

ASIGNATURA

METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN CIENTÍFICA

CONTENIDISTA: PROF. LIC. RUBÉN JOSÉ RODRÍGUEZ

MÓDULO 4

DISEÑO DE LA METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

2010



UNIVERSIDAD CAECE

MAPA DEL MÓDULO 4

Objetivos

Que usted pueda:

- A partir de la construcción de un problema, la formulación de objetivos de investigación, la elaboración del marco conceptual y el estado del arte, pueda definir:
- La **estrategia de investigación**, elegir el **tipo de investigación o estudio** adecuado, y formular el **tipo de diseño de investigación** pertinente: **diseños exploratorios, descriptivos, correlacionales o explicativos**.
- Seleccionar el **técnica de recolección de datos** y construir el/los **instrumentos de recolección** de datos cuantitativos y cualitativos, según la estrategia de investigación y el tipo de diseño de investigación.
- Visualizar ejemplos de aplicación de dichos conceptos volcados en los diagramas que acompañan al módulo.
- Ejercitarse aplicando las **pautas de la Prácticas para el alumno**, utilizando el conocimiento acumulado que Ud. posee sobre un tema que Ud. lo haya investigado y desarrollado en trabajos anteriores, y de ese modo pueda ir avanzando en su proyecto de investigación (Trabajo Final).

Contenidos

Para lograr estos objetivos, le ofreceremos información sobre:

- I. Tipos de estrategias metodológicas
 - Estrategia metodológica cuantitativa
 - Estrategia metodológica cualitativa
 - Estrategia metodológica de triangulación
- II. Tipos de investigación
 - Diseños exploratorios
 - Diseños descriptivos
 - Diseños correlacionales
 - Diseños explicativos
- III. Técnicas de investigación
 - Técnicas cuantitativas de recolección de datos
 - Encuesta
 - Análisis de contenido
 - Técnicas cualitativas de recolección de datos
 - Entrevista en profundidad (Deep interviewing)
 - La técnica de grupo (Focus groups)
- IV. Prácticas para el alumno – Módulo 4: Aplicar los conceptos del módulo 4 sobre un tema del Proyecto de Investigación.

Palabras claves

Estrategias metodológicas – investigación cualitativa – investigación cualitativa – investigación cuali-cuantitativa – diseños exploratorios, descriptivos, correlacionales y explicativos – técnicas de recolección de datos.

Trabajo interactivo

Participe en los foros, formule consultas sobre temas que tenga dudas.

Tema del Foro: ¿En su institución realizan investigaciones en el área de salud? ¿Qué área temática, qué tema, qué problema le interesaría investigar en su institución?

Prácticas para el alumno

Estas actividades son de suma utilidad pues le permitirán adquirir experiencia en la elaboración de su proyecto de investigación cumplimentando el protocolo de investigación de OPS/OMS. **Nota:** No remita las prácticas al tutor, es para su exclusivo uso. El único documento que será evaluado es el Formulario de Investigación OPS/OMS (Trabajo Final). Vaya realizando avances parciales y en caso de tener dudas formule las consultas al tutor.

Diagramas:

1. Ejemplo de investigación cuantitativa en Salud
2. Ejemplo de investigación cualitativa en Salud
3. Tipología de investigación
4. Cubo metodológico
5. Técnicas de recolección y análisis de datos
6. Técnicas cuantitativas y cualitativa de recolección de datos
7. Diferencias entre grupos motivacionales y grupos creativos

Referencias bibliográficas

- Bordeleau, Y.; Brunet, L.; Haccoun, R. R.; Rigny, A. J. y Savoie, A. (1987). *Modelos de investigación para el desarrollo de recursos humanos*. México: Editorial Trillas.
- Cea D'Ancona, Ma. A. (1999). *Metodología cuantitativa. Estrategias y técnicas de investigación social*. 2ª reimp. Madrid: Síntesis.
- Clínica Ginecológica Almería, España (2004-2006). *Estudio cuantitativo y comparativo en relación al aborto y otros aspectos de la salud reproductiva en mujeres inmigrantes*. Consultado 30-06-10 en: <http://www.ginealmeria.com/pdf/Postinm06GA.pdf>
- Delgado, J. M. y Gutiérrez, J. (1995). *Métodos y técnicas cualitativas de investigación en ciencias sociales*. Madrid: Editorial Síntesis.
- Hernández Sampieri, R.; Fernández Collado, C. y Baptista Lucio, P. (1998). *Metodología de la Investigación*. 2ª ed. México: McGraw-Hill.
- Jones, D.; Manzelli, H. y Pecheny, M. (2004). *Grounded Theory. Una aplicación de la Teoría Fundamentada a la Salud*, Cinta de Moebio. Marzo n° 019. Universidad de Chile. 2004. Consultado 30-06-10 en: <http://redalyc.uaemex.mx/redalyc/src/inicio/ArtPdfRed.jsp?iCve=10101904>
- King, G.; Keohane, R. O. y Verba, S. (2000). *La ciencia en las ciencias sociales*. Madrid: Alianza editorial
- Ortega Martínez, E. (1981). *Manual de investigación comercial*. Madrid: Editorial Pirámide.
- Quiroz, Ma. E. (2003). *Hacia una didáctica de la investigación*. Editorial Aula. México.
- Pérez Serrano, G. (1994). *Investigación cualitativa. Retos e interrogantes*. I. Métodos. Madrid: Editorial La Muralla.
- Rojas Soriano, A. J.; Fernández Prados, J. S. y Pérez Meléndez, C. (1988). *Investigar mediante encuestas. Fundamentos teóricos y aspectos prácticos*. Madrid: Editorial Síntesis.

Rojas Soriano, R. (1989). *Investigación social teoría y praxis*. México: Editorial Plaza y Valdez.

Selltiz, C.; Wrightsman, L. S.; y Cook, S. W. (1980). *Métodos de investigación en las relaciones sociales*. Madrid: Ediciones Rialp.

Valles, M. S. (1999). *Técnicas cualitativas de investigación social. Reflexión metodológica y práctica profesional*. Madrid: Editorial Síntesis.

El éxito no se logra sólo con cualidades especiales. Es sobre todo un trabajo de constancia, de método y de organización.

J. P. Sergent

Mi objetivo no es enseñar el método que todo el mundo debería seguir para utilizar bien su razón, sino únicamente mostrar cómo he tratado de utilizar bien la mía.

René Descartes

MÓDULO 5: DISEÑO DE LA METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

I. TIPOS DE ESTRATEGIA METODOLÓGICAS

Una vez planteado el problema de investigación, elaborado el marco teórico, el estado del arte y los objetivos de investigación, planteados en el módulo 3, el paso siguiente es definir el **alcance de la investigación**. Este depende de la **estrategia metodológica**. Es decir,

“Las **estrategias metodológicas** son las formas de lograr nuestros objetivos en menos tiempo, con menos esfuerzo y mejores resultados. En éstas, el investigador amplía sus horizontes de visión de analizar, valorar, significar o potenciar” (Quiróz, 2003:63).

