

EL CASO DE LA ADMINISTRACIÓN DE TIEMPO EN LOS ESTUDIANTES DE LA UNIVERSIDAD ICESI: UNA GUÍA A TRAVÉS DE UNA INVESTIGACIÓN CUALITATIVA¹

ANA MARÍA ARBOLEDA ARANGO*

PhD. candidate-Business Administration, Tulane University, Estados Unidos
M.S. Industrial Relations, Iowa State University y M.B. Tulane University, Estados Unidos.

Profesora tiempo completo, Departamento de mercadeo y relaciones internacionales,
Universidad Icesi, Colombia.

Dirigir correspondencia a: Universidad Icesi, Cl 18 # 122-135, Cali, Colombia.
amarboleda@icesi.edu.co

DIEGO GABRIEL ENRÍQUEZ RODRÍGUEZ

Estudiante de Mercadeo Internacional y Publicidad, Universidad Icesi, Colombia.
diego_g864@hotmail.com

ALEXANDRA GONZÁLEZ DELGADO

Estudiante de Mercadeo Internacional y Publicidad, Universidad Icesi, Colombia.
ale0627@hotmail.com

Fecha de recepción: 20-01-2010

Fecha de corrección: 22-01-2010

Fecha de aceptación: 22-01-2010

RESUMEN

A través de la problemática de la administración del tiempo, este caso ilustra la estructura de la investigación cualitativa. La introducción ejemplifica un conflicto de administración del tiempo para luego, en el brief, plantear la inquietud institucional por comprender esta problemática y ofrecer a los estudiantes un taller relacionado. A continuación, la propuesta metodológica sugiere una exploración cualitativa e incluye herramientas para la ejecución del estudio (i.e., filtro, guía, consentimiento y debrief). Para cerrar el caso, se toman escenas del grupo focal para explicar las técnicas proyectivas utilizadas y comentar acerca del ejercicio de escucha activa. Finalmente, se presentan algunas pautas para el análisis de la información cualitativa.

PALABRAS CLAVE

Investigación cualitativa de mercados, administración del tiempo, brief, grupo focal, entrevista en profundidad.

Clasificación JEL: M30, M31

¹ El caso se basa en los resultados del trabajo de grado preparado por los estudiantes (autores 2 y 3) para obtener el título de profesionales en Mercadeo Internacional y Publicidad en la Universidad Icesi, 2009. Es propiedad de la Universidad Icesi.

* Autor para correspondencia.

ABSTRACT

The case of undergraduate students' time management at Icesi University: a guide based on a qualitative research study

Based on time management issues, this case illustrates the structure of qualitative research. The introduction provides an example of a time management conflict. Then the brief describes the institutional concerns for understanding this issue and offering students a relevant workshop in this area. Next, the methodological proposal suggests a qualitative exploration and includes tools for its implementation (i.e. filter/screening, guide, consent form, and debrief). The review of this case ends with scenes gathered from a focus group for explaining the projective techniques used and for commenting on the use of active listening skills. Finally, a set of guidelines are provided for the analysis of qualitative information.

KEYWORDS

Qualitative marketing research, time management, brief, focus group, in-depth interview.

RESUMO

O caso da administração do tempo pelos estudantes da Universidade Icesi: um guia através de uma investigação qualitativa

Através da problemática da administração do tempo, esse caso ilustra a estrutura da investigação qualitativa. A introdução exemplifica um conflito de administração do tempo para depois, na síntese, descrever a preocupação institucional para entender essa problemática e oferecer aos estudantes um seminário relacionado. Em seguida, a proposta metodológica sugere um estudo qualitativo e exploratório e inclui ferramentas para a sua implementação (i.e., filtro, guia, formulário de consentimento e debate). Para encerrar o caso, são usadas algumas cenas recolhidas do grupo focal para explicar as técnicas de projeção que foram usadas e comentar o uso da audição ativa. Finalmente, são apresentadas algumas diretrizes para a análise da informação qualitativa.

PALAVRAS CHAVE

Investigação qualitativa de mercados, administração do tempo, síntese, grupo de focalização, entrevista em profundidade.

¡OJALÁ QUE ALCANCE!

Andrés es estudiante de Economía y Negocios Internacionales de la Universidad Icesi, actualmente se encuentra haciendo quinto semestre y tiene planes de viajar próximamente a estudiar al exterior. Sin embargo, en su mente este es un proyecto lejano. Siendo las seis de la mañana Andrés tiene cosas más urgentes en que pensar. Por ejemplo, terminar el trabajo en grupo que tienen que entregar mañana y preparar la clase de esa tarde. Además, en realidad debía levantarse a las cinco de la mañana, pero ya tiene una hora perdida. Su estrategia es entonces bañarse más rápido y no desayunar. Después de que la mañana transcurre entre una y otra urgencia, al medio día Andrés se ha reunido con su grupo de trabajo para terminar el proyecto y apenas si se ha preparado para la clase de la tarde. Solo piensa con un sentimiento entre triste y optimista: hoy tengo trasnochada segura, ¡ojalá que alcance!

