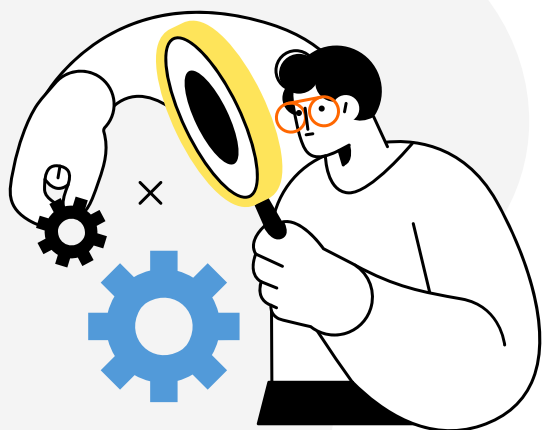


# Método de observación

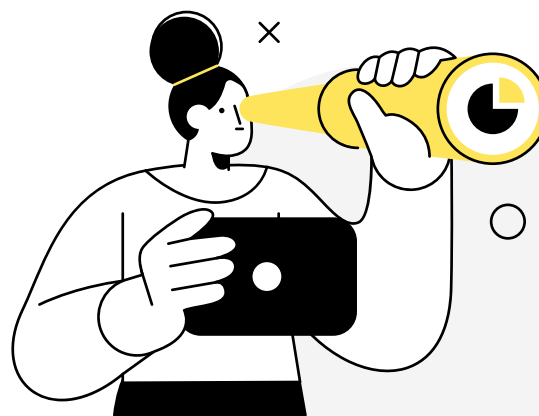
## Procedimiento y tipologías



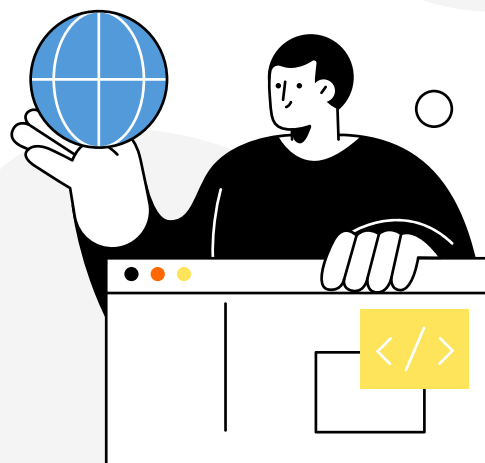
El método de observación a la investigación de mercados se puede aplicar de manera formal, cuando se trazan objetivos planeados con anterioridad como lo es el examen de conductas, o puede ser informal cuando se requiere complementar un estudio con una técnica adicional como la observación.



Se dice que la observación puede ser natural cuando el proceso se lleva a cabo o se realiza en un entorno natural sin que las personas se percatan de sentirse observados. El proceso de observación se realiza en un entorno controlado.



La observación también puede ser directa o indirecta de acuerdo con el medio que se utilice para la captura de información, y en función al grado de conocimiento y aceptación que tenga el empleado, se dice que puede ser observación consciente o tal vez encubierta.



Con los avances de la tecnología se facilita el proceso con métodos innovadores de observación mecánica como estudios con seguimiento ocular, respuesta galvaniza de la piel o análisis facial.

## Observación

Natural  
o artificial

Oculto  
o no oculto

Estructurada  
o no estructurada

Directa  
o indirecta

Humana  
o mecánica