Etimológicamente, el polisémico compuesto por ‘meta’ (que significa: camino, manera) y ‘logos’ (que significa: conocimiento)-, se refiere a la teoría de métodos.



término de **metodología**, que está a través de, fin), ‘odos’ (que significa: teoría, razón, acerca del método o del conjunto de

En Ciencias Sociales y social aplicada, existen por lo **metodológicas**: las cualitativas, las cuantitativas y las cuali-cuantitativas (también denominadas **estrategias de triangulación**)¹.

específicamente en investigación menos tres **tipos de estrategias**

Estrategia metodológica cuantitativa

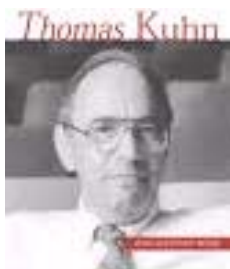
¹ “El concepto *triangulación* tiene sus raíces en otros ámbitos de conocimiento diferentes al de la investigación social. Concretamente, en la topografía, en la navegación e, incluso, en la logística castrense. En todos estos ámbitos, el término de *triangulación* adquiere un mismo significado: la utilización de múltiples puntos de referencia para localizar la posición exacta de un objeto en el espacio. De esta forma se logra una mayor precisión que la alcanzada mediante la aplicación de un único punto de referencia. En las ciencias sociales, el término *triangulación* adquiere un significado similar. Por él se entiende la aplicación de distintas metodologías en el análisis de una misma realidad”. (Cea D’Ancona, 1999: 47)

La metodología cuantitativa responde al paradigma positivista-empirista de la ciencia. Este tipo de estrategia se caracteriza por la cuantificación de los hechos y la aplicación de cálculos estadísticos.

Dicen King, Keohane y Verba (2000):

"...suele basarse en medidas numéricas de ciertos aspectos de los fenómenos; parte de casos concretos para llegar a una descripción general o para comprobar hipótesis causales y busca medidas y análisis que otros investigadores puedan reproducir fácilmente" (pág. 14)

Los rasgos del **paradigma cuantitativo** son la medición objetiva de los hechos sociales, demostración de la causalidad y generalización de los resultados de la investigación, enfatiza la dimensión extensiva, explicativa de los datos. La recolección de la información es estructurada y sistemática. El análisis de los datos es estadístico, para cuantificar las variables, describir las distribuciones de frecuencias uni y bi y multivariadas, identificar las relaciones causales mediante el cálculo de las correlaciones entre las variables para medir la intensidad entre las mismas. En síntesis, la metodología cuantitativa busca cuantificar las regularidades empíricas encontradas en un conjunto de hechos (en la muestra) para realizar inferencias estadísticas (a la población).



En el Diagrama 1 se da como ejemplo un resumen de una **investigación cuantitativa en Salud**.

Diagrama 1

Ejemplo de Investigación cuantitativa en Salud

Estudio cuantitativo y comparativo en relación al aborto y otros aspectos de la salud reproductiva en mujeres inmigrantes. Clínica Ginecológica Almería, España. 2004-2006

Fundamentación

Investigar sobre nuestra realidad, para conocerla y extraer elementos que nos sean útiles para intervenir en la presencia de embarazos no deseados. Hemos observado, en los últimos años, como ha ido cambiando la fisonomía de nuestras usuarias, cada vez la componen mujeres de otros países con sus propias pautas en salud sexual y reproductiva. Sensibles a estos cambios, hemos querido con diferentes estudios (2004 ACAIVE) y en este último, profundizar en el estudio de la salud reproductiva de la mujer inmigrante, con el objetivo de contribuir a su fomento.

Objetivos

- Profundizar en el conocimiento del colectivo de mujeres inmigrantes, de sus pautas en salud sexual y reproductiva a partir de las que acuden a nuestra clínica a practicarse un aborto. Pensamos que un mejor conocimiento de la realidad, nos puede ser útil a los profesionales del medio, en la prevención de embarazos no deseados y a un mejor manejo en la utilización de los métodos anticonceptivos.
- Con este estudio, queremos arrojar algunos datos que tienen que ver con la salud reproductiva de estas mujeres como: número de inmigrantes que interrumpen su embarazo en la Clínica Ginecológica de Almería, comparativos de los años 2004 y 2006 y distribución porcentual por nacionalidades.
- Hábitos sexuales y reproductivos de dichas mujeres: causas del embarazo, abortos anteriores, utilización de métodos anticonceptivos, los usados con más frecuencia, etc.

Material y Método

Diseño: Estudio cuantitativo y comparativo (años 2004-2006). Estudio de inmigrantes, comparativo sólo en lo que hace referencia al número y la procedencia de las mujeres inmigrantes, el resto son parámetros nuevos de estudio.

Ámbito de estudio: Año 2006

Sujetos: Mujeres que acuden a la Clínica Ginecológica de Almería a practicarse una IVE.

Recogida de datos: Muestra tamaño $n = 1000$ historias clínicas seleccionadas aleatoriamente.

VARIABLES DE ESTUDIO: Número de inmigrantes. Nacionalidad. Relación porcentual de españolas-inmigrantes. Edad. Si tienen hijos o no. Si abortó anteriormente. Si los abortos fueron en su país o en España y número de abortos. Método anticonceptivo que falla, utilizan o no utilizan. Motivos por los que interrumpen su embarazo.

Conclusiones:

De las 1000 mujeres encuestadas que interrumpen el embarazo en la Clínica Ginecológica de Almería, 474 son españolas y 526 son inmigrantes. En relación a 2004 la subida es pequeña, algo más de un 2% y la distribución proporcional por nacionalidades semejante. Desde el punto de vista regional las mujeres que recurren más al aborto son las rumanas (139) seguidas de las marroquíes (80) pero proporcionalmente y dada la población inmigrante en Almería las segundas serían las mujeres ecuatorianas (61).

La causa principal de su embarazo es no haber usado ningún método anticonceptivo; de las 526 inmigrantes que interrumpieron la gestación, no lo habían utilizado 421 (80%). De las que lo usan, el preservativo y el método Ogino son los métodos más comunes.

El número de mujeres con abortos anteriores es de 221 frente a 305 que no habían tenido ninguno; en la mayoría de los casos había abortado sólo en una ocasión (133) y había sido realizado en su país de origen (146). Un número elevado de estas mujeres (329) tienen hijos que residen en muchos casos en su país de origen. La situación económica derivada de la inmigración y la precariedad laboral aparece como motivo principal para interrumpir gestación, una mayoría aplastante, 458 mujeres, así lo expresan.

Estrategia metodológica cualitativa

El **paradigma cualitativo**, y en consecuencia la investigación cualitativa es interpretativa, comprensiva, hermenéutica², inductiva, multimétodo, reflexiva, profunda, no estructurada. Rechaza el modelo de investigación de las ciencias naturales.