Cuando Andrés llegó a su casa, eran las siete de la noche y sabía que tenía por delante mucho trabajo. Lo peor que pudo experimentar en el día y que refundió su optimismo, fue el ver un post-it que tenía a un lado de la pantalla del computador con la fecha límite para inscribirse en el programa de semestre internacional: la fecha era ayer. Ahora, debería aplazar seis meses más el viaje y ya se imaginaba el regaño de sus padres. En ese momento se dio cuenta que tenía serios problemas con la administración de su tiempo. Con pesar sentía que el tiempo era un factor ajeno a su vida, se le escapaba de sus manos y con él sus metas para el futuro.

Al día siguiente, después de la presentación del proyecto grupal en la que Andrés no tuvo mucho que decir, Alberto se acerca a él diciendo “nos quedó bien”. Andrés, sintiéndose extrañamente incómodo con que los demás se hubieran hecho cargo del trabajo, le cuenta a Alberto su preocupación. Alberto ha sido desde primer semestre su mejor amigo y ha tenido la capacidad de combinar el aprecio por Andrés con la tolerancia a su impuntualidad. De inmediato, Alberto ve la oportunidad para venderle una idea: el taller para la administración del tiempo, al que él mismo había asistido en primer semestre y que ofrecía Bienestar Universitario.

I. EL BRIEF: EL PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

Ana Cristina Marín es la persona encargada de coordinar el taller de manejo de tiempo y hábitos de estudio ofrecido a los estudiantes de Icesi a través de Bienestar Universitario. Andrés visita a Ana Cristina para contarle acerca de su caso y para manifestarle su intención de participar en el taller.

Dos meses después, un martes a las 6 p.m. Ana Cristina sale del salón 101 del edificio A. En ese momento terminaba el taller de manejo de tiempo, al que Andrés no había asistido. Ella no podía evitar preguntarse qué habría ocurrido con Andrés, por qué no habría asistido al taller a pesar de su interés. En el momento de esta reflexión se encuentra con Ana María Arboleda, profesora del departamento de mercadeo y quien dicta el curso de investigación de mercados.

Sintiendo una gran preocupación por afectar positivamente los hábitos de

manejo de tiempo en los estudiantes y con muchas dudas e ideas al respecto, Ana Cristina y Ana María logran llegar a la conclusión de que un punto clave es comprender el concepto de manejo de tiempo desde la mirada

de los mismos estudiantes de Icesi.² A continuación se muestra el brief³ en el que Ana Cristina presenta la situación actual, así como las ideas e inquietudes en torno al manejo del tiempo.

Santiago de Cali, noviembre 27 de 2009

Profesora,

Ana María Arboleda

Departamento de Mercadeo Internacional y Publicidad

Universidad Icesi

L.C.

Asunto: análisis del concepto de administración del tiempo en estudiantes con dificultades en esta competencia

Presentamos a usted la problemática que tratamos en el taller orientado a mejorar la administración del tiempo con el objetivo de analizar la comprensión que los estudiantes tienen de este concepto. Con esta evaluación esperamos orientar la comunicación para motivar la participación en el taller y la permanencia de los estudiantes en el mismo.

ANTECEDENTES

¡Ojalá que alcance! parece ser una frase que encontramos cotidianamente entre nuestros estudiantes siendo normalmente un síntoma de dificultades en el manejo del tiempo. Entendemos que existen características individuales que resaltan en algunos estudiantes la dificultad en el manejo del tiempo, tropezándose cotidianamente con la frustración de no poder cumplir con sus actividades y restringiendo posibilidades futuras. Por esto hemos creado el taller de administración del tiempo en el cual Bienestar Universitario motiva a estos estudiantes a reconocer su problemática y a aprender herramientas para dar soluciones de largo plazo.

Vale la pena aclarar que los individuos en general tienden a tratar el tiempo como un recurso escaso en el presente pero abundante en el futuro, lo que se traduce en manejar el tiempo como un recurso excepcionalmente maleable (Ebert y Prelec, 2007). Las personas en general suelen dejar las cosas para

2 En muchos casos la presencia del investigador es importante para permitir al cliente reflexionar y comprender el problema de investigación, o incluso para entender si existe información disponible que pueda analizar y no sea necesaria una investigación (Lillis, 2002; Mariampolski, 2001).

3 La investigación cualitativa requiere de una exploración detallada de las necesidades y expectativas del cliente, primero para contextualizar y formular el problema de investigación y segundo para determinar si la metodología cualitativa es la adecuada. El brief es entonces la herramienta para contextualizar y formular el problema de investigación (Lillis, 2002; Mariampolski, 2001). El brief es el medio formal a través del cual el cliente presenta al investigador la necesidad de realizar una investigación, ofreciendo además toda la información pertinente para entender la problemática a explorar.

el último momento simplemente porque piensan que en el futuro tendrán el tiempo suficiente para atenderlas (Zauberman y Lynch, 2005). Solo en situaciones críticas, cuando se deben tomar decisiones rápidas e importantes para el desempeño laboral, académico, o incluso para la vida, es cuando los individuos toman consciencia del tiempo. Sin embargo, las culturas manejan la ilusión de la abundancia del tiempo de diferentes maneras. La cultura occidental, a diferencia de la oriental, tiene una orientación hacia el corto plazo, lo que indica una preferencia por pensar y vivir el ahora (Hofstede, 2001). Pero esta característica se complementa con la particularidad de la cultura latinoamericana por evitar la incertidumbre (Hofstede, 2001). El evitar la incertidumbre refuerza la idea de vivir el ahora, evitar cambios, o no anticipar dificultades futuras.

