

TALLER
VIRTUAL

*Herramientas
de investigación para
el cambio de comportamiento*

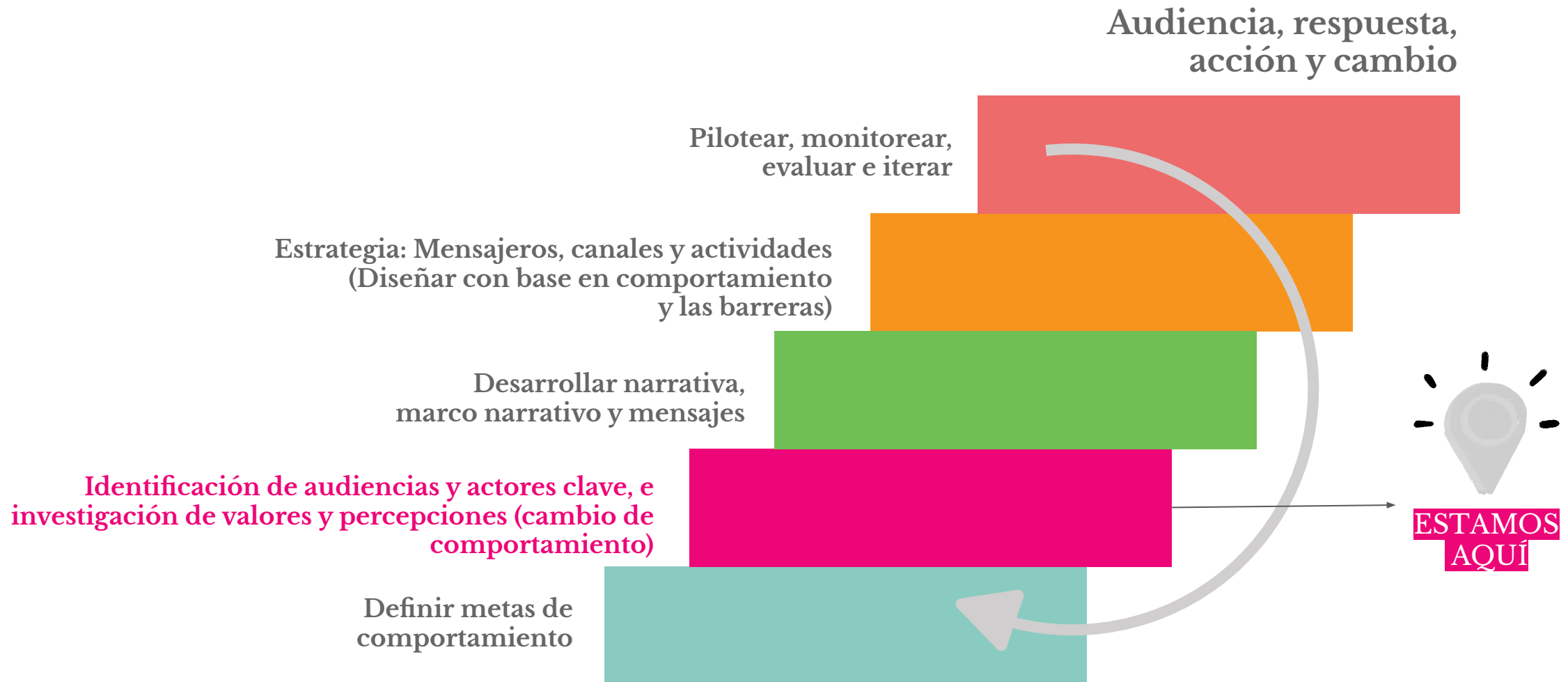
AGOSTO 2023

Objetivo

- Compartir nociones clave y consejos sobre:
 - el uso de herramientas investigación para el cambio de comportamiento.
 - el análisis y aplicación de los resultados



El paso a paso de una comunicación estratégica para el cambio de comportamiento



¿Por qué necesitamos llevar a cabo una investigación previa?

1. Necesitamos conocer -mejorar nuestras audiencias y actores clave.
2. La comunicación para lograr el cambio social y de comportamiento no es un acto de magia.



