

Métodos cualitativos

DigitalHouse >
Coding School



**Certified Tech
Developer**
The Ultimate Degree

Métodos cualitativos, ¿por qué son importantes?

La utilización de métodos cualitativos comparado con el análisis de datos, tienen el valor de acercarnos a nuestros usuarios, ya que podemos conocer sus sentimientos, emociones y experiencias.

Necesitamos entender a las personas antes de diseñar un producto o servicio para ellos porque todos tenemos una vida única, experiencias y puntos de vista particulares.



Índice

1. Entrevista
2. Observación o shadowing
3. Focus group
4. Imaginación cognitiva

1 Entrevista

La entrevista en profundidad a las personas involucradas en un desafío es una de las técnicas más valiosas y ricas para obtener información. Su objetivo es conocer de modo profundo la realidad, necesidades latentes, deseos, conocimientos, valores y modelos mentales de las personas.

Es una conversación abierta que recorre los distintos temas que el entrevistador desea conocer y/o que son importantes para el entrevistado. Es un requisito indispensable crear un clima empático para que el diálogo sea sincero y profundo.



2

Observación o shadowing

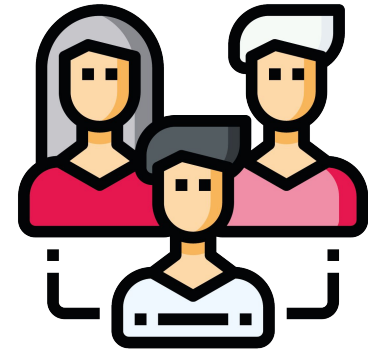
Al contrario que en la entrevista, en la que interactuamos directamente con el usuario, aquí se trata de observar en su contexto. Al hacerlo, es importante documentar el proceso, ya sea a través de imágenes o texto.

Un ejemplo de shadowing es seguir el recorrido de un usuario durante un proceso de compra (customer journey) o bien elegir un momento de su día para hacerlo.



3 Focus group

Es otra forma de entrevista, en la que interviene un moderador que lanza preguntas al grupo o se da una consigna. Mientras esto sucede, los observadores registran sin ser vistos. Se eligen perfiles muy distintos y radicales en los focus groups. La idea es que hagan aportaciones inesperadas que abran perspectivas muy diferentes con respecto a las habituales.



4

Imaginación cognitiva

Se trata de que el usuario imagine que está disfrutando un producto/servicio y que anote la experiencia (racional y emocional) según vamos pasando por todas las fases del mismo.

Se debe definir en primer lugar todos los pasos que conlleva el disfrute de un producto/servicio. Después podemos imaginarnos en cada una de esas fases o incluso representarlos mediante un role play. Deberemos anotar todas nuestras percepciones y emociones en cada una de las fases del proceso.



En la práctica

Estas herramientas cualitativas pueden combinarse, de acuerdo al tipo de proyecto y momento de la investigación.



Las entrevistas son las herramientas más utilizadas. Es por eso que te vamos a contar qué tener en cuenta al momento de realizarlas.

DigitalHouse>
Coding School