Es decir, más allá de las características del individuo, la cultura puede ser un obstáculo que deben enfrentar los estudiantes que asisten al taller del manejo del tiempo. En el día a día, ellos experimentan cómo nuestra cultura es relativamente permisiva en el manejo del tiempo y es común pensar en que la asignación de una hora para una cita o una reunión se hace asumiendo un retraso de por lo menos 15 minutos.

JUSTIFICACIÓN

En la Universidad Icesi estamos convencidos de que el desarrollo de valores y capacidades profesionales en los estudiantes⁴ son el pilar de una excelente formación profesional. Algunos de estos son la responsabilidad, la autonomía y la perseverancia; valores que están relacionados con la capacidad para administrar el tiempo. Por esta razón, Bienestar Universitario ofrece programas que recrean experiencias profesionales dentro de ambientes controlados y uno de estos programas es el de “administración del tiempo y hábitos de estudio”. Este taller permite a los estudiantes crear conciencia acerca del valor que tiene la variable tiempo manejando una premisa fundamental: el tiempo es una variable independiente a nuestra existencia. Esto significa que el tiempo no se detiene, ni es afectado por las decisiones que tomen las personas; el tiempo transcurre y nuestra tarea es aprender a administrarlo efectivamente.

Los estudiantes inscritos en este taller toman consciencia de cómo sus hábitos de manejo del tiempo afectan su vida personal y estudiantil y adquieren herramientas para mejorar estos hábitos. Sin embargo, un problema en la oferta del taller es que en muchos casos los estudiantes con rasgos de mala administración no logran ser conscientes de este problema. Les es difícil reconocer que su forma de administrar el tiempo es algo con lo que tienen dificultades y esto es lo que está afectando sus relaciones y su formación profesional. Por esta razón, buscamos comprender cómo los estudiantes entienden el concepto de la administración del tiempo y así poder encontrar formas más efectivas para comunicar el propósito del taller. Finalmente, esperamos tener herramientas

⁴ Proyecto Educativo (González, 2006). Página de la Icesi. http://www.icesi.edu.co/proyecto_educativo.php.

para orientar la comunicación de la promoción del taller de administración del tiempo.

OBJETIVOS⁵

Objetivo General: comprender la problemática de los estudiantes de pregrado de la Universidad Icesi con relación a la administración del tiempo.

Objetivos Específicos:

1. Encontrar situaciones típicas de la problemática de la administración del tiempo que viven los estudiantes.
2. Identificar el rol que juegan personas cercanas (familiares y amigos) en los hábitos de administración del tiempo.
3. Evaluar escenas de la mala administración del tiempo catalogándolas como “*graves*” y “*light*”, según la percepción de los estudiantes.
4. Identificar, a través de los verbatims,⁶ términos característicos para referirse a la mala administración del tiempo.

GRUPO OBJETIVO DE LA INVESTIGACIÓN

El grupo objetivo de la investigación son los estudiantes de pregrado de la Universidad Icesi en la ciudad de Santiago de Cali, matriculados en cualquiera de los programas ofrecidos. Se espera contar con hombres y mujeres en una proporción de 60/40 respectivamente, ya que esta es la distribución en la que se observa su asistencia al taller.⁷ El grupo objetivo son personas que evidencian deficiencias en el manejo de tiempo. Por ejemplo, son personas reconocidas como impuntuales, desordenadas y poco atentas a fechas límites. Adicionalmente, son personas que suelen adquirir muchos compromisos que no alcanzan a cumplir y consistentemente aplazan la finalización de tareas. Finalmente, pueden ser estudiantes que están teniendo un bajo rendimiento académico, sienten sufrir de estrés y agotamiento.

Cordialmente,

Ana Cristina Marín

Coordinadora del taller de administración del tiempo

5 Los objetivos serán la guía para todo el proyecto de investigación. Al elaborarlos, es importante pensar que la respuesta a estos objetivos sea útil para las decisiones que se deben tomar. De esta manera, el brief se convierte en una guía de navegación para el proyecto de investigación, un acuerdo base entre el cliente y el investigador y el insumo para la elaboración de la propuesta metodológica y el presupuesto.

6 En la investigación cualitativa es relevante el lenguaje de los individuos. Los verbatims son términos o expresiones propios del consumidor y su importancia radica en que estas expresiones tienen un significado particular para el grupo objeto de estudio.

7 Cifras basadas en la asistencia histórica al taller de administración del tiempo y habilidades de estudio.

2. PROPUESTA METODOLÓGICA

Alexandra González y Diego Enríquez son estudiantes de la carrera de Mercadeo Internacional y Publicidad de la Universidad Icesi, quienes buscan desarrollar habilidades y profundizar en el uso de herramientas propias de la investigación cualitativa. Este proceso lo realizan con la supervisión de Ana María, quien les propone responder a la necesidad planteada por la oficina de Bienestar Universitario: conocer la problemática de la administración de tiempo en los estudiantes de pregrado de la universidad.