Introducción a las herramientas de investigación

Métodos cuantitativos

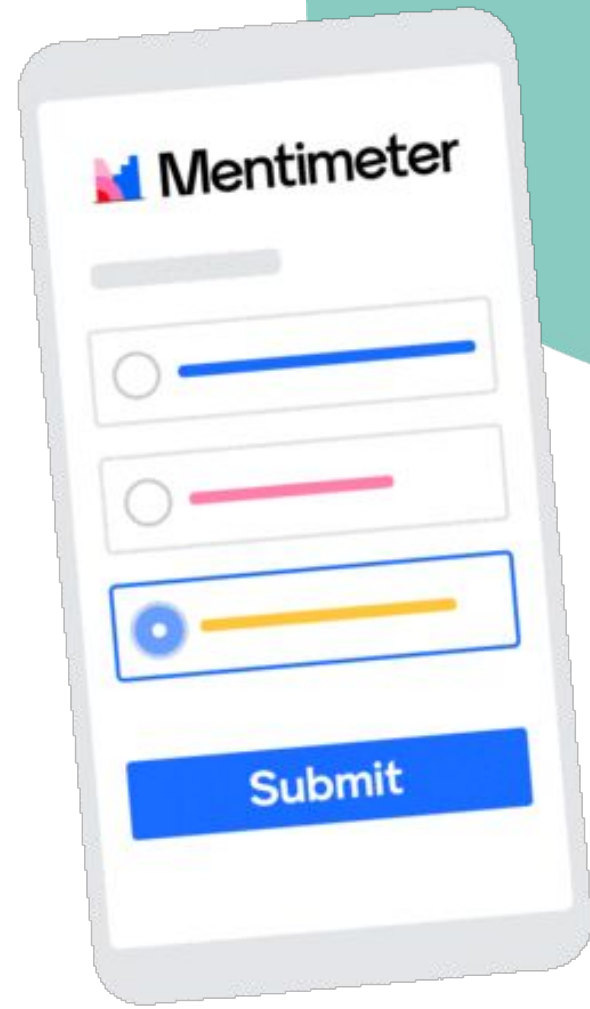
- ¿Cuánta gente va a votar?
- ¿Cuál es la brecha salarial por género?

Métodos cualitativos

- ¿Por qué votan por x o y candidato?
- ¿Cuáles son las discriminaciones específicas?

Ve a *menti.com* y utiliza el código:

6933 3463



Introducción a las herramientas de investigación cualitativas



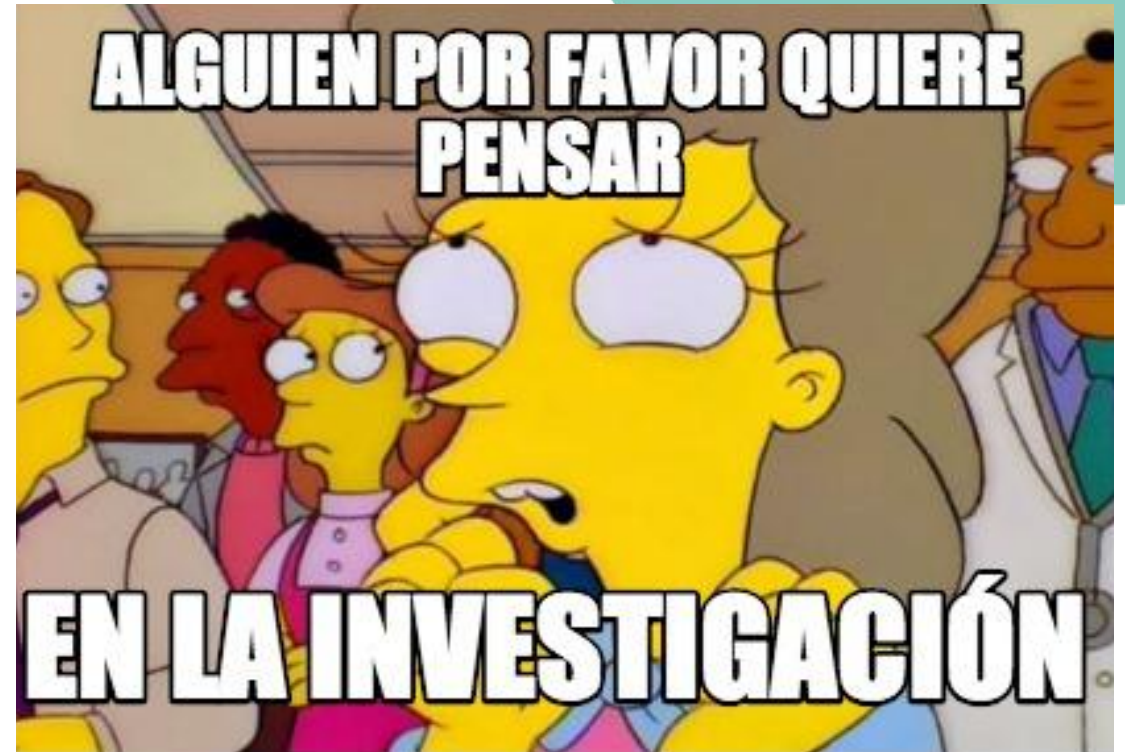
Investigación
de gabinete

Grupo
Focal

Entrevista
Abierta

Investigación de gabinete

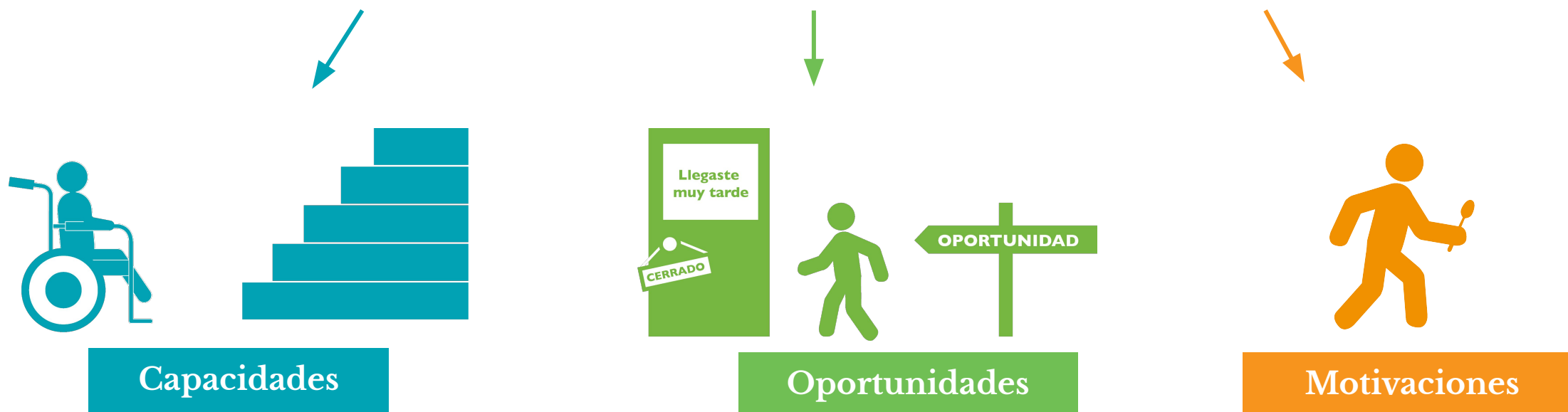
- El primer paso para saber más sobre una audiencia o un tema determinado.
- ¡Es gratis! Bueno, solo necesitamos tiempo y sentido común.
- Fuentes que nos pueden servir
 - Artículos de investigación
 - Encuestas de opinión
 - Índices
 - Libros
 - Fuentes hemerográficas
 - Análisis de redes sociales



Cómo elaborar una guía de preguntas

COM B Determinando barreras

Mapa de Ruta de comportamiento



Ejemplo: Alex debe de hacerse vegetariano por salud.

