de baño.
- l) Bolsas, accesorios, lentes, sombreros, mascaradas, etcétera.
- m) Joyería fina.

En caso que lo amerite:

- n) Maternidad.
- o) Uniformes.

E. Percepción de LLL en comparación con la competencia

Comparen a LLL con la competencia. Evalúen las ventajas y desventajas que tiene el departamento de ropa y accesorios para mujeres en ambas tiendas, en cuanto a...

- a) productos.
- b) precio.
- c) calidad.
- d) variedad.
- e) personal (atención, servicio, conocimiento de los productos que venden, etcétera).
- f) moda.
- g) surtido.
- h) probadores.
- i) publicidad.

F. Sugerencias

1. Para finalizar, ¿qué sugerencias le haría al departamento de ropa y accesorios para mujeres de esta tienda?
2. Comentarios generales.

Fecha: _____ Hora: _____ Moderador: _____