



Entrevistas
en
Profundidad

Entrevistas en Profundidad Opción Consultores

Las Entrevistas en Profundidad como técnica principal en el menú de técnicas cualitativas permiten comprender en profundidad cómo piensan y sienten los consumidores en relación a diversos aspectos investigados. Para ello las mismas pueden focalizarse sobre las necesidades y motivaciones que impulsan una determinada acción (ej. compra), el proceso en que se enmarca la acción (búsqueda de información, identificación de referentes, personas involucradas en la toma de decisión), árboles de decisión a partir de los cuales los sujetos definen determinada acción o juicio relativo a una temática.

Su principal atributo diferenciador es la indagatoria del sujeto en un contexto individual, lo que permite captar en mayor medida su subjetividad, hecho que a partir de técnicas grupales en diversas ocasiones se ve absorbida por el grupo.

Información Obtenida

Desde una óptica de marketing o de políticas sociales las entrevistas en profundidad permiten a las organizaciones encontrar respuestas a múltiples preguntas, entre las cuales se destacan:

- “¿Cuáles son las motivaciones que llevan a los sujetos a elegir entre las distintas acciones (Ej. Acción de elección de marcas)?”
- “¿Cuáles son las principales necesidades que buscan satisfacer con dichas acciones?”
- “¿Cuál es la imagen en profundidad de mi organización, institución o marca?”
- “¿Qué atributos debería tener mi producto/servicio/propuesta para que sea elegida en relación a otras alternativas de acción o de consumo?”
- “La propuesta que estamos desarrollando, ¿motiva la acción del público objetivo hacia el cual va dirigido? ¿Por qué razones no la motiva?”
- “¿Cuál es la evaluación de la relación costos/precios & beneficios de la propuesta o producto ofrecido en relación a otras alternativas competidoras?”
- “¿Cuál es el árbol de decisión o proceso subjetivo a partir del cual un sujeto arriba a determinado juicio o acción?”

Características Generales de las Entrevistas en Profundidad

Las entrevistas en profundidad se realizan en un contexto de intimidad, cuidando posibles sesgos del contexto o del entrevistador sobre la temática indagada. Son lideradas por un entrevistador especialmente capacitado para alcanzar objetivos de información a partir de una conversación desestructurada y abierta con el entrevistado. Las mismas pueden ser registradas en imagen y audio para su posterior visualización o escucha.

Dispone de ventajas en costos en relación a otras técnicas cualitativas como los Focus Groups, y pueden ser más productivas en relación a otras técnicas cualitativas cuando los recursos son escasos.

Metodología y Especificaciones Técnicas

Reclutamiento de Entrevistados: a partir de cuestionario compuesto de una serie de “preguntas filtro” que los contratantes del proyecto definan en función de los segmentos de interés para el estudio. Este cuestionario da cuenta del perfil descriptivo que caracteriza a los segmentos que constituyen el público objetivo al cual se dirige el estudio.

Fuentes de Selección: 1. Intercepción a la salida de locales de tránsito de segmentos de interés. (Ej. bares, pubs y restaurants, supermercados, etc.). 2. Llamadas telefónicas aleatorias a hogares; 3. Bola de Nieve.

Lugar de Entrevistas: espacios que no condicionen el discurso del entrevistado en relación a la temática abordada.

Duración (aproximada): 30 a 60 minutos.

Moderación: A cargo de profesionales con experiencia en ejecución de entrevistas (Psicólogos y Sociólogos).

Respaldo de la información: Audiovisual. Grabación o filmación de entrevista.

Producto entregado: Son entregados respaldos digitales de los materiales audiovisuales resultantes de la realización de entrevistas. Al mismo tiempo se entrega informe de investigación a partir de objetivos generales y específicos, y métodos de análisis acordados con el cliente.

Qué distingue a Opción Consultores

- Amplia variedad de servicios especializados de investigación de mercados para la evaluación del entorno de marketing de la empresa.
- Los servicios de investigación de mercados se combinan con consultoría en definición de lineamientos estratégicos de marketing (producto, distribución y ventas, comunicación, promoción y precios).
- Consultoría especializada en planificación estratégica de marketing.
- Los servicios ofrecidos permiten generar economías y capitalizar oportunidades a su marca a partir de la definición de estrategias sobre la base de información de mercado.
- Opción le ofrece un servicio personalizado y comprometido con la generación de valor para su empresa, buscando generar economías en los costos de acceso a la información.

Servicio desarrollado por Opción Consultores. Para mayor información comunicarse con Opción Consultores: (005982 4026509. Montevideo - Uruguay)

info@opcion.com.uy

www.opcion.com.uy

www.externainvestigacion.com