Barrera	Pregunta	Instrumento
Capacidades		
Alex no sabe cómo hacer una dieta vegetariana balanceada.	¿Sabe en qué consiste una dieta vegetariana? ¿Ve usualmente recetas? ¿Dónde?	Entrevista breve
Oportunidades		
No venden muchos vegetales cerca de Alex	¿Dónde podría comprar vegetales? ¿Hay un servicio de entrega a domicilio de compras?	Entrevista breve
Motivaciones		
A Alex le parece que el vegetarianismo es de gente muy diferente a él y no cree que le sirva para hacer su ejercicio.	¿Conoce a alguien vegetariano? ¿Qué se imagina cuando piensa en un vegetariano?	Grupo focal

¿Cómo logramos convencer a Alex de hacerse vegetariano?

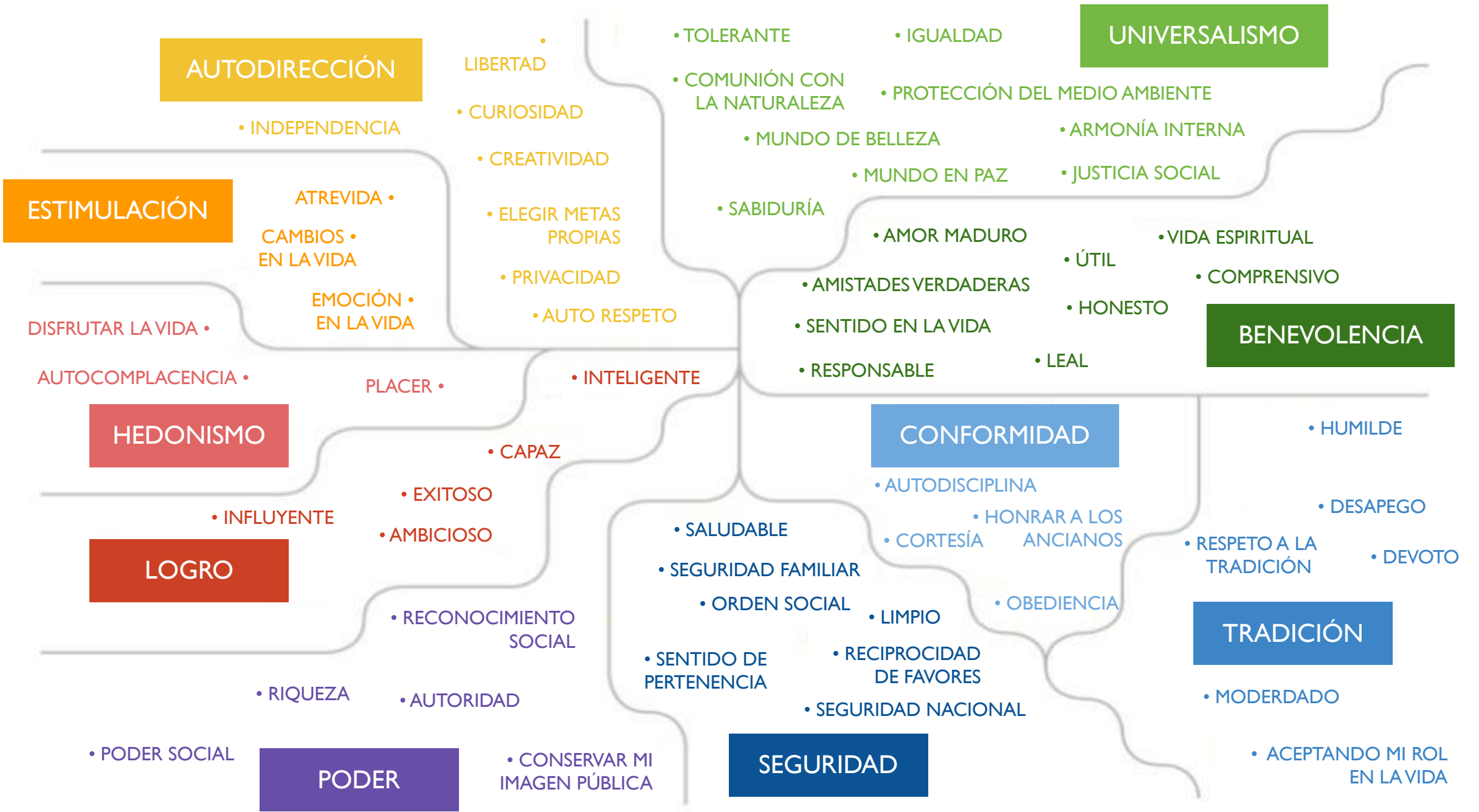


Secreto: hay que apelar a sus valores y percepciones.