Alexandra y Diego inmediatamente comprenden la problemática y concuerdan con la necesidad de realizar un estudio cualitativo. Para ellos es claro que el enfoque exploratorio de la investigación cualitativa permitirá:

- a) adquirir conocimientos preliminares sobre el problema de decisión;
- b) formular hipótesis que pueden ser validadas con un estudio posterior;
- c) obtener ideas preliminares sobre factores de motivación, emoción, actitud y personalidad;
- d) generar algunas ideas, por ejemplo a partir de verbatims,⁸ para la comunicación;
- y e) pensar en el diseño de algunas escalas para posteriores mediciones (Hair, Bush y Ortinau, 2004).

De esta manera, el equipo de investigación (Alexandra, Diego y Ana María) elabora una propuesta metodológica que prevé dos etapas. Cada etapa sugiere una técnica de investigación cualitativa diferente: entrevista en profundidad y grupo

focal. A continuación se explica el propósito de cada etapa y el procedimiento para llevar a cabo cada una de ellas.

2.1. La entrevista en profundidad

El diseño de la entrevista en profundidad cumple el objetivo de explorar la problemática de la administración del tiempo de acuerdo con la experiencia que ha tenido Bienestar Universitario del taller. El taller consiste primero en señalar el significado de la administración del tiempo comparando este concepto con las situaciones típicas y características de las personas con un mal manejo de tiempo. Segundo, identificar los comportamientos habituales de las personas que administran bien el tiempo y aquellas que no lo hacen. Tercero, establecer factores clave para el cambio de hábitos de mal manejo del tiempo. Cuarto, plantear parámetros para continuar el proceso de rehabilitación.

La entrevista con un experto permite conocer en qué consiste cada uno de los momentos propuestos para el taller. Para esto se utilizan dos instrumentos esenciales: la propia habilidad del entrevistador y la guía de preguntas. La primera cualidad de un buen entrevistador es la escucha activa, a través de la cual, este da confianza y motiva al entrevistado a participar en la conversación (Gillham, 2000). La participación verbal que tiene el entrevistador en la conversación es mínima y a pesar de esto

8 Para la investigación cualitativa es importante reconocer el lenguaje propio de los individuos y por lo tanto se señalan durante la entrevista y el análisis las frases y palabras buscando profundizar en su significado (Chandler, 2002).

el entrevistado puede percibir que el entrevistador está realmente involucrado.⁹ La escucha activa consiste en tener una importante participación no-verbal, señalar gestual y verbalmente puntos importantes para que el entrevistado profundice en ellos y guiar la charla con el entrevistado. Este último punto es el segundo instrumento.

La guía de la entrevista es una serie de preguntas abiertas y semi-estructuradas diseñadas de acuerdo con los objetivos de la investigación. En el caso de la administración del tiempo, la guía de la entrevista orienta la conversación señalando los puntos básicos del taller y su contenido (Anexo 1). Para la entrevista en profundidad, se cuenta con la coordinadora de promoción y desarrollo de Bienestar Universitario, Ana Cristina Marín. Ella es considerada una experta en el tema de la administración de tiempo en el contexto de la Universidad.

Una vez se logra la comprensión de la propuesta actual del taller de administración del tiempo ofrecido por Bienestar Universitario, se propone explorar, a través de un grupo focal, la percepción de algunos estudiantes para quienes se han detectado problemas en el manejo del tiempo.

2.2. Grupo focal

2.2.1. Muestreo y reclutamiento del grupo focal

Previamente a la sesión del grupo focal, se realiza una encuesta para

filtrar los participantes y asegurar que estos corresponden con el grupo objetivo señalado por el cliente en el brief (Anexo 2). Consecuentemente, la muestra la conforman estudiantes de pregrado de la Universidad Icesi que evidencian problemas de administración del tiempo de acuerdo con la percepción de amigos y profesores.

Teniendo en cuenta que la selección de los estudiantes que participaran en los grupos focales se realiza según la recomendación de estudiantes-amigos y profesores, se diseña un tipo de muestreo por conveniencia (Hernández-Sampieri, Fernández-Collado y Baptista-Lucio, 2006). A partir del segundo grupo, la muestra es alimentada por la recomendación de los mismos participantes (muestreo por bola de nieve). Al terminar la sesión de grupo y explicar a los participantes acerca del taller de administración del tiempo, se sugiere a los mismos referir a personas que estén en el grupo objetivo.

2.2.2. Procedimiento

El grupo focal consiste en una charla con los estudiantes seleccionados de aproximadamente una hora y media (Krueger y Casey, 2000). La charla incluye: a) preguntas abiertas para analizar el manejo del tiempo en la vida cotidiana y b) dos ejercicios proyectivos para analizar aspectos del manejo del tiempo que las personas expresan de forma emocional e inconsciente.

⁹ El entrenamiento del entrevistador implica el desarrollo de capacidades tomadas de la relación terapéutica: a) empatía, para tener la capacidad de entrar en contacto con el punto de referencia del otro; b) genuinidad, significa relacionarse de manera auténtica y sincera; c) calidez no-posesiva, que consiste en el reconocimiento del otro de manera incondicional y positiva, es decir, sin juzgar o criticar la posición del otro (Chrzanowska, 2002).

Se propone realizar tres grupos focales, con aproximadamente diez participantes.¹⁰ Cada sesión toma alrededor de una hora y media y sigue la estructura señalada en la guía diseñada para este proyecto (Anexo 3). La guía retoma los objetivos del proyecto, indica los tiempos de realización de cada actividad y propone una secuencia de preguntas para facilitar al moderador el cumplimiento de los objetivos de la investigación.

