Capítulo 3

1.0 Metodología

El objetivo principal de este capítulo es nombrar los aspectos realizados en el desarrollo de esta investigación. Es importante mencionar que para conocer con certeza los distintos impedimentos en el problema de información entre el INFONAVIT, su sistema informativo, y el cliente o acreditado, se propuso como principal fuente la realización de 2 grupos focales. El primero a personas que tuvieran el crédito, mientras que el segundo se realizaría a personas que estuvieran en proceso de solicitarlo

Es de suma importancia mencionar que ambos grupos focales fueron un fracaso. La realización de ambos estudios cualitativos se le fueron otorgados a una empresa de estudios de mercado llamada BEANS, empresa que no entregó los resultados a tiempo y perdieron todo contacto conmigo. Al haber pasado el doble del tiempo en el que me habían prometido los resultados opté por una segunda opción. Entrevistas a profundidad. Debido a las complicaciones de tiempo y espacio, las entrevistas fueron la mejor opción para seguir adelante con el enfoque cualitativo de éste estudio. Para la realización de estas entrevistas se concluyó que había primero que hacer la guía de tópicos para ambas entrevistas, siguiendo con los 2 grupos previamente mencionados, y de la misma forma realizar un sondeo de opinión entre empleados del IMSS que cotizaran en el INFOANVIT.

3.1 Iliana Blanco, en su pagina de Internet menciona lo siguiente sobre la entrevista como técnica cualitativa "La entrevista es quizá la técnica más utilizada para obtener información de la gente; ha sido usada y sigue siendo empleada para múltiples propósitos y por una variedad de actores: abogados para obtener información de los clientes, médicos para aprender acerca de sus pacientes, funcionarios o profesores determinan la conveniencia de los estudiantes para las escuelas, departamentos y currícula, etcétera.

No obstante, sólo hasta fechas recientes, la entrevista se ha empleado de manera sistemática para propósitos científicos, tanto de laboratorio como de campo. Como técnica de investigación, la entrevista, abarca diversas dimensiones: amplía y verifica el conocimiento científico; obtiene o posibilita llevar la vida diaria del ser humano al nivel del conocimiento y elaboración científica, y permite la reflexión del entrevistado"
Comparando a esta técnica con la de los grupos focales, y al darme cuenta que era la que más se asemeja en la manera de llevarse acabo y de los resultados que se obtienen de ella.

Pero para que quede más claro el por qué se cambió a este método de investigación y no a otro, les tengo que desarrollar el concepto de un grupo focal el cual es el siguiente:

3.2 Un Grupo Focal, es conocido como una Sesión de Grupo. Es una de las formas de los Estudios Cualitativos en el que se reúne a un grupo de personas para indagar acerca de actitudes y reacciones frente a un Producto, Servicio, concepto, Publicidad, idea o Empaque. Las preguntas son respondidas por la interacción del grupo en una dinámica donde los participantes se sienten cómodos y libres de hablar y comentar sus opiniones.

Miguel Aigneren, (2002) en su artículo *"La técnica de recolección de información mediante los grupos focales*" menciona que Korman define un grupo focal como: "una reunión de un grupo de individuos seleccionados por los investigadores para discutir y elaborar, desde la experiencia personal, una temática o hecho social que es objeto de investigación".

Norman Polanky, en su libro *Social Work Research* menciona que la entrevista focalizada. Tal y como describen Merton, Kiske y Kendal (1956), tiene como principal función, centrar la atención del entrevistado sobre la experiencia concreta que se quiere abordar, hay una labor previa que consiste en delimitar los puntos o aspectos que deben ser cubiertos. Esta delimitación se hace en función de los objetivos de la investigación, de las hipótesis de partida, de las características del entrevistado y de su relación con el suceso o situación que quiere ser investigado.

Es necesario, pues, para la aplicación de esta técnica, elaborar una lista de preguntas que contenga los aspectos sobre los que se quiere tratar. La lista señala los puntos sobre los que debe versar la entrevista, pero no señala ni el orden ni el volumen de las respuestas, que quedan a libertad del entrevistado.

Este listado debe utilizarse con flexibilidad, de forma que sólo se introduzcan las preguntas si los aspectos considerados básicos no surgen de forma espontánea en el entrevistado. Tienen que respetarse las prioridades tanto del momento en abordar cada tema como su extensión y profundidad de tratamiento por la persona que se entrevista.

Este tipo de entrevista resulta más operativa, dentro de la complejidad analítica general de todas las entrevistas abiertas no estructuradas. Claramente, mejora las posibilidades de comparabilidad y, por tanto, de integración con otras realizadas en la misma o diferente investigación, a la vez que se conserva la riqueza de información que produce el discurso espontáneo aunque sea estructurado.

Ya habiendo explicado en que consisten ambos estudios, mostraré como se realizó el estudio.

Primero se seleccionó al mismo número de personas para cada grupo de entrevistas, al que originalmente se había pensado para los grupos focales, este número siendo 10. Ya que siento que 10 entrevistas son suficientes para conocer el cómo es percibido el sistema informativo del INFONAVIT desde ambas perspectivas, los que ya tienen el crédito y los que aun no. También se realizaron 5 entrevistas complementarias a empleados del IMSS en Cholula, Puebla.