¿Por qué son importantes los valores?

- Porque las personas **toman decisiones y emprenden acciones motivadas por sus valores** y emociones, más que por los datos.
- **Consumimos información que tiene que ver con nuestros valores** y visión del mundo
- Los valores suelen **mantenerse en el tiempo.**





AUTODIRECCIÓN

• INDEPENDENCIA

ESTIMULACIÓN

• ATREVIDA

• CAMBIOS EN LA VIDA

• EMOCIÓN EN LA VIDA

• DISFRUTAR LA VIDA

• AUTOCOMPLACENCIA

HEDONISMO

• PLACER

• INFLUYENTE

LOGRO

• EXITOSO

• AMBICIOSO

• RECONOCIMIENTO SOCIAL

• RIQUEZA

• AUTORIDAD

• PODER SOCIAL

PODER

• CONSERVAR MI IMAGEN PÚBLICA

• LIBERTAD

• CURIOSIDAD

• CREATIVIDAD

• ELEGIR METAS PROPIAS

• PRIVACIDAD

• AUTO RESPETO

• CAPAZ

• INTELIGENTE

• SALUDABLE

• SEGURIDAD FAMILIAR

• ORDEN SOCIAL

• SENTIDO DE PERTENENCIA

• SEGURIDAD

• TOLERANTE

• COMUNIÓN CON LA NATURALEZA

• SABIDURÍA

• IGUALDAD

• PROTECCIÓN DEL MEDIO AMBIENTE

• MUNDO DE BELLEZA

• MUNDO EN PAZ

• AMOR MADURO

• AMISTADES VERDADERAS

• SENTIDO EN LA VIDA

• RESPONSABLE

CONFORMIDAD

• AUTODISCIPLINA

• CORTESÍA

• LIMPIO

• RECIPROCIDAD DE FAVORES

• SEGURIDAD NACIONAL

• HONRAR A LOS ANCIANOS

• OBEDIENCIA

• UNIVERSALISMO

• ARMONÍA INTERNA

• JUSTICIA SOCIAL

• VIDA ESPIRITUAL

• ÚTIL

• HONESTO

• LEAL

BENEVOLENCIA

• RESPETO A LA TRADICIÓN

• TRADICIÓN

• MODERDADO

• ACEPTANDO MI ROL EN LA VIDA

• HUMILDE

• DESAPEGO

• DEVOTO

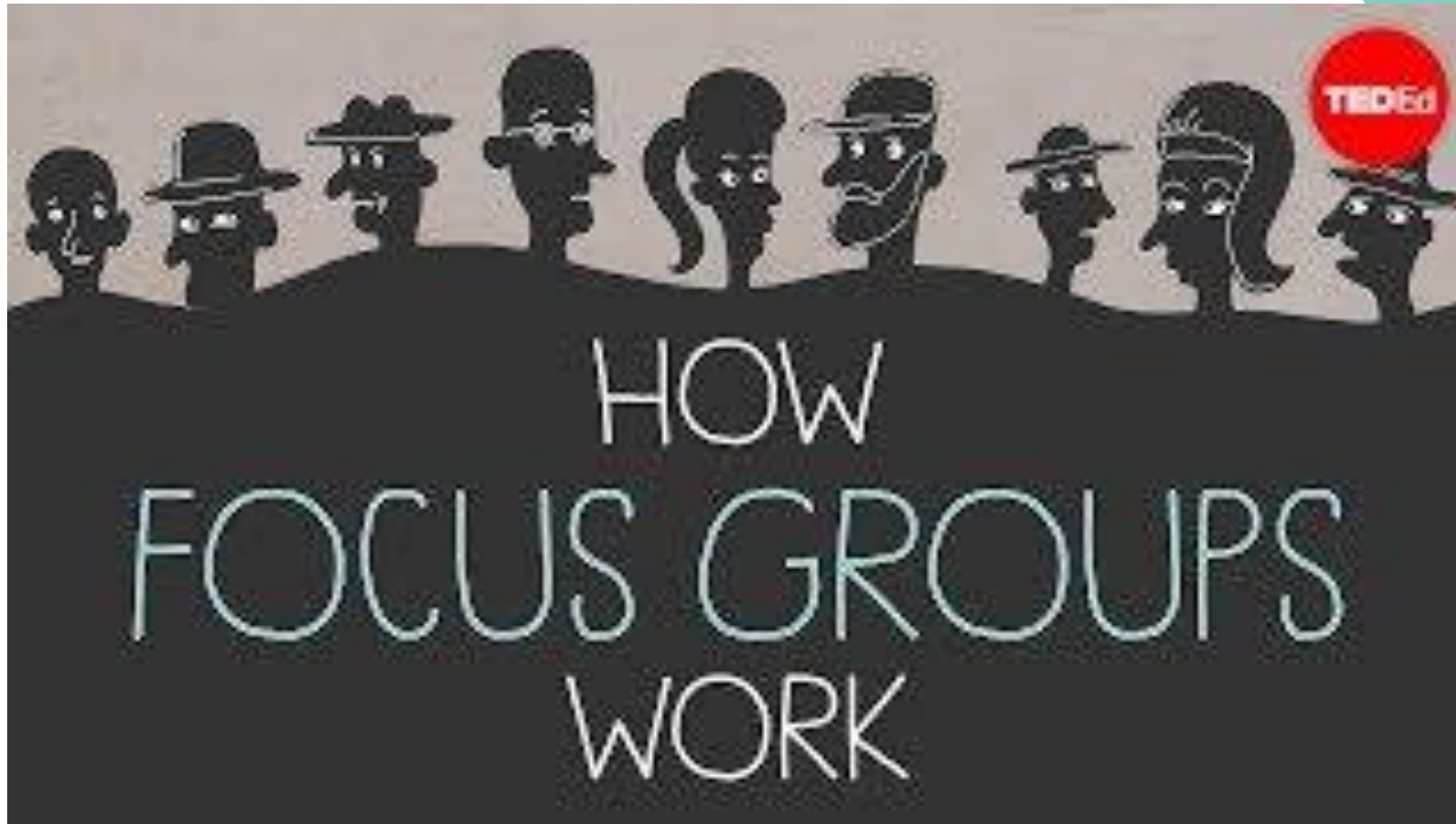


Investigación cualitativa



Grupos de enfoque

*¿Qué es un grupo de enfoque
y para qué sirve?*



¿Quién asiste a nuestro grupo de enfoque?

- Quien nos pueda dar la información que requerimos.
- Nuestra audiencia