Las características que estudia la investigación cualitativa se refiere, por un lado, a las *personas* su lenguaje, significaciones, percepciones, motivaciones, creencias, valores, actitudes, imágenes, representaciones, etc.; tanto del actor que observa o interroga, e interactúa con los participantes; y por otro al *contexto*, las situaciones sociales que lugar la interacción entre investigadores único contexto. Es en el contexto entre (sujeto 2) donde se dan múltiples interacciones de éstas que aparecen las emergencias, sentidos y significados que no estaban forma aislada. (Valles, 1999; Delgado y



Las características que estudia la investigación cualitativa se refiere, por un lado, a las *personas* su lenguaje, significaciones, percepciones, motivaciones, creencias, valores, actitudes, imágenes, representaciones, etc.; tanto del actor que observa o interroga, e interactúa con los participantes; y por otro al *contexto*, las situaciones sociales que lugar la interacción entre investigadores único contexto. Es en el contexto entre (sujeto 2) donde se dan múltiples interacciones de éstas que aparecen las emergencias, sentidos y significados que no estaban forma aislada. (Valles, 1999; Delgado y

En el Diagrama 2 se da como ejemplo un resumen de una **investigación cualitativa en salud**.

Para explorar recursos de la Web vinculados con la *investigación cualitativa en salud* se encuentra un excelente sitio especializado con muchas referencias a investigaciones de este tipo aplicadas al campo de la salud: <http://www.investigacioncualitativa.cl/2008/01/investigacion-cualitativa-en-salud.html>

Otros sitios de interés son:

<http://www.paho.org/Spanish/DD/PIN/ps060302.htm> **Manual-guía sobre métodos cualitativos de investigación en salud pública**

² La *hermenéutica*, etimológicamente significa "arte de explicar, traducir, o interpretar" Es el conocimiento y arte de la interpretación, sobre todo de textos, para determinar el significado exacto de las palabras mediante las cuales se ha expresado un pensamiento. La *interpretación hermenéutica* busca establecer el significado original de un texto para su autor. Ferrater Mora, José (1999). *Diccionario de Filosofía*. Tomo II (E-J), Barcelona: Editorial Ariel, pp. 1622-1627.

http://www.llave.connmed.com.ar/portalnoticias_vernoticia.php?codigonoticia=7312 Investigación aplicada en Salud Pública: Métodos Cualitativos, OPS

<http://www.amazon.com/Investigaci%C3%B3n-aplicada-p%C3%BAblica-M%C3%A9todos-cualitativos/dp/9275316147> Investigación aplicada en Salud Pública: Métodos Cualitativos, OPS

http://www.ops.org.ar/publicaciones/pubOPS_ARG/pub36.pdf La investigación en salud en Argentina. 1980-1989, OPS, Argentina, 1993.

http://www.insp.mx/Portal/Centros/ciss/nls_new/docs/dip_lsp/paradigmas.pdf Paradigmas en investigación en salud, Dr. Patricio Valdés García. Centro de capacitación Investigación y Gestión en Salud para la Medicina Basada en Evidencias. CIGES

Diagrama 2

Ejemplo de Investigación Cualitativa en Salud

Grounded Theory. Una aplicación de la Teoría Fundamentada a la Salud,

Daniel Jones, Hernán Manzelli y Mario Pecheny (2004)

La investigación de la que se ocupa este artículo aborda el tema de la vida cotidiana de personas que viven con VIH/sida y/o con hepatitis C, enfermedades crónicas graves y con distinta significación social (Pecheny 2000). En tanto patologías con tendencia a la cronicidad, las dos plantean cuestiones relativas al tiempo; y como en principio no se curan, lo que buscan las personas afectadas es la gestión o manejo de la enfermedad, tratando de garantizar la mejor calidad de vida posible conviviendo con la patología. Siguiendo en parte a J. Pierret (1992), realizamos tres tipos de abordaje del tema: a) un análisis diacrónico que toma en cuenta la evolución biográfica de tales personas, b) un análisis de las interacciones que pauta la aparición y evolución de la enfermedad, y c) un análisis específico de acuerdo con cada tipo de patología.

La teoría fundamentada es un enfoque de investigación que requiere un acercamiento íntimo al área de estudio, y que lleva esa apreciación íntima a los términos de análisis teórico. Consecuentemente, la teoría fundamentada es leída por sus "descubrimientos" o por su teoría, sin resistir al hecho de que quienes trabajan desde la teoría fundamentada se ven ellos mismos como escribiendo teoría de la mano de datos que dan cuenta de su teoría (Strauss 1987). Como señala Whittle (en Ekins 1998) la teoría fundamentada asume el punto de vista post-positivista de que la teoría emerge en la interacción entre el investigador y los datos y que los teóricos de la teoría fundamentada deberían ser explícitos sobre sus puntos de vista ontológico y epistemológico (Schuster 2002). Debe reconocerse que esta postura está arraigada también en otros métodos de investigación cualitativa como el interaccionismo simbólico (en sus diferentes vertientes), la hermenéutica y la etnometodología.

La teoría fundamentada fue originalmente desarrollada por Glaser y Strauss (1967), y se fue ampliando en diferentes direcciones, por Glaser (1978, 2000, 2002) y por Strauss (1987). Strauss y Corbin (1990, 1998) desarrollaron procedimientos detallados a seguir por quienes utilizan la teoría fundamentada, mientras que Glaser se distanció de Strauss y Corbin argumentando que estos últimos habían llevado al método al área de "una descripción forzada, total y conceptual", como opuesta a la teoría fundamentada "emergente" (Ekins 1998).

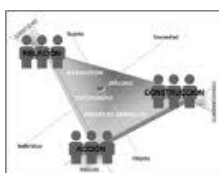
En este trabajo se presenta, en primer lugar, la aplicación concreta de algunos elementos clave de la teoría fundamentada en nuestra investigación sobre vida cotidiana y gestión de la enfermedad en personas con VIH/sida y hepatitis C. Se abordan aquí algunos de los procedimientos que fuimos tomando a lo largo del trabajo. Por último, se presenta una recapitulación y una breve reflexión sobre las capacidades y los límites de la teoría fundamentada para esta investigación.

Estrategias metodológicas de triangulación

Evidentemente, las estrategias metodológicas cuantitativas y cualitativas ofrecen puntos de vista divergentes. Y quizá en eso radica el aporte de cada una de ellas: ofrecernos perspectivas “distintas”. Perspectivas que por un lado se “oportunan”, pero que por el otro “se enriquecen” y “complementan”, ya que cuando se combinan, “potencian” la mirada de investigador. Más que metodologías opuestas, lo cuantitativo y lo cualitativo son miradas “complementarias”. La metodología cuali-cuantitativa es una metodología híbrida que combina dichas perspectiva. La estrategia metodológica de “triangulación” es siempre el resultado de la “mezcla” y “unión” de las estrategias cualitativas y cuantitativas.

Según Pérez Serrano (1994) la *triangulación metodológica*:

...puede ser definida como el uso de dos o más métodos de recogida de datos, en el estudio de algún aspecto del comportamiento humano. El uso de métodos múltiples, el multimétodo, contrasta con el método de enfoque sencillo que es más vulnerable. (pág. 225).



de dos o más métodos de recogida de datos, en el estudio de algún aspecto del comportamiento humano. *multimethod approach* o enfoque multimétodo de enfoque sencillo que es más vulnerable.

