**Práctico 11**

**Actividad 1: - Video**

1. ¿Por qué en este caso el entrevistador elige esta técnica en el lugar de un cuestionario?
2. ¿Qué le interesa saber al entrevistador?
3. ¿Existen elementos emergentes que el entrevistador probablemente no previó con anterioridad? (elementos emergentes: información que emerge de la entrevista sin ser buscada intencionalmente)
4. ¿Cómo actúa el entrevistador frente a estos elementos emergentes?
5. ¿Qué grado de estructuración tiene la entrevista?
6. ¿Qué ventajas y desventajas se encuentran en utilizar este tipo de técnica en comparación con un cuestionario estandarizado?

**Actividad 2:**

**Elabore una encuesta original** a partir de un posible caso de estudio. Elija una de las siguientes opciones temáticas:

* **Estudio de imagen institucional**  
  Ejemplo: Imagen de una universidad entre sus egresados / Imagen de un banco entre sus clientes.
* **Análisis de posicionamiento de marcas o productos**  
  Ejemplo: Preferencias y percepciones de una tienda de ropa entre jóvenes de 18 a 25 años.
* **Estudios de comportamiento del consumidor**  
  Ejemplo: Frecuencia y motivos de compra de productos ecológicos en supermercados.

**Se pide:**

* **Caso de estudio seleccionado:**
* Título del estudio.
* Breve descripción del contexto.
* **Empresa o producto de enfoque:**
* Describa brevemente la organización, servicio o producto.
* Justifique por qué se eligió.
* **Público objetivo de la encuesta:**
* ¿A quién se dirige? (segmentación por edad, género, ubicación, etc.)
* Justifique su elección con base en el objetivo del estudio.
* **Objetivo general de la encuesta:**
* Ejemplo: *"Conocer la percepción de los clientes frecuentes sobre la atención recibida en la sucursal X del Banco Y."*
* **Estrategias para aplicar la encuesta:**
* ¿Cómo será administrada? (en línea, presencial, telefónica, etc.)
* ¿Qué herramientas usarán? (Google Forms, papel, tablets, etc.)
* ¿Cómo garantizarán la ética y la validez de los datos?

**Formulario de encuesta (5 a 10 preguntas):**

* Debe incluir:
  + Preguntas cerradas (tipo Likert, opción múltiple, dicotómicas).
  + 1-2 preguntas abiertas.
  + Formato claro, lenguaje apropiado al público, sin sesgos.

**Actividad 3**

**Situaciones para analizar:**

**Seleccionen dos situaciones para analizar**

1. **Una empresa de cosméticos desea explorar las percepciones de mujeres jóvenes sobre los mensajes de belleza en redes sociales.**
   * ¿Qué tipo de diálogo puede surgir en un grupo focal?
   * ¿Qué cuidado hay que tener con temas sensibles o identitarios?
2. **Un municipio quiere conocer qué piensan los vecinos sobre el nuevo sistema de recolección de residuos.**
   * ¿Se puede trabajar con vecinos de distintos perfiles?
   * ¿Qué ventajas tiene sobre una encuesta en este caso?
3. **Una app de citas quiere explorar cómo los usuarios interpretan el "éxito" en una cita.**
   * ¿Cómo se aborda un tema íntimo en un grupo focal?
   * ¿Se deben hacer grupos diferenciados por edad, género, u orientación?
4. **Un centro de salud quiere saber qué barreras enfrentan migrantes recientes para acceder al sistema de salud.**
   * ¿Es útil un focus group si hay barreras idiomáticas o desconfianza institucional?
   * ¿Qué estrategias habría que aplicar para lograr un ambiente seguro?

**Preguntas guía para cada grupo:**

1. ¿Es pertinente el uso de grupos de discusión en esta situación? ¿Por qué?
2. ¿Qué se ganaría al usar esta técnica frente a una entrevista o encuesta?
3. ¿Qué riesgos o limitaciones podrían surgir en el trabajo con grupos?
4. ¿Cómo debería organizarse la composición del grupo (homogeneidad, heterogeneidad)?
5. ¿Qué habilidades debe tener quien modere la discusión?