Las preguntas seleccionadas, así lo fueron porque son las que mayor información me darían respecto al tema en investigación.

El estudio se llevó a cabo durante el mes de abril del año 2007 se hizo, para conocer la percepción del trabajador en Puebla sobre el INFONAVIT, Y así poder acercarnos al problema de información que podría existir entre el INFONAVIT y sus clientes, y saber si el sistema informativo del INFONAVIT resulta efectivo o no.

El estudio fue la realización de 25 entrevistas a distintas personas, de las cuales algunas ya eran acreditadas y otras aun no.

3.3 Guía de tópicos para las personas acreditadas por el INFONAVIT

1. ¿Cuanto tiempo tienes con el crédito?

2. ¿Cómo te ha resultado el crédito INFONAVIT?

3. ¿Qué medios masivos utilizas con mayor frecuencia?

4. ¿Qué opinas del servicio del INFONAVIT?

5. ¿Consideras que estas bien informado sobre lo que hace el INFONAVIT?

6. ¿Consideras que estas bien informado sobre como funciona el crédito INFONAVIT?

7. ¿Cómo te gustaría que el INFONAVIT te informara sobre el funcionamiento de tu crédito?

8. ¿En qué medio masivo te gustaría ver información sobre el INFONAVIT?

9. ¿Preferirías información sobre el INFONAVIT en trípticos, televisión o Internet?

10. ¿Conoces o has participado en alguna promoción del INFONAVIT?

11. ¿Qué opinas de esas promociones?

12. ¿Cómo te enteraste de esas promociones?

13. ¿Cual crees que seria el mejor medio masivo para que tu te enteraras sobre el crédito INFONAVIT?

14. ¿Alguna vez te has metido a la página de Internet del INFONAVIT?

15. ¿Alguna vez has ido a las oficinas del INFONAVIT a pedir información?

16. ¿Contestaron tus preguntas?

3.4 Guía de tópicos para las personas que aun no tienen el crédito INFONAVIT

1. ¿Sabes lo que es el INFONAVIT?

2. ¿Cómo te enteraste del INFONAVIT?

3. ¿Qué piensas del INFONAVIT?

4. ¿Qué medios masivos utilizas con mayor frecuencia?

5. ¿Qué opinas del servicio del INFONAVIT?

6. ¿Consideras que estas bien informado sobre lo que hace el INFONAVIT?

7. ¿Consideras que estas bien informado sobre como funciona el crédito INFONAVIT?

8. ¿Cómo te gustaría que el INFONAVIT te informara sobre el funcionamiento de tu crédito?

9. ¿En qué medio masivo te gustaría ver información sobre el INFONAVIT

10. ¿Preferirías información sobre el INFONAVIT en trípticos, televisión o Internet?

11. Alguna vez has visitado las oficinas del INFONAVIT y ¿para que?

12. ¿Qué opinas de la información y publicidad del INFONAVIT?

13. ¿Alguna vez te has metido a la página de Internet del INFONAVIT?

14. ¿Alguna vez has ido a las oficinas del INFONAVIT a pedir información?

15. ¿Contestaron tus preguntas?

3.5 Guía de tópicos para el sondeo de opinión entre empleados del IMSS

1. ¿Consideras que estas bien informado sobre lo que hace el INFONAVIT?

2. ¿Consideras que estas bien informado sobre como funciona el crédito INFONAVIT?

3. ¿Cómo te gustaría que el INFONAVIT te informara sobre el funcionamiento de tu crédito?

4. ¿En qué medio masivo te gustaría ver información sobre el INFONAVIT?

5. ¿Preferirías información sobre el INFONAVIT en trípticos, televisión o Internet?

6. ¿Qué opinas de la información o publicidad que da el INFONAVIT?

7. ¿Es fácil de entender?

8. ¿Conoces o has participado en alguna promoción del INFONAVIT?

9. ¿Qué opinas de esas promociones

10. ¿Cómo te enteraste de esas promociones?

11. ¿Cual crees que seria el mejor medio para que tu te enteraras sobre el crédito INFONAVIT?

12. ¿Alguna vez te has metido a la página de Internet del INFONAVIT?

13. ¿Alguna vez has ido a las oficinas del INFONAVIT a pedir información?

14. ¿Contestaron tus preguntas?

Las preguntas fueron cuidadosamente seleccionadas para evitar todo tipo de prejuicio y así tratar de hacerlas lo menos tendenciosas posibles. Ya que de lo contrario no hubieran servido para la investigación. Las entrevistas fueron una muy buena fuente informativa para el acercamiento al problema de información que existe entre el trabajador y el INFONAVIT. Las personas entrevistas fueron muy cooperativas ya que en el caso del sondeo de opinión del IMSS muchas de ellas se encontraban cubriendo una jornada laboral. Mientras que los otros dos grupos de personas fueron entrevistados durante los días sábado 14 y domingo 15 de abril del 2007 en sus casas.