Cea D'Ancona (1999) clasifica los métodos de triangulación según las siguientes modalidades:

- La *triangulación intra-método*, que se aplica cuando el investigador escoge un único método o estrategia de investigación, pero aplica distintas técnicas de recogida y de análisis de datos; cuando se repite el mismo método en situaciones y métodos diferentes. Aquí el objetivo que se persigue es, igualmente, comprobar la validez y la fiabilidad de la información que primeramente se ha obtenido

- La *triangulación entre métodos*, que consiste en la combinación de métodos de investigación (no similares) en la medición de una misma unidad de análisis. Con ello se pretende paliar la limitación de cada método, contrarrestándolas con las potencialidades de los otros métodos. De esta forma, la triangulación entre métodos se convierte en vehículo para la validación cruzada, cuando se alcanzan los mismos resultados con métodos distintos, pero que apuntan a la misma dimensión del problema de investigación. (págs. 51-52).

Una extensión de la triangulación es la que implica no una mirada de múltiples interpenetración de marcos epistémicos



interdisciplinariedad metodológica investigadores sino la desde diversas disciplinas.

II. TIPOS DE INVESTIGACIÓN

La definición del *tipo de estudio* o *tipo de investigación* dependen de varios criterios, entre otros, según Hernández Sampieri *et al.* (1998) de:

- i) El estado o grado de conocimiento en el tema de investigación. Es decir, del grado de amplitud y profundidad de los antecedentes que surjan de la revisión de la literatura en el estado del arte en torno al problema investigado.
- ii) El enfoque particular que se pretenda dar al estudio. Es decir, del alcance de los objetivos de investigación. (págs. 58).

A título de ejemplo podemos plantear los siguientes tipos de enunciados problemáticos³

a) Un director hospitalario puede estar interesado en conocer las percepciones que tiene el personal sanitario en cuanto el estado actual de las relaciones de trabajo en el establecimiento.

³ Adaptado de Bordeleau *et al.* (1987: 20).

- b) Puede querer promover la participación del personal médico y paramédico en el funcionamiento del establecimiento de salud.
- c) Conocer el grado de satisfacción del personal de salud frente a las diferentes franjas salariales.
- d) Establecer si los efectos de la fatiga y el estrés que tiene los turnos rotativos en el servicio de guardia medica respecto de la calidad de la atención.
- e) Conocer las aptitudes de los jefes de servicio para mejorar los procesos de selección del personal de sus áreas.
- f) El director del hospital puede interrogarse sobre los efectos que pueden provocar la implantación de una guardería en el hospital, en relación con la productividad y el ausentismo de las médicas y enfermeras.

El director revisará la literatura sobre el tema y en función del grado de conocimiento que se disponga y de acuerdo a los objetivos informacionales que se proponga, deberá definir los *tipos de investigación* para poder encarar los estudios y despejar las incógnitas.

Por ejemplo, en caso (a) deberá expresar "relaciones de trabajo" para deberá *describir* la "percepción del

En la situación (b) se tratará de participación, *describir* formas y personal puede estar interesado, y de los efectos probables.

Al mismo tiempo muchos de los investigarse en el *terreno* para poder las conductas. En otros casos deberá intervinientes para medir los efectos de un estímulo en una situación de *experimento*.



explorar el significado de la el personal de salud. Además, personal".

explorar las actitudes hacia la modalidades de participación que el *explicar* las conductas resultantes y

interrogantes planteados deberán observar de modo directo o indirecto controlar diversas variables

Bordeleau *et al.* (1987: 21) plantean que para definir la forma de investigación de un problema, es decir definir el **tipo de investigación**, se deben tener en cuenta tres criterios:

1. El objetivo de la investigación.
2. El sitio de realización de la investigación.
3. El nivel de control ejercido sobre las variables.

Los objetivos de la investigación pueden ser *exploratorios, descriptivos, y explicativos* (Selltiz, Wrightsman y Cook, 1980: 132-151) y también *correlacionales* (Sampieri *et al.* 1998:58) que definen los diferentes *tipos de investigación*: o **tipos de diseños de investigación**

En función de los tres criterios mencionados por Bordeleau *et al.* formulan un modelo metodológico que combina los mismos en una tipología de investigación.