La sesión de grupo se lleva a cabo en una cámara de Gesell,¹¹ cuyo diseño permite eliminar distracciones externas y facilitar la concentración de los participantes en la dinámica grupal (Anexo 4). Las sesiones de grupo son filmadas para garantizar que el análisis de información tenga en cuenta todas las discusiones y conductas que se presenten durante el ejercicio. Consecuentemente, por consideración ética, es necesario informar a los individuos acerca de la filmación. A través de un formato de consentimiento, ellos indican haber sido informados acerca de la filmación y deciden ratificar su participación. Adicionalmente, de acuerdo con el formato de consentimiento, los participantes son conscientes de que sus opiniones serán de gran ayuda

para el proyecto sin que las mismas reciban un juicio en algún momento de la discusión o del análisis. Así mismo, el formato garantiza la confidencialidad de la información y la reserva de la identidad de la persona.

Al terminar la sesión de grupo, se lleva a cabo el proceso de *debriefing*,¹² este consiste en reiterar a los estudiantes la confidencialidad de la discusión, explicar de nuevo el objetivo del estudio señalando que se busca explorar el proceso de toma de decisión y planeación en los estudiantes de pregrado de la Universidad haciendo énfasis en los hábitos de administración de tiempo. Al terminar la sesión de grupo también se sugiere recomendar a otra persona con dificultades en la administración del tiempo para participar en el estudio, al tiempo que se enfatiza en la necesidad de mantener la confidencialidad de la información tratada en el grupo focal. Finalmente, los estudiantes interesados en participar en el taller de administración del tiempo reciben los datos de contacto y se responden preguntas generales de la dinámica y el propósito del taller ofrecido por Bienestar Universitario (Anexo 5).

-
- 10 El proceso de muestreo en la investigación cualitativa realizada para mercadeo es diferente del proceso de muestreo para la investigación cualitativa en general. En el primer caso es necesario establecer a-priori un tamaño de muestra. En el segundo caso, el investigador busca recolectar información hasta encontrar el punto de saturación, donde considera que ha obtenido toda la información necesaria. Este proceso se conoce como muestreo teórico (*theoretical sampling*) y no se sabe el tamaño de la muestra sino hasta terminado el estudio (Glaser y Strauss, 1999).
 - 11 La cámara de Gesell, donde se lleva a cabo la sesión de grupo, es un espacio cerrado que tiene los equipos necesarios para la grabación y observación de la charla. Una de las paredes del cuarto es sustituida por un vidrio-espejo que divide el salón en el que se lleva a cabo la sesión de grupo del salón en el que se observa la misma actividad. Por lo tanto, las personas que se encuentran en el grupo focal solo ven un gran espejo. Del otro lado, las personas pueden observar la charla sin ser vistas o escuchadas. Los equipos de audio transmiten la charla al salón observador mientras los equipos de video graban la sesión de grupo.
 - 12 El debriefing es un proceso ético que asegura al individuo el respeto por su confianza y su participación (Anexo 5).

3. UNA MIRADA A TRAVÉS DEL ESPEJO

Después de varios días de actividades logísticas preparando el espacio, almuerzos, equipos de grabación y sobre todo coordinando el reclutamiento de los asistentes (Mariampolski, 2001), Alexandra y Diego están preparados para charlar con Andrés y otros nueve participantes. Alexandra y Diego saben que normalmente no todas las personas citadas a una sesión de grupo asisten y que no todos llegan puntualmente. Pero además, este es un grupo especial. Son personas cuya característica es la dificultad para llegar puntualmente a citas, o incluso, para asistir a ellas. Son ya las 12:30 del medio día y Andrés no llega. Sin embargo, Natalia, Carla, Ramón, Tomás, o Sebastián tampoco han llegado. Diego y Alexandra solo cuentan con Angélica y Camilo. Un rato más tarde llega Giovanni. Pero con tres personas no es posible comenzar el grupo focal.

Alexandra decide ofrecer el almuerzo a los participantes que han llegado más temprano (sin ser necesariamente puntuales) mientras Diego busca alternativas para salvar el grupo focal. Diego llama a quienes no han llegado para confirmar si están en camino. La mayoría no contesta. Ramón dice ya no estar interesado en asistir. Laura dice no alcanzar a llegar porque tiene otro compromiso. Entonces hay dos opciones, cancelar la sesión de grupo o conseguir otras personas.

En este momento crítico, Diego piensa para sí mismo: “la principal característica de nuestro grupo es ser impuntual”. Justo en ese momento Diego ve que hay una clase que está

terminando. Rápidamente entra al salón y se dirige al profesor. Diego le explica al profesor que está haciendo una actividad para su proyecto de grado y para esto le gustaría invitar a algunos alumnos que él le podría recomendar. “Solo necesito que NO sean puntuales. Por ejemplo, me puede recomendar las personas que llegan tarde a clase o entregan tarde sus tareas”.