- Diferentes voces de la misma audiencia
- Por ejemplo: si queremos convencer a detractores, necesitamos entenderlos.



¿Cómo elaborar una guía de preguntas?

- ❑ Determine qué puntos quisiera que la conversación aborde en cada respuesta.
- ❑ Escriba preguntas abiertas.
- ❑ Las preguntas son sobre motivaciones, percepciones, procesos, emociones, valores, racionalizaciones, normas sociales.
- ❑ Las preguntas no siempre preguntan directamente. Por ejemplo, ejercicios de un círculo de influencia, priorización, y escribir una historia.
- ❑ Las preguntas no son directas, por ejemplo:
 - ❑ Le gusta el producto: Si o No?
 - ❑ Piensa que ahorrar agua es bueno?

Técnicas de facilitación de grupo de enfoque

- Manejar las dinámicas de poder
- Manejar el tiempo
- Manejar la guía
- No juzgar ni portarse defensivo
- Reconocer el lenguaje corporal
- Validar ideas



Técnicas de facilitación de grupo de enfoque

- Maneje las dinámicas del grupo haciendo llamado a dedo
- Maneje el silencio
- Generar un ambiente de confianza
- Los participantes son los más importantes
- Guiar la conversación
- Reconocer a todos con la misma importancia



Técnicas de facilitación de grupo de enfoque

- Ser neutral
- Presencia activa
- Establecer un tono ameno
- Dar contexto y encuadre
- Promueva la profundización (reflejo, preguntas)
- Validar las ideas



Otros ejercicios que se pueden incorporar

- Ejercicios de proyección:
 - “vea esta imagen y escriba una historia”
 - “Si X fuese una persona, cómo sería?”
- Frases incompletas o asociación libre
- Casos o ejercicios cortos (donación)



Instrucciones: ¿Qué preguntas de grupo focal puedo construir en el tema que nos asignaron?