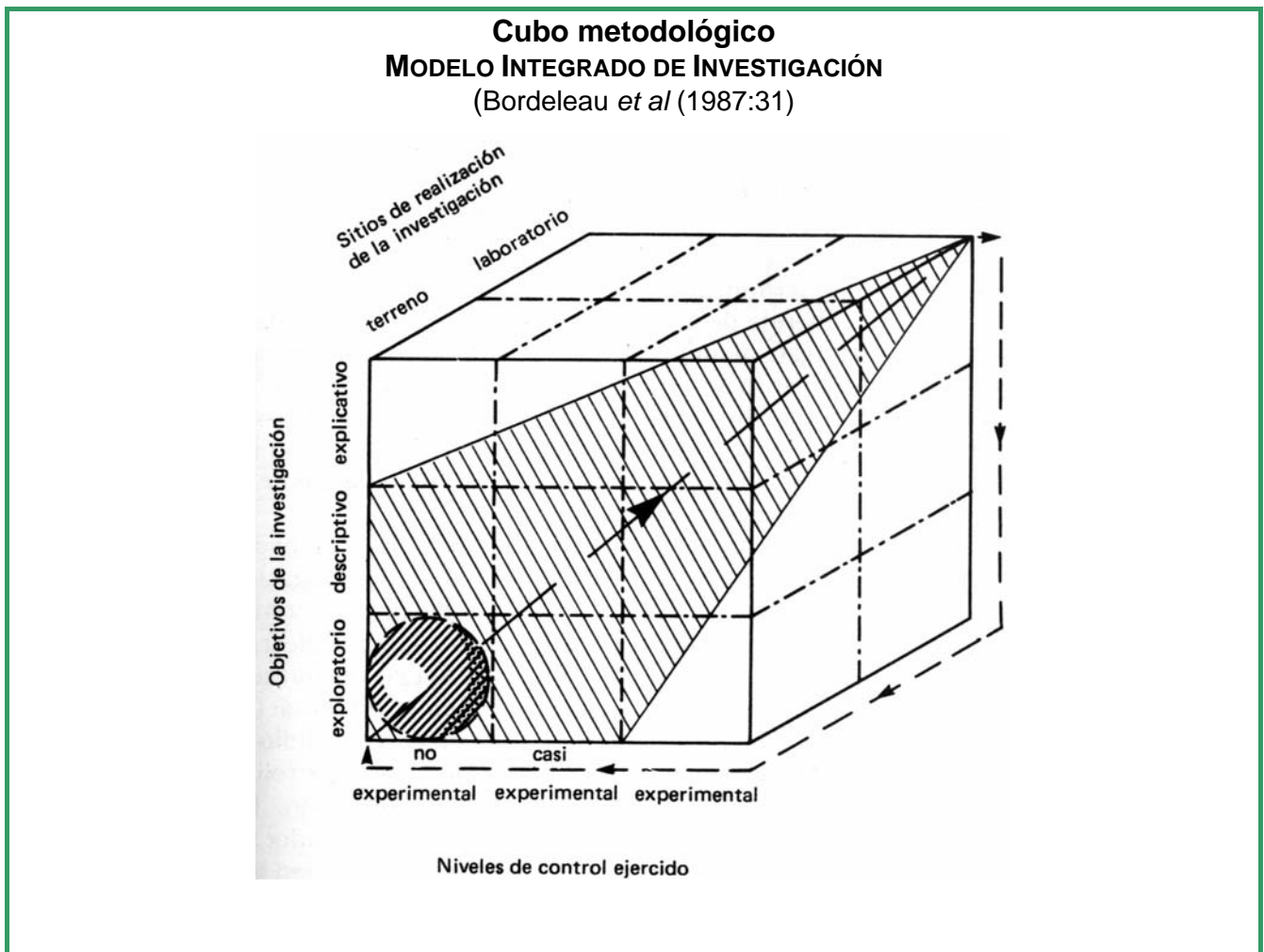
Diagrama 3 TIPOLOGÍAS DE INVESTIGACIÓN

- A. SEGÚN EL OBJETIVO DE LA INVESTIGACIÓN**
- INVESTIGACIÓN EXPLORATORIA
 - INVESTIGACIÓN DESCRIPTIVA
 - INVESTIGACIÓN EXPLICATIVA
- B. SEGÚN LOS SITIOS DE REALIZACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN**
- INVESTIGACIÓN SOBRE EL TERRENO
 - INVESTIGACIÓN EN EL LABORATORIO
- C. SEGÚN EL NIVEL DE CONTROL EJERCIDO SOBRE LAS VARIABLES**
- INVESTIGACIÓN NO EXPERIMENTAL
 - INVESTIGACIÓN CASI EXPERIMENTAL
 - INVESTIGACIÓN EXPERIMENTAL

En función de estos tres ejes Bordeleau *et al* (1987:31) lo integran en un modelo que lo denominan **cubo metodológico**.

Como se puede observar en el Diagrama 4 cada tipo de investigación (exploratoria, descriptiva, explicativa) queda definida en función de cada uno de los ejes metodológicos.

Diagrama 4



Diseños Exploratorios

Los estudios exploratorios tienen por propósito examinar un tema o problema de investigación poco estudiado o que no ha sido o muy pocos antecedentes por lo que se impone comprender su naturaleza, modalidades de variación, etc. Las principales características de los diseños exploratorios:



- Tratan de identificar los problemas o formularlos en forma más precisa.
- Se recolecta información en forma flexible.
- Se desea tener una evaluación rápida y a un bajo costo.
- Interesa familiarizarse con un problema desconocido.
- Se necesita realizar un estudio preliminar para luego avanzar en estudios descriptivos
- Son útiles para explorar las dimensiones y características de un problema con la finalidad de esbozar un esquema tentativo de ítems para construir un instrumento de recolección de datos.

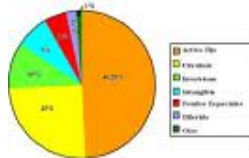
A modo de ejemplo léase el resumen de la investigación cualitativa del Diagrama 2.

Diseños Descriptivos

El propósito de los estudios descriptivos es caracterizar a la muestra bajo estudio, esto es, tanto a las variables identificadas como a las unidades seleccionadas.

Dicen Sampieri *et al.* (1998):

Los estudios descriptivos buscan especificar las propiedades importantes de personas, grupos, comunidades o cualquier otro fenómeno que sea sometido a análisis. Miden o evalúan diversos aspectos, dimensiones o componentes del fenómeno a investigar. Desde el punto de vista científico, estudio descriptivo se describe es medir. Estos es, en un estudio descriptivo se se mide cada una de ellas independientemente, para caracterizar lo que se investiga (pág. 60).



Los estudios descriptivos estudian el comportamiento individual de cada variable en la muestra (distribuciones univariadas) mediante estadísticos descriptivos (tendencia central, asimetría, kurtosis, posición, variabilidad), como la posible relación entre las variables (distribuciones bivariadas) mediante análisis descriptivo conjunto de dos variables (análisis de tablas de contingencia).

Las principales características del estudio descriptivo son:

- Expone las características de un fenómeno.
- Establece relación entre variables (no causales).
- Pueden ser cualitativos o cuantitativos.
- Son estudios longitudinales (o diacrónicos): miden las mismas variables a lo largo del tiempo, de modo retrospectivo o prospectivo.
- Si estudios transversales (o sincrónicos) miden diferentes variables en un momento determinado.

A modo de ejemplo léase el resumen de la investigación cuantitativa del Diagrama 1.

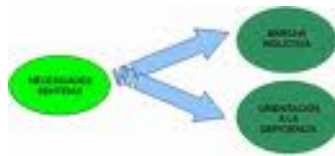
Diseños Correlacionales

Los estudios correlacionales permite medir la variación concomitante, la variación simultánea entre las variables. La metodología estadística dispone de dos tipos de grupos de medidas o coeficientes según la naturaleza de la variable (cualitativa o cuantitativa) y el nivel de medición (métrico o categorial): los coeficientes de correlación (variables métricas) y los coeficientes de asociación (variables categoriales).

Los diseños correlacionales permiten poner a prueba enunciados bivariados del tipo: A medida que aumenta la tasa de alfabetización femenina, disminuye la tasa de mortalidad infantil. Es decir, a medida que aumenta X disminuye Y. En este caso la correlación será negativa o inversa.

Si el enunciado es: A medida que aumenta el PBI per capita aumenta la esperanza de vida de una población, en este caso se trata de una correlación positiva o directa.

También, los diseños prueba enunciado trivariados, tales puede haber correlación entre X e Y una tercera variable Z que al mismo por lo que la relación entre X e Y es



correlacionales permite poner a como: A mayor X, mayor Y. Así, porque X está relacionada con tiempo está relacionada con Y, espuria.

La importancia de los estudios correlacionales radica en que si sabemos que dos o mas variables están correlacionadas, conociendo el valor de una variable X podemos estimar el valor de la variable Y. Es decir, si peso y estatura están correlacionados, conociendo el peso puedo estimar la estatura, y viceversa. Este análisis predictivo se denomina análisis de regresión. Tratándose de dos variables que se distribuyan linealmente, se denomina regresión lineal simple, y para más de dos variables, regresión lineal múltiple.

Los estudios correlacionales no son estudios causales, pues la correlación es covariación, lo cual implican que X e Y varían juntas, no siendo X causa de Y, ni viceversa.

Dos variables que están causalmente relacionadas, también están altamente correlacionadas, aunque la inversa no es válida. Por ejemplo: la correlación es alta y positiva entre el número de cigarrillos per cápita y la tasa de mortalidad de enfermedad cardiaca por cada 100.000 habitantes⁴.