El profesor mira a Diego y sonríe al escuchar su extraña petición. “Le tengo las personas que necesita” señalando a cinco estudiantes. Diego explica a los estudiantes que tendrán una charla de aproximadamente una hora y media, que durante este tiempo se les ofrecerá un almuerzo y que el propósito es conocer la forma como los estudiantes de la Universidad toman decisiones en el día a día. Tres de los estudiantes aceptan participar. De la misma forma, Alexandra y Diego logran con otro curso consolidar los estudiantes para la sesión de grupo de este día. Sin embargo, observando que la efectividad de su reclutamiento fue del 30%, reconocen que han sido bastante ingenuos y se dan cuenta que en una próxima oportunidad no deben invitar a diez personas si en realidad necesitan diez. Definitivamente deben llamar a más.

Tras el espejo, Ana María y Ana Cristina observan la sesión de grupo: “Buenas tardes, los invitamos a esta charla en la que estamos explorando el proceso de toma de decisiones de las personas. Esperamos que este estudio sea útil para facilitar a la Universidad comprender algunas características de los hábitos de los estudiantes y la forma como tomamos decisiones. De antemano, muchas

gracias por participar y queremos recalcar que sus opiniones serán confidenciales y que todos sus aportes son importantes para nuestra investigación. Antes de iniciar, les informamos que esta sesión será grabada con el objetivo de tener un mejor recuento de sus aportes. Sin embargo, el producto de la grabación también hace parte de la información confidencial”. Alexandra, con su tono habitualmente formal y cordial hace esta introducción mientras Diego entrega los formatos de consentimiento. A continuación, Diego complementa la presentación y dice al grupo: “lo primero que vamos a hacer es un juego”. La expresión alegre y dinámica de Diego rompe la formalidad del grupo y logra a través de la primera dinámica la presentación de todos los integrantes. La charla transcurre de manera ágil y amena. Todos ríen de sus tardanzas y uno de ellos concluye con expresión de certeza diciendo: “yo estoy siempre puntualmente tarde”. Dadas las características del grupo, esta es una frase con la que todos se identifican y refleja la cohesión del grupo con respecto al tema.¹³

Adicionalmente, para comprender el resultado de esta dinámica grupal es importante explicar las dos técnicas proyectivas utilizadas. Las técnicas proyectivas son ejercicios que se fundamentan en la imaginación y la expresión creativa de ideas que no son fácilmente verbalizadas por los individuos de manera racional o directa (Belk, 2006; Mariampolski, 2001). La primera técnica proyectiva utilizada es un juego de cartas. Alexandra

entrega una carta de una baraja de naipes a cada participante mientras explica que esta carta representa un número en la escala de calificación. Una carta baja significa una situación de problemas con la administración del tiempo, siendo la calificación más baja el As y la más alta la K (se utiliza una sola pinta). Lo que los participantes deben hacer es relatar una situación donde han encontrado dificultades para administrar el tiempo y cuya gravedad corresponda al número de la carta que se le entrega sin que el resto del grupo se dé cuenta a cuál carta corresponde su historia. Todos los participantes reciben una hoja de papel y lápiz. Después de que cada persona narra su historia, cada uno de los participantes escribe en la hoja su mejor apuesta: el número que supone corresponde con la situación que plantea el narrador de la historia. Finalmente cada uno debe explicar por qué le asignan ese valor.

A través del espejo, Ana María y Ana Cristina observan cómo desde el comienzo Diego y Alexandra enfrentan correctamente una dificultad especial que ofrece el grupo. Las personas en el grupo buscan aprobación en sus “fechorías”. Aunque reconocen que es incorrecto llegar tarde, también consideran esto como divertido o incluso atractivo (algo como la imagen de chico(a) malo(o) que proyecta el actor (la actriz) de su película favorita). Sin embargo, los moderadores conservan su lugar: una posición neutra. La historia de mala administración del tiempo no puede ser juzgada, ni señalada como errónea. Al fin y al cabo los

13 El estudio de las teorías de dinámicas de grupo debe hacer parte de la formación y práctica en investigación cualitativa (Asch, 1955; Chrzanowska, 2002; Moscovici, Lage y Naffrechoux, 1969; Sherif, 1937).

participantes están descubriendo su experiencia personal sobre el tema, pero tampoco puede ser aceptada o motivada, porque continuar con la dinámica de aprobación del día a día no les permitiría hacer reflexión alguna. Entonces Diego se apresura a escribir algunas frases en el tablero, utilizando las mismas palabras de los participantes con el objetivo de reflejar sus propias historias y comentarios. Para un observador que conoce la historia de Diego, es claro que hace un esfuerzo inmenso para hacer una escucha activa y para no mostrar al grupo que se siente identificado con ellos. La escucha activa le permite a Diego minimizar el recuerdo de sus propias historias, todas con calificación K.

La segunda técnica proyectiva consiste en leer individualmente una historia de mala administración del tiempo. A cada participante se le entregarán dos historias del mal manejo del tiempo y cada uno de ellos deberá clasificarlas como leves o graves y explicar por qué lo cree así. Esta dinámica permite observar inmediatamente una doble y conveniente interpretación de lo grave o lo leve. Alexandra toma en este momento la vocería buscando profundizar en la interpretación que hacen los participantes. Es claro que no hay una línea que divida lo suave y lo grave. Lo grave se trata de suavizar y lo suave se trata de exaltar. Desde su escucha activa, Alexandra reconoce que una comunicación cercana buscará aproximarse a esta dinámica contradictoria, pero una comunicación efectiva debe quizás señalar la contradicción.