3 minutos para construir una pregunta

Trabajaremos en grupos pequeños con un facilitador por grupo.

Cada grupo tendrá 3 minutos para hacer preguntas de forma individual.
Las preguntas se hacen en el jamboard.

Después de los 3 minutos se hará una discusión en el grupo pequeño con el facilitador.

Ejercicio: haz preguntas de grupo de enfoque

Grupo 1:

¿Por qué los niños no hacen las tareas escolares?

Grupo 2:

¿Por qué se prefiere el café al té?

Grupo 3:

¿Qué piensan los hombres sobre la palabra “feminismo”

Grupo 4:

¿Cómo se percibe el cambio climático?

Grupo 5:

¿Por qué las mujeres no asisten a las citas ginecológicas?



Entrevistas a profundidad

“La entrevista es la más pública de las conversaciones privadas. Funciona con las reglas del diálogo privado pero para el ámbito público: proximidad, intercambio, exposición discursiva con interrupciones, un tono marcado por la espontaneidad, presencia de lo personal y atmósfera de intimidad.”

–Jorge Halperín

¿Para qué sirven y cuándo se aplican?

- Para hacer que las personas hablen sobre lo que saben, piensan y creen de un tema determinado.
- Para conocer la opinión de personas expertas.
- Para entender y trazar conductas.
- Como alternativa a grupos de enfoque

-¿pero que le pasó, señor Mapache?
-pues mapachao de to.



Tipos de entrevista

Estructurada

- Hay un guión preestablecido, secuenciado y dirigido
- Incluye preguntas cerradas y abiertas

Semiestructurada

- Guión temático
- Preguntas abiertas
- El entrevistador tiene más libertad
- Requiere de gran capacidad de escucha

Abierta

- Sin guion previo
- La entrevista se construye a medida que avanza.

Tips para hacer una entrevista

- Investigación previa sobre el tema de la entrevista y la persona a entrevistar
- Contextualizar la entrevista
- Generar confianza con la persona entrevistada
- Usar el repertorio metacomunicativo de la persona entrevistada:
 - Voz y tono
 - Lenguaje
 - Adecuación a situación retórica



- Capacidad de escucha (atención flotante)
- Establecer y respetar tiempo de entrevista
- Usar grabadora y/o toma de notas



AVISO

SE REANUDAN CLASES EN LA I | 8:07 |

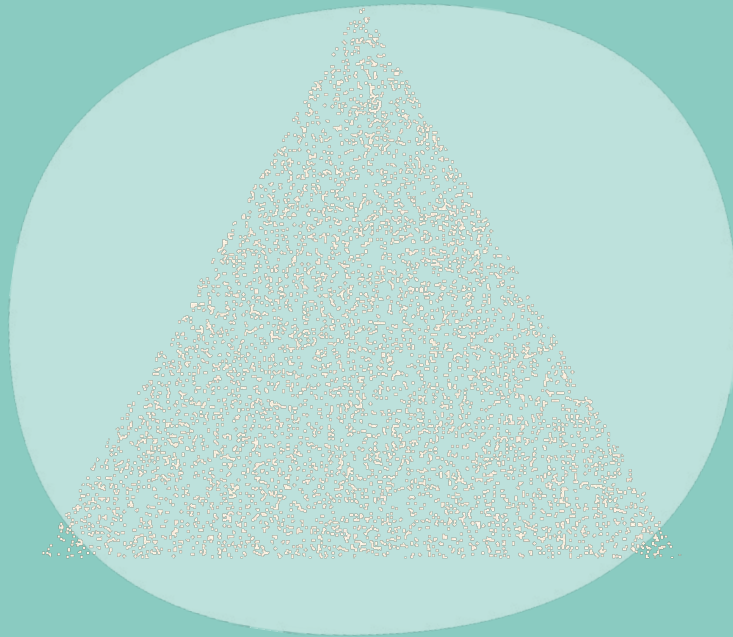
INTERNACIONAL CLEAR NI UNA RESOLUCIÓN DEL CONSEJO DE SEGURIDAD DE LA ONU.