Diseños Explicativos

El propósito de los estudios de tipo explicativo tiende a:

- Identificar el o los factores causales o co-causales de las relaciones entre variables (¿Por qué ocurre?)
- Medir los efectos que produce una determinada variable causal. (¿Qué consecuencias produce?)
- Cuantificar la intensidad de variables causa y efectos. relación?)



una determinada relación entre (¿Cuál es la magnitud de la

Problemas en área de la salud pueden ser:

que requiere diseño explicativos

- ✓ Identificar el hábito de fumar como causa probable de cáncer de pulmón (a)

⁴ “Los datos muestran que mientras en una población de fumadores la prevalencia del cáncer de pulmón es del 1,5 ó 1,7%, en un grupo con EPOC (Enfermedad Pulmonar Obstructiva Crónica), los índices de desarrollo de esta patología oncológica se triplican y la incidencia llega casi al 4,5%. La implicación del consumo de tabaco en la enfermedad pulmo nar obstructiva crónica es determinante. En concreto, las estadísticas sitúan entre un 20 y un 25% las personas fumado ras que desarrollarán EPOC clínico”. Consultado: 30-06-10 en: http://salud.cibercuba.com/aumenta_la_mortalidad_por_epoc_enfermedad_pulmonar_cronica

- ✓ Medir los años de fumador y la cantidad de cigarrillos diarios como efectos en el cáncer del pulmón (b)
- ✓ Medir la mayor intensidad que hay entre la relación entre consumo de cigarrillo y cáncer de pulmón, por un lado y consumo de cigarrillo y riesgo cardiovascular (c).

Las principales características que presentan los diseños explicativos son:

- Pueden ser diseños experimentales (los sujetos son asignados al azar a los grupos) o cuasi-experimentales (los sujetos no son asignados al azar a los grupos control y experimental).
- Tienen una finalidad explicativa, establecer causas o determinar efectos o la magnitud entre ambos factores.
- Permite identificar la relación co-causal entre las variables.
- Los diseños explicativos requieren controlar o manipular una o más variables independientes y se determina el efecto que la manipulación ejerce sobre la variable dependiente, con control parcial o total de variables intervinientes.

Entre los cuatro tipos de diseño de investigación: exploratorios, descriptivos, correlacionales y explicativos existe una relación de continuidad, pudiéndose pasar de un tipo de diseño a otro. Cada uno expresa un nivel superior de conocimiento del problema, y a su vez cada uno opera como estudio antecedente del diseño posterior.

Para tener una comprensión articulada entre *objetivos de investigación* y *tipos de diseños de investigación* visualice el Mapa Conceptual 3: Objetivos de investigación del Módulo 3: Construcción del Marco Teórico y Formulación de Objetivos de Investigación.

III. TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN

Toda estrategia metodológica implica siempre el uso de determinados “instrumentos” para la recopilación y análisis de información. Se trata de las llamadas **técnicas de investigación social**: que no son sino las herramientas, instrumentos o formas de proceder que le permiten a cualquier investigador obtener información (datos) sobre el “objeto de estudio” que esté interesado en conocer en un momento determinado.

Según Rojas Soriano (1989) las técnicas pueden ser definidas como: “...conjunto de reglas, operaciones o procedimientos específicos que guían la construcción y el manejo de los instrumentos de recolección y análisis de datos” (pág. 178).



Al igual que las estrategias metodológicas, las *técnicas de investigación social* representan la respuesta a un *cómo hacerlo* y siempre son un medio para lograr un fin. De ahí que el verdadero valor de las técnicas radica en que ellas son precisamente las herramientas que le permiten al investigador conseguir su propósito; entre otras cosas, porque son la parte instrumental de la metodología de la investigación.



Todas las técnicas de investigación existentes se engloban inevitablemente dentro de un método y a la inversa, un método comporta el uso de diferentes técnicas. Esto es así porque no existen métodos sin técnicas que instrumentalmente los ejecuten, ni hay técnicas que funcionen sin la perspectiva conceptual y cognitiva que otorgan los métodos. Como vemos, entre los pasos o momentos del proceso de investigación hay una relación y coherencia interna: entre problema y marco teórico, entre objetivos y estrategia de investigación, entre método y técnicas, etc.

Existen dos grandes grupos de técnicas de investigación científico social: las **técnicas para la recolección de datos** y **técnicas para el análisis de datos**.

Dichas técnicas están definidas por la estrategia metodológica adoptada, esto es existen técnicas para una metodología cualitativa, y existen técnicas para una metodología cuantitativa.

Diagrama 5

TÉCNICAS DE RECOLECCIÓN Y ANÁLISIS DE DATOS

| TÉCNICAS PARA LA RECOPIACIÓN DE LA INFORMACIÓN | | TÉCNICAS PARA EL ANÁLISIS DE LA INFORMACIÓN | |
|--|---|---|--|
| <u>TÉCNICAS CUANTITATIVAS DE RECOPIACIÓN</u> | <u>TÉCNICAS CUALITATIVAS DE RECOPIACIÓN</u> | <u>TÉCNICAS CUANTITATIVAS DE ANÁLISIS</u> | <u>TÉCNICAS CUALITATIVAS DE ANÁLISIS</u> |

En el Diagrama 6 sistematizamos el conjunto de técnicas de recolección de datos cuantitativos y cualitativos, de los cuales explicaremos las técnicas más importantes.

Diagrama 6

TÉCNICAS CUANTITATIVAS Y CUALITATIVAS DE RECOLECCIÓN DE DATOS

| | | |
|--------------|----------------------|--|
| CUANTITATIVA | MÉTODOS INSTANTÁNEOS | <ol style="list-style-type: none"> 1. ENCUESTAS AD HOC <ul style="list-style-type: none"> - PERSONAL - TELEFÓNICA - POSTAL - INTERNET 2. ENTREVISTAS A EXPERTOS 3. ENCUESTAS "ÓMNIBUS" 4. OBSERVACIÓN 5. ANÁLISIS DE CONTENIDO |
| | MÉTODOS PERIÓDICOS | <ol style="list-style-type: none"> 1. PANELES <ul style="list-style-type: none"> - CONSUMIDORES - COMERCIOS - AUDIENCIAS 2. EXPERIMENTACIÓN |
| CUALITATIVA | MÉTODOS DIRECTOS | <ol style="list-style-type: none"> 1. REUNIONES DE GRUPO 2. ENTREVISTAS EN PROFUNDIDAD |

Técnicas cuantitativas de recolección de datos

Encuesta

La encuesta es sin duda la técnica cuantitativa por excelencia, pues es una técnica que permite una recolección masiva, estructurada y extensiva de datos.

Definen Rojas, Fernández y Pérez (1998):

La encuesta es una técnica que utiliza un conjunto de procedimientos estandarizados de investigación mediante los cuales se recogen y analizan una serie de datos de una muestra de universo más amplio, del que predecir y/o explicar una



de datos de una muestra de universo más amplio, del que se pretende explorar, describir, serie de características. (pág. 40)

En general se distinguen una serie de tipos principales de encuestas en función de la forma en que se contacta al entrevistado y se administran los datos: encuesta personal cara a cara, encuesta por correo, encuesta telefónica, encuesta por Internet, etc.

Análisis de contenido

La técnica de Análisis de Contenido es una técnica de investigación para la descripción objetiva, sistemática y cuantitativa del contenido manifiesto de la comunicación de cualquier tipo. Por lo que permite es "cuantificar" (una a elementos de información que visual o sonoro), con la intención de más se repiten para inferir a partir de contenido' y propósito del mensaje estudiado:



La técnica de Análisis de Contenido es una técnica de investigación para la descripción objetiva, sistemática y cuantitativa del contenido manifiesto de la comunicación de cualquier tipo. Por lo que permite es "cuantificar" (una a elementos de información que visual o sonoro), con la intención de más se repiten para inferir a partir de contenido' y propósito del mensaje estudiado:

Técnicas cualitativas de recolección de datos

Entrevista en profundidad (deep interviewing)

La entrevista en profundidad es una técnica de recolección de datos cualitativos vinculada con el *marco referencial* del entrevistado.