Al terminar la sesión, Diego y Alexandra ofrecen los agradecimientos al

grupo de participantes y explican el objetivo del estudio como una profundización en la problemática de manejo de tiempo (i.e., debrief). Adicionalmente, ocho de los estudiantes piden a los moderadores el contacto de Bienestar Universitario y esperan ser tenidos en cuenta para el próximo taller de administración de tiempo.

Andrés es invitado de nuevo y asiste al tercer grupo focal. Al comenzar el siguiente semestre visita la oficina de Bienestar Universitario y se inscribe en el taller de administración del tiempo y hábitos de estudio.

4. PAUTAS PARA EL ANÁLISIS DE INFORMACIÓN

- Utilizar los objetivos planteados como una guía.
- El análisis comienza desde que el moderador asume la escucha activa.
- Integrar todas las sesiones de grupo bajo un solo análisis.
- Transcribir la totalidad de la información para así hacer un análisis de contenido (e.g., frecuencia con la que se repiten algunas palabras).
- Utilizar un programa que facilite el análisis de la información (e.g. Atlas.ti, The Ethnograph, Best).
- Dar importancia al lenguaje de los participantes: citar frases textuales de los participantes que sean claves para la comprensión y ejemplificación del análisis. Además, la referencia correcta es importante para que en el futuro pueda ser recuperada de la filmación (e.g., Sesión

de grupo #3. Indicar la ciudad si las sesiones se realizan en varias ciudades). No citar el nombre de los participantes.

- Realizar un mapa conceptual que incluya: a) categorías: conceptos generales o temas discutidos; b) códigos: conceptos esenciales de la discusión según sus dimensiones y propiedades; c) dimensiones: variación del significado del concepto y; d) propiedades: características que define un concepto (Corbin y Strauss, 2008).
- Tomar referencias teóricas que permitan fortalecer su análisis. Esto permite además a la investigación cualitativa validar conceptos previos (Goulding, 2006).
- Dar un espacio a futuras investigaciones al plantear hipótesis que surgen de la experiencia de la investigación cualitativa.

5. PREGUNTAS Y EJERCICIOS

Con base en el brief propuesto en el caso la administración del tiempo:

1. Identificar la estructura del brief y explicar en qué consiste cada parte.
 - a. ¿Qué elementos se utilizan para contextualizar la problemática?
 - b. ¿Qué factores se tienen en cuenta al describir el grupo objetivo de la investigación?
2. ¿Cuál es la diferencia entre el problema de investigación y el problema de decisión?
3. ¿Por qué escribir un brief? Y, ¿Quién es (debería ser) responsable por este?

De acuerdo con la propuesta metodológica:

4. ¿Por qué, en este caso, se utiliza la recomendación como estrategia de reclutamiento?
5. El cronograma y el presupuesto deben acompañar la propuesta metodológica. Elabore estas dos partes.

Ejecución:

6. Realice una sesión de grupo utilizando la guía propuesta (Anexo 3).
7. Sea consciente de poner en práctica la escucha activa.
8. Realice el análisis de la información obtenida durante su sesión de grupo.

AGRADECIMIENTOS

Los autores agradecen a Ana Cristina Marín, directora de Desarrollo Humano y Salud Integral de Bienestar Universitario de la Universidad Icesi por su apoyo durante todo el proceso.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

1. Asch, S. (1955). Opinion and social pressure. *Scientific American*, 193(5), 31-35.
2. Belk, R. W. (2006). *Handbook of qualitative research methods in marketing*. Cheltenham, UK: Edward Elgar.
3. Corbin, J. M. y Strauss, A. L. (2008). *Basics of qualitative research: techniques and procedures for developing grounded theory* (3 ed.). Los Angeles, CA: Sage.
4. Chandler, D. (2002). *Semiotics: the basics*. New York, NY: Routledge.
5. Chrzanowska, J. (2002). *Interviewing groups and individuals*

- in qualitative market research*. Thousand Oaks, CA: Sage.
6. Ebert, J. E. J. y Prelec, D. (2007). The Fragility of Time: Time-Insensitivity and Valuation of the Near and Far Future. *Management Science*, 53(9), 1423-1438.
 7. Gillham, B. (2000). *The interviewer as the research instrument The research interview*. New York, NY: Continuum.
 8. Glaser, B. G. y Strauss, A. L. (1999). *Theoretical sampling The discovery of grounded theory: strategies for qualitative research*. New Brunswick, NJ: Aldine publishing company.
 9. González, J. H. (2006). *Discernimiento: Evolución del pensamiento crítico en la educación superior*. Cali, Colombia: Universidad Icesi.
 10. Goulding, C. (2006). *Grounded theory: a practical guide for management, business and market researchers*. London: Sage.
 11. Hair, J. F., Bush, R. y Ortinau, D. J. (2004). *Investigación de mercados: en un ambiente de información cambiante* (2da ed.). México, DF: McGraw-Hill.
 12. Hernández-Sampieri, R., Fernández-Collado, C. y Baptista-Lucio, P. (2006). *Muestreo cualitativo Metodología de la Investigación* (4ta ed.). México, DF: McGraw-Hill.
 13. Hofstede, G. (2001). *Culture's Consequences: comparing values, behaviors, institutions, and organizations across nations*. Thousand Oaks, CA: Sage.
 14. Krueger, R. A. y Casey, M. A. (2000). *Focus groups: a practical guide for applied research* (3ra ed.). Thousand Oaks, CA: Sage.
 15. Lillis, G. (2002). *Delivering results in qualitative market research*. Thousand Oaks, CA: Sage.
 16. Mariampolski, H. (2001). *Qualitative Marketing Research: a comprehensive guide*. Thousand Oaks, CA: Sage.
 17. Moscovici, S., Lage, E. y Naffrechoux, M. (1969). Influence of a consistent minority on the responses of a majority in a color perception task. *Sociometry*, 32(4), 365-380.
 18. Sherif, M. (1937). An experimental approach to the study of attitudes. *Sociometry*, 1(1/2), 90-98.
 19. Soler, P., Andreu, M., Isidro, S., Rodríguez, M. y González, M.d.P. (1997). *La investigación cualitativa en marketing y publicidad: el grupo de discusión y el análisis de datos*. España: Paidós.
 20. Zauberman, G. y Lynch, J.J.G. (2005). Resource Slack and Propensity to Discount Delayed Investments of Time Versus Money. *Journal of Experimental Psychology: General*, 134(1), 23-37. ☼

