

Técnicas proyectivas dentro de la Investigación Cualitativa

Dentro de las sesiones de grupo, el uso de Técnicas Proyectivas es una herramienta fundamental para obtener información más profunda y realizar un análisis más completo de los temas en cuestión. Una Técnica proyectiva es una forma no estructurada e indirecta de hacer preguntas que alienta a los entrevistados a que proyecten sus motivaciones, creencias, actitudes o sentimientos subyacentes respecto a los temas de interés. En las técnicas proyectivas se pide a los entrevistados que interpreten el comportamiento de otras personas en lugar de describir el propio a fin de obtener información que de otra forma sería complicado obtenerla.

Entrevista Profunda.

Al igual que las sesiones de grupo, las entrevistas profundas son una forma no estructurada e indirecta de obtener información, pero a diferencia de las sesiones de grupo, las entrevistas profundas se realizan con una sola persona. Este tipo de técnica en la investigación puede tener una duración de 30min. hasta más de una hora, dependiendo del tema y la dinámica de entrevista. Para ello se requiere la habilidad de un entrevistador que provoque un ambiente de confianza con el entrevistado a fin de que hable con libertad de sus actitudes, creencias, sentimientos y emociones. Dentro de una entrevista profunda es posible combinar técnicas proyectivas a fin de profundizar en algún tema o de obtener respuestas que muchas veces el entrevistado no está dispuesto en forma racional y espontánea a proporcionar.

Ventajas de la Entrevista Profunda.

La entrevista profunda atribuye las respuestas directamente a un participante, el cual puede definirse por sus características y actitudes.

En esta técnica se puede dar un intercambio libre de información sin ninguna presión social para estar de acuerdo o no con el grupo.

Desventajas de la Entrevista Profunda.

Básicamente las desventajas son las mismas que en una sesión de grupo. En general, la duración de las entrevistas en combinación con los costos reducen la cantidad de entrevistas a profundidad en un proyecto.

Aplicación de la Entrevista Profunda.

A diferencia de las sesiones de grupo, las entrevistas profundas se utilizan con poca frecuencia en la investigación de mercados. No obstante este tipo de entrevistas pueden emplearse con efectividad en situaciones problemáticas especiales, como aquellas que requieren lo siguiente:

1. Sondeo detallado del entrevistado.
2. Análisis de temas confidenciales, delicados o embarazosos (finanzas personales, enfermedades particulares, etc.).
3. Situaciones en las que existen estrictas normas sociales y en las que el entrevistado podría tener la influencia de un grupo.
4. Comprensión detallada de un comportamiento complicado.





5. Conocimiento detallado de un profesionalista.
6. Entrevistas con competidores, quienes es poco probable que revelen la información en un sesión de grupo.
7. Situaciones en las que la experiencia de consumo del producto tiene una naturaleza delicada y que afecta los estados de ánimo y las emociones.
8. Análisis de un entrevistados que no dispone de tiempo o deposición para dejar su lugar de trabajo (entrevistas con directores, operadores de maquinaria, etc.).