Ejercicio: Entrevista capotiana (o de Juanga)

Redacten 2 preguntas que se harían a sí mismos para conocer sus valores y percepciones sobre el calentamiento global

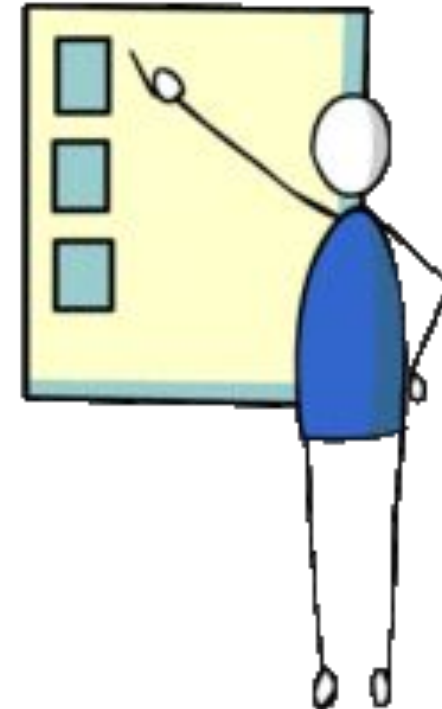


Interpretación de resultados

Sistematización de datos
Transcripción de información
Análisis de información
Reporte Final

Tips para hacer una interpretación de resultados (sencilla y certera)

- Preparación y organización de la información obtenida
 - Transcripciones
 - Resultados de dinámicas
- Exploración
- Codificación
- Análisis
 - De contenido
 - Del discurso
 - Narrativo

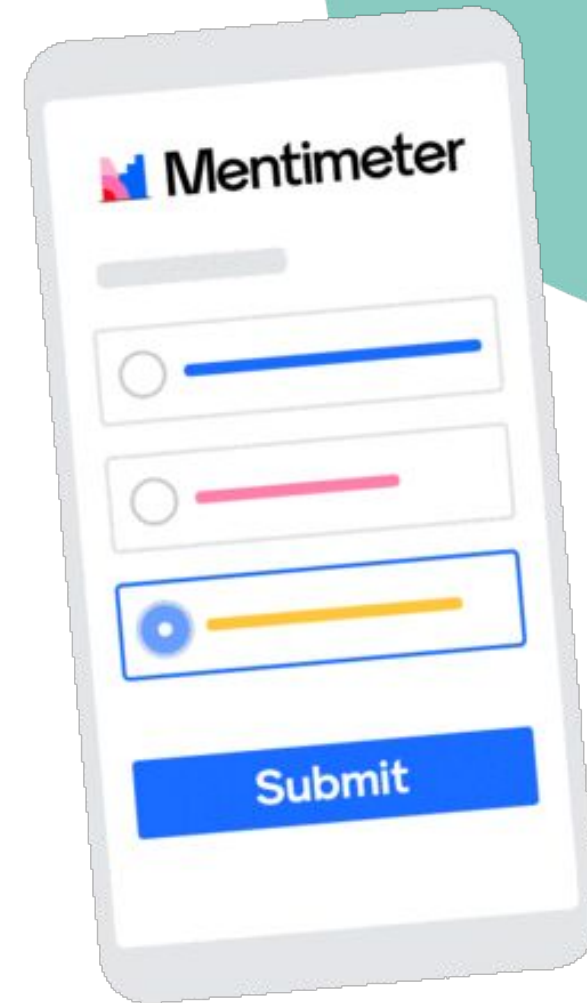


QUIZ

Se hacen grupos con facilitadores y se juega trivia en cada grupo. El ganador de cada grupo es quien responda más rápido y correctamente las preguntas.

Ve a *menti.com* y utiliza el código:

6248 0045





¡Gracias!

colaboratoria.com



@colaboratoria



@colaboratoriamx