La noción de marco referencial se refiere al sistema de creencias, valores, actitudes, estilos de vida, etc. que condicionan la manera personal de ver, percibir y reaccionar frente al mundo que nos rodea.

La entrevista en profundidad es una actitud que pone en interacción comunicacional a niveles relativamente profundos a dos entrevistado, y al interior del entrevistador ejerce un determinado permite acceder al marco referencial



La entrevista en profundidad es una actitud que pone en interacción comunicacional a niveles relativamente profundos a dos entrevistado, y al interior del entrevistador ejerce un determinado permite acceder al marco referencial

La entrevista en profundidad puede estar centrada sobre el problema o la entrevista consiste en estudiar una serie de cuestiones. Para ello se realiza un plan de entrevista que se formaliza en una *guía de entrevista*. En este instrumento se plantean los tópicos a abordar en la entrevista.

La entrevista en profundidad puede estar centrada sobre el problema o la entrevista consiste en estudiar una serie de cuestiones. Para ello se realiza un plan de entrevista que se formaliza en una *guía de entrevista*. En este instrumento se plantean los tópicos a abordar en la entrevista.

En la entrevista centrada en la persona, el entrevistador debe generar en el entrevistado una actitud de autoobservación y autoexploración.

Las principales características de la entrevista en profundidad son:

- ✓ Charla persona a persona.
- ✓ Guía de pautas similar a la de focus group.
- ✓ Son especialmente útiles para conocer el mapa de cogniciones sobre un tema, los criterios de decisión y para conocer el perfil del entrevistado.
- ✓ No hay influencias de terceros.
- ✓ Es alto el porcentaje de respuestas.
- ✓ Es alto el costo.
- ✓ El proceso de recolección de datos es lento.
- ✓ Sesgo del entrevistador.

Los objetivos de la técnica de entrevista en profundidad son:

- ✓ Descubrir nociones preliminares sobre qué piensa el sujeto sobre el tema de investigación y por qué exhibe ciertas conductas.
- ✓ Obtener comentarios libres y detallados que incluyan sentimientos, ideas u opiniones que ayuden a comprender mejor los elementos diferentes de los pensamientos del sujeto y las razones de éstos.
- ✓ Hacer que el entrevistado comunique tanto como sea posible sus conocimientos y conducta hacia determinado tema u objeto.



Las habilidades requeridas del entrevistador:

- ✓ Capacidades de comunicación personal: Facultad del entrevistador para articular preguntas de manera directa y clara.
- ✓ Capacidad para escuchar: Facultad del entrevistador para interpretar y tomar nota con fidelidad de las respuestas del sujeto.

La técnica de grupo (Focus Group)

Las técnicas de grupo constituyen procedimientos fundados científicamente, es decir, la teoría de la dinámica de grupo como campo de estudio de la psicología social da cuenta de esta particular configuración de la interacción humana.

Esta técnica tiene el poder de activar los impulsos y las motivaciones individuales y de estimular tanto la dinámica interna como la externa, de manera que las fuerzas puedan estar mejor integradas y dirigidas hacia las metas del grupo.

Según Ortega Martínez (1981) se debe tener en cuenta los siguientes criterios para seleccionar la técnica más adecuada:

- a) Según los objetivos del estudio exploratorio-cualitativo. Hay técnicas que facilitan el intercambio de ideas y opiniones (Grupo de discusión); para lograr entrenamiento en la toma de decisiones (Grupo de Estado Mayor); para facilitar el aprendizaje de conocimientos (Grupo de aprendizaje); para facilitar la comprensión de situaciones vivenciales (Grupo de rol playing); para promover rápidamente la participación total (Grupo Phillips 66); para facilitar el torbellino de ideas (Grupo brainstorming).




- b) Según el tamaño del grupo. El comportamiento de los grupos dependen en gran medida de su tamaño. De acuerdo al mayor o menor número de miembros se facilita la interacción entre los mismo y la profundización del diálogo.

Existen otros criterios de selección del tipo de grupo: el lugar de realización de los grupos, el perfil de los miembros, las características del conductor, etc.

Según el medio o lugar donde se realice el grupo se requiere disponer, opcionalmente, de: Cámara Gesell⁵, circuito cerrado de TV, micrófono, grabador de audio y video.

El director del proyecto cualitativo debe elaborar la *guía de pautas* que será el instrumento con el que el moderador coordinará la dinámica del grupo, para lo cual debe estructurar la guía en función de la consigna grupal (presentación del moderador, roles, objetivo principal del grupo, duración, explicitación de la grabación de audio y video, y eventualmente, explicitación de la presencia en la Cámara Gesell de observadores de desglose de los temas a indagar, la los temas de precalentamiento hasta emocional. El director del proyecto estímulos a utilizar o exhibir al grupo frases, maquetas, fotos, textos, etc.).



la dinámica grupal, etc.), el progresión de la exploración desde los de mayor compromiso debe preparar los materiales o (spots publicitarios, etiquetas, Es conveniente que el moderador aplique la guía de pautas en un grupo piloto a los efectos de evaluar la comprensión de la consigna, la secuencia temática, y la duración del grupo. Debe preveer con anticipación el tiempo para el reclutamiento de los miembros del grupo, con especial precaución de filtrar no solo los candidatos que no cumplan con el perfil requerido sino que debe eliminar a aquellos que asisten habitualmente a grupos de discusión ('gruperos').

Los principales objetivos de la técnica de focus group:

- ✓ Proporcionar datos para definir y redefinir problemas de económicos, sociales, educacionales, de salud, etc.
- ✓ Identificar requisitos de información oculta.
- ✓ Generar datos para comprender mejor los resultados de otros estudios cuantitativos.
- ✓ Revelar necesidades, deseos, actitudes, sentimientos, conductas, percepciones y motivos ocultos de los ciudadanos, empleados, alumnos, consumidores sobre servicios, productos, prácticas, ideas, etc.
- ✓ Generar ideas nuevas sobre productos, servicios o métodos de atención.
- ✓ Descubrir nuevas variables y métodos de medición.
- ✓ Explicar los cambios en las preferencias de los consumidores.



Las principales fases de un proyecto de investigación con focus group, son:

Fase 1: Planear el estudio con Grupos Focales

Es la fase crucial. Los investigadores deben conocer el propósito del estudio, tener una definición precisa del problema y especificar los requisitos de datos.

Las decisiones clave se centran en quiénes son los participantes apropiados, cómo elegirlos y reclutarlos, de qué tamaño debe ser el grupo y dónde se relazarán las sesiones.

Fase 2: Realizar las sesiones de los *focus groups*

⁵ La **Cámara de Gesell**, es una habitación acondicionada para permitir la observación con personas. Está conformada por dos ambientes separados por un vidrio de visión unilateral, los cuales cuentan con equipos de audio y de video para la grabación de los diferentes experimentos. La cámara Gesell por el psicólogo y pediatra estadounidense Arnold Gesell para observar la conducta en niños sin ser perturbado o que la presencia de una persona extraña cause alteraciones.

