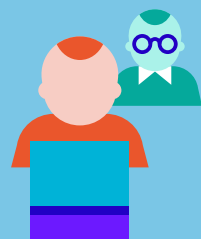


Técnicas de *investigación*



Shadowing

El principio clave del shadowing es que el investigador actúa únicamente como observador. No deben interferir con el sujeto de investigación (participante) ya que esa interferencia podría cambiar la forma en que el sujeto se comporta en cualquier circunstancia dada. Por lo tanto, el shadowing es algo diferente de las prácticas de entrevistas observacionales de clientes en las que el investigador interactúa plenamente con el participante mientras lo observa en su entorno habitual.



Observación contextual

Continuamos con la técnica de observación contextual. En esta, los investigadores van al lugar donde ocurren los eventos que quieren comprender, para observar qué ocurre allí, cómo se relacionan las personas, cómo interactúan en su contexto, conociendo de forma genuina y de primera mano las dinámicas de ese espacio.

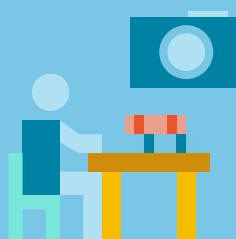
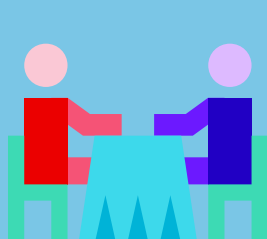


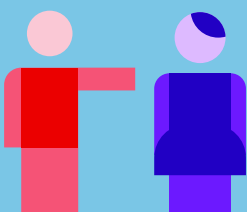
Foto Safari

Complementando la observación contextual, podemos pensar en hacer un photo safari. En esta técnica, los investigadores están en el lugar de los hechos y van tomando fotos a los elementos, momentos, espacios... que van dando respuesta a lo establecido en la guía de la investigación.



Entrevista a profundidad

Pasamos a una técnica muy conocida por la mayoría que es la entrevista a profundidad, donde el investigador propone un tema y el entrevistado da a conocer sus sentimientos, experiencias y perspectivas. Esto permite al investigador centrarse en detalles relevantes para su objeto de estudio. Aquí la clave está en hacer buenas preguntas y guiar adecuadamente la conversación para que el usuario o entrevistado pueda abrirse al responder y que pueda brindar la información que el investigador necesita. Las entrevistas laborales son un ejemplo de esta técnica.



Entrevistas de intercepción

Otro tipo de entrevista es la de intercepción, o también conocida como “Guerrillas”, donde el investigador aborda a los usuarios, en un preciso momento y un determinado contexto, para que interactúe con elementos de forma rápida o responda algunas preguntas, sin que se haya pactado con anterioridad el encuentro. Esta técnica se puede usar junto a la observación contextual o el photo safari. Esta técnica es muy usada en los noticieros cuando los periodistas están cubriendo un evento público y entrevistan a los asistentes rápidamente.



Test de usuarios

Ahora, hablaremos del Test de usuarios, una técnica que se utiliza para probar o validar las funcionalidades de un producto o servicio digital. Se usa abordando a potenciales usuarios en ambientes controlados donde les pedimos que interactúen con el producto o servicio. Nos enfocamos en observar cómo lo utilizan, qué fricciones se presentan, qué es lo que comentan o preguntan sobre el producto. la persona va interactuando con lo que le va apareciendo en la pantalla, hace preguntas, explora y de ahí los investigadores sacan conclusiones para mejorar la versión del producto o servicio que testearon.



Taller generativo

Por último, tenemos la técnica llamada taller generativo que nos permite profundizar en el conocimiento que tenemos de nuestros usuarios. Se desarrolla en grupos de trabajo, donde un moderador facilita procesos de diálogo y los invita a crear con sus propias manos la solución o idea que se imaginan. La solución resultante no, necesariamente, se debe llevar a cabo tal cual lo plantearon los participantes pero nos sirve para depurar lo que hay detrás de las personas que crearon esta solución. Se recomienda mezclar perfiles con el fin de tener conversaciones que integren diferentes puntos de vista.