Objetivos	Metodología	Tiempo
Bloque 1: Definición y caracterización del individuo		
Establecer el significado de administración del tiempo.	<ul style="list-style-type: none"> Definición de administración del tiempo. ¿Qué situaciones son típicas en una persona que tiene un mal manejo del tiempo? ¿Cómo es la persona que maneja bien (mal) el tiempo? Características diferenciadoras. 	20 min
Bloque 2: Comportamiento		
Identificar comportamientos habituales de personas que saben administrar bien o no el tiempo.	<ul style="list-style-type: none"> Comportamiento de la persona que administra bien su tiempo. Diferencias, en términos de hábitos, con las personas que tienen dificultades de administración del tiempo. ¿Cómo se dan cuenta las personas de su mala administración del tiempo? 	30 min
Bloque 3: Rehabilitación		
Conocer los factores que determinan el superar hábitos de mala administración del tiempo.	<ul style="list-style-type: none"> Conocer el proceso que sigue el taller. Determinar comportamientos clave que se esperan cambiar en el taller. Elementos identificados en el taller que señalan una mejoría en las capacidades de administración del tiempo. 	20 min
Bloque 4: Continuación de la rehabilitación o recaída		
Identificar el rol que juegan otros (familiares y amigos) en el superar o continuar con un mal manejo del tiempo	<ul style="list-style-type: none"> ¿Cuáles son algunos comportamientos típicos de las personas cercanas a quienes tienen un mal manejo de tiempo? De estas actitudes, ¿Cuáles pueden apoyar a las personas a cambiar? ¿Cuáles pueden impedir el cambio? 	20 min

- ¿Conoce a alguien que llegue tarde a clase o actividades académicas? Si ___ No ___
- ¿Qué tanto ocurre este comportamiento en su amigo(a)/estudiante? Eventualmente ___
Siempre ___
- ¿Considera usted que la dificultad de su amigo(a)/estudiante está relacionada con problemas en la administración del tiempo? Si ___ No ___
- ¿Cree que los demás identifican el mismo comportamiento en esta persona? Si ___ No ___
- ¿Su amigo(a)/estudiante puede estar teniendo problemas académicos asociados a sus hábitos para administrar el tiempo? Si ___ No ___
- ¿Su amigo(a)/estudiante se ve frecuentemente agotado por la cantidad de actividades que debe cumplir? Si ___ No ___

Objetivos	Preguntas	Tiempo
Inicio	<ul style="list-style-type: none"> • Presentación • Dinámica para romper el hielo 	5 min
Objetivo 1: Encontrar situaciones típicas de la problemática de administración del tiempo.	<p>Introducción general: análisis del proceso de planeación:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Se aproximan los exámenes finales, ¿cómo han planeado la preparación para estos así como para la finalización de proyectos finales para sus cursos? 	15 min
<p>Objetivo 2: Identificar el rol que juegan personas cercanas en los hábitos de administración del tiempo.</p> <p>Objetivo 4: Identificar, a través de los verbatims, términos característicos para referirse a la mala administración del tiempo.</p>	<p>Técnica proyectiva 1: Piense en una historia, puede ser una anécdota propia o que le haya pasado a un amigo, que corresponda al número de la carta que tienen en sus manos. Por qué creen que esta historia corresponde a este número?</p> <ul style="list-style-type: none"> • Cuáles son los ejemplos más comunes de mal manejo de tiempo? Cuáles son las consecuencias? <p>¿Pueden decirnos una situación que sea muy grave de mal manejo de tiempo y las consecuencias que esta puede traer consigo?</p>	30
<p>Objetivo 3: Evaluar escenas de la mala administración del tiempo catalogándolas como “graves” y “light”.</p> <p>Objetivo 4: Complementar el objetivo 4.</p>	<p>Técnica proyectiva 2: Califique la historia según una mala administración del tiempo grave o leve</p> <ul style="list-style-type: none"> • ¿A alguno de ustedes le ha pasado algo parecido a lo leído en las historias? ¿Por qué? • ¿Cuál de las dos historias que acabamos de leer es la más grave? ¿Por qué? • ¿Cuáles serían las características de una situación de mal manejo del tiempo que se pueda