En esta fase, uno de los participantes primordiales es el moderador y sus características deben ser entendidas claramente por todos.

Una actividad necesaria de esta fase es la elaboración de una guía de pautas del moderador en la que se detallan temas, preguntas principales y preguntas secundarias que se propondrán en la sesión. Dicha sesión debe estar estructurada con secciones inicial, principal y de conclusión. Se realiza la reunión en una Cámara Gesell.

Fase 3: Analizar y reportar los resultados



Al terminar la sesión, y si están presentes los representantes del cliente patrocinador, el investigador debe realizar un análisis de preguntas y respuestas con todos los interesados, para comparar notas.

El investigador debe realizar un análisis de contenido de los datos puros obtenidos de los participantes durante la sesión de entrevistas y escribir un reporte formal en el que comunique los resultados. Aquí la clave para el investigador es recordar quiénes serán los lectores, cuál es el objetivo del reporte y cuál es la finalidad de informar los resultados, así como el formato de dicho reporte.

Los rasgos importantes que debe reunir el moderador:

- ✓ El moderador debe estar capacitado y tener habilidades de comunicación personal y poseer excelentes facultades para escuchar, observar e interpretar.
- ✓ Debe exhibir maneras y personalidad profesionales, tener una buena memoria para los nombres, crear una dinámica positiva en el grupo y una zona cómoda para el diálogo.
- ✓ Debe conocer las dinámicas y proceso de los grupos y ser capaz de ejercer un control ligero y suelto sobre los participantes.
- ✓ Debe comprender bien y conocer los antecedentes de los temas y preguntas, así como la capacidad de guiar a los participantes de un tema a otro.
- ✓ El moderador debe estar bien capacitado para formular preguntas de sondeo, y debe demostrar respeto y sensibilidad por los participantes y sus opiniones y sentimientos expresados.
- ✓ Debe ser capaz de comunicarse de manera clara y precisa tanto de palabra como por escrito y debe ser objetivo, disciplinado y concentrado.
- ✓ Debe ostentar una personalidad amistosa, cortés, entusiasta y adaptable, además de sentido del humor.



- ✓ Debe tener experiencia en la investigación con grupos focales.
- ✓ Debe poseer una mente rápida capaz de detectar ideas nuevas que surjan del grupo.
- ✓ Debe saber cuándo y cómo dar por terminado un tema y llevar la discusión al siguiente tópico.

En el Diagrama 7 se establecen las diferencias entre el Grupo motivacional y el Grupo creativo según diversos criterios de caracterización.

Diagrama 7

DIFERENCIAS ENTRE GRUPOS MOTIVACIONALES Y GRUPOS CREATIVOS

| DIMENSIÓN | Grupos Motivacionales | Grupos Creativos |
|-----------------------------|--|---|
| Campo teórico | Psicología Social | Psicología Social |
| Subcampo | Dinámica de los pequeños grupos | Dinámica de los pequeños grupos |
| Finalidad | Identificar y describir el plano intrapsíquico y vínculo intersubjetivo de significaciones psicológicas de marcas, productos, empresas. Indagación desde el plano manifiesto e inferencia del plano latente. Conocimiento de marco valorativo-actitudinal del consumidor. Explicación de comportamientos de compra, hábitos de consumo, creencias, actitudes y opiniones. Efectos psicológicos y comunicacionales de mensajes publicitarios o promocionales. | El objetivo de la creatividad es catalizar los deseos, motivaciones, angustias y frenos futuroológico en una innovación presente, mientras que los objetivos de los Estudios de Mercado son los de constatar las satisfacciones e insatisfacciones que provoca un producto existente. Estos tratan de constatar en el presente los resultados del pasado, mientras que los Estudios de Creatividad, tratan de actualizar el futuro en el presente: a) Analizan el imaginario del consumidor llevándolo a la representación de escenarios futuros para el desarrollo de nuevos productos, b) Estimulan la producción actual de significaciones, metaforizaciones, en general, retorizaciones, de estímulos verbales y audiovisuales. |
| Modelo de sujeto | Sujeto deseante en situación de consumo de productos y mensajes (sujeto receptor). | Sujeto semiótico en situación de producción de sentidos (sujeto emisor) |
| Tipo de Inv. | Método de recolección de datos utilizado en los diseños exploratorio-cualitativos | Métodos de creatividad utilizados en la investigación cualitativa para la búsqueda de conceptos de nuevos productos y la generación de conceptos comunicacionales, expresiones significantes de ejes Motivacionales. Hallar el signo de un significado. |
| Técnica de Inv | Investigación cualitativa. ' <i>Focus groups</i> '. Técnica de entrevista grupal. | Epsy, Sintest, Createst, Sinéctica, los 6 sombreros, el braimstorming, Psicodrama, Técnicas Proyectivas. etc. |
| Diseños aplicados | Investigaciones de concepto, producto, proceso de decisión de compra, imágenes de marca, productos y empresas, pre-copy test de conceptos etc. | Pre-copy test Ideas creativas y de piezas creativas en estadios de preproducción y producción final; Concept Test de ideas de nuevos productos. Estrategias creativas y Brief a Departamento Creativos. |
| Soporte del discurso grupal | ' <i>Verbatim</i> ' de los entrevistados grupalmente, desgrabados literalmente, y analizados según el marco de referencia del analista motivacional. | ' <i>Verbatim</i> ' de los entrevistados grupalmente, desgrabados literalmente, y analizados según el marco de referencia del analista motivacional/semiólogo/a. |
| Estímulos evaluados | Frases verbales de conceptos, rouge de visualizaciones de beneficios, bocetos de logos-isotipos, bocetos de packaging, etiquetas, productos, slogans, story boards, bocetos de radio, afiches, animatic, etc. | Consignas verbales. Imagen de productos, envases. |

PRÁCTICAS PARA EL ALUMNO - MODULO 4

Consignas para la Práctica del alumno

A partir del tema desarrollado por Ud. viene desarrollando para su proyecto de investigación, donde tuvo que realizar búsquedas conceptuales, registrar citas en fichas, marco conceptual, etc. por lo que para avanzar con el Protocolo de en el Módulo 4.



bibliográficas, realizar lecturas elaborar pequeños informes sobre el puede aprovechar el trabajo realizado investigación con los temas expuestos

Le solicitamos que Ud. aplique los módulos, y realice su propia práctica en torno a:

conceptos desarrolladas en el presente

1. **Formule la estrategia de investigación.**
2. **(Si corresponde) Desarrolle una estrategia cualitativa.**
3. **(Si corresponde) Desarrolle una estrategia cuantitativa.**
4. **Aplique un diseño exploratorio, descriptivo, correlacional o explicativo.**
5. **Elija la/s técnicas cuali o cuantitativas de recolección de datos.**

Estas prácticas son de suma utilidad pues le permitirán adquirir experiencia en la elaboración de su proyecto de investigación cumplimentando el protocolo de investigación de OPS/OMS. **Nota:** No remita las prácticas al tutor, es para su exclusivo uso. El único documento que será evaluado es el Formulario de Investigación OPS/OMS (Trabajo Final). Vaya realizando avances parciales y en caso de tener dudas formule las consultas al tutor.

