

O sea una de las necesidades de los años noventa es la profesionalización de las reclutadoras, ya que el material que ellas aportan son la materia prima que necesita el investigador para realizar una buena investigación cualitativa.

Sin duda, es un requerimiento de nuestra tarea cotidiana, por lo cual debemos procurar profesionalizar o darles herramientas más ad-hoc a las reclutadoras.

¿Consideras algún otro aspecto importante en el avance de la técnica cualitativa en los años noventa? O a tu criterio, ¿cuáles serán las principales tendencias en un futuro cercano?

Un aspecto que creo que está sucediendo es acortar el tiempo de duración de las sesiones de grupo para ser más ágiles y obtener dinámicas grupales más fluidas.

Sin lugar a duda podríamos seguir platicando otros aspectos tan importantes como los que has mencionado anteriormente; sin embargo, creo que el tiempo se nos ha agotado y tú tienes compromisos que atender. En nombre de AMAI te agradezco la gentileza de tu tiempo, además la oportunidad que nos proporcionas de conocer en mayor profundidad los antecedentes de la investigación de mercados en México y, especialmente, las raíces de la técnica cualitativa.

PERLAS DE SABIDURIA

«No es que sólo me interese el fútbol, sino que es de lo único que entiendo»

Joven de 18 años de nivel medio (C).

«Yo más que comer, me nutro... mi platillo favorito es chicharrón en salsa verde»

Hombre de 28 años de nivel bajo (D).

«La más inteligente en mi casa es mi abue, regaña a mi papá, mamá, a todos mis hermanos y a mí no»

Niña de 11 años de nivel bajo (D).

«Con la crisis actual tienes que ser mucho más discreto, yo el Rolex sólo lo saco en Miami»

Hombre de 38 años de nivel alto (A/B).



**estudios
cualitativos y cualitativos**

BOSQUE DE DURAZNOS 69-403, 11700 MEXICO, D.F.
telf.: 596-6701 596-6730 251-5846 fax.: 251-5401
web page: www.epigrupo.com