



# **MÉTODO DE OBSERVACIÓN PARA UNA INVESTIGACIÓN DE MERCADO**

**Silvia Verano García**

# INVESTIGACIÓN DE MERCADO

- La información que se obtiene en esta investigación suele ser confiable y utilizada como guía para el desarrollo de las estrategias empresariales.

- Ejemplo

Si usted planea iniciar un negocio en cierta localización geográfica y descubre que en ese lugar existe poca competencia, entonces usted ya identificó una oportunidad. Las oportunidades para el éxito aumentan si la región en la que piensa hacer negocio está altamente poblada y los residentes reúnen las características de su grupo seleccionado.



# MÉTODO OBSERVACIÓN

Éste método consiste en observar a las personas y a la situación con el fin de obtener información para la investigación.

- Se puede utilizar:
  - **De manera natural:** Observando conductas que sucedan en su medio natural.
  - **De manera preparada:** Creando situaciones donde podamos observar el comportamiento del cliente.



## ○ *Observación Abierta u Oculta*

- **Abierta:** Proceso de estudiar a personas que saben que están siendo observada. La presencia del observador puede influir en los fenómenos estudiados ya que las personas se comportan de manera distinta.
- **Oculta:** Proceso de estudio de personas, cuando los sujetos no saben que son observados. Una forma frecuente es por medio de cámaras.

## ○ *Observación estructurada o no estructurada*

- **Estructurada:** El observador resuelve un cuestionario sobre cada persona observada y también consiste en contar el número de veces que ocurre cierta actividad.
- **No estructurada:** El observador se limita a tomar notas sobre los comportamientos que detecta.

## ○ *Observación Directa o Indirecta*

- **Directas:** Observan directamente el comportamiento que ocurre.
- **Indirecta:** Es cuando necesitas otro medio para descifrar el comportamiento de una persona.



# OBJETIVOS

1. Determinar el objeto o situación que se va a observar.
2. Determinar el objetivo de la investigación.
3. Determinar la forma en la que se van a registrar los datos.
4. Observar.
5. Registrar los datos obtenidos.
6. Analizar e interpretar los datos.
7. Elaborar conclusiones y el informe.



# UNIDADES DE ANÁLISIS (¿QUÉ OBSERVAR?)

- Lo primero que hay que saber con exactitud es qué queremos observar.
  - **Conducta no verbal.** Se refiere a las expresiones motoras que pueden originarse en distintas partes del cuerpo.
  - **Conducta espacial o proxémica.** Presenta dos vertientes: la elección de lugar en un espacio y el conjunto de desplazamientos de una persona.
  - **Conducta vocal o extralingüística.** Se interesa en la vocalización y no en el contenido del mensaje.
  - **Conducta verbal o lingüística.** Se refiere al contenido del mensaje que puede ser hablado o escrito.



# UNIDADES DE MEDIDA (¿QUÉ MEDIR DE LA UNIDAD?)

- **Ocurrencia:** Se trata de la constatación de si un fenómeno se da o no.
- **Orden:** Consignar el orden en que aparecen unas conductas o categorías conductuales.
- **Frecuencia:** Hace referencia a las veces que ocurre un mismo evento.
- **Duración:**
  - Intervalo entre el comienzo y el final de una actividad.
  - Intervalo entre la presentación del estímulo y el comienzo de la respuesta
  - El intervalo entre las manifestaciones sucesivas observadas
- **Dimensiones cualitativas:** Medir la intensidad, magnitud o adecuación de dicha unidadde observación.



# TÉCNICAS DE REGISTRO (¿CON QUÉ OBSERVAR?)

- Los procedimientos de recogida de datos observacionales:
  - **Registros narrativos:** Descripciones de lo observado, con un formato que permite recoger diferentes características y modalidades de las actividades de las personas.
  - **Escalas de apreciación:** Son utilizadas cuando se pretende la clasificación de las actividades de una persona.
  - **Protocolos observacionales de conducta:** Contienen una serie de conductas especificadas.
  - **Códigos o sistemas de categorías:** Procedimientos observacionales más sofisticados.
  - **Registro de productos de conducta:** Estos datos no requieren protocolos especiales sino sólo preparar una hoja de recogida de información en la que se señalen las condiciones generales.
  - **Procedimientos automáticos de registro:** Para facilitar la tarea del observador y ofrecer las máximas garantías de rigor científico, eliminando sesgos del propio observador o del observado. Existen tres grupos de procedimientos automáticos de registro:
    - 1. Medios técnicos de registro auxiliares del observador.
    - 2. Aparatos de registro a distancia u ocultos.
    - 3. Observación mediante aparatos. Son las técnicas objetivas.



# VENTAJAS E INCONVENIENTES

- **VENTAJAS:**

- Se obtiene información precisa y objetiva.
- Evita factores de riesgo ocasionados por el entrevistador al no hacer falta la colaboración de otra persona.
- Se reúnen datos con rapidez y precisión.
- Técnica fácil de aplicar.
- Bajo Coste.

- **INCONVENIENTES:**

- No se pueden determinar emociones, actitudes o motivaciones. Solo se puede examinar comportamientos y características físicas.
- Solo se observa el comportamiento público y no el privado.
- Cuando el comportamiento observado ocurre con poca frecuencia requiere más tiempo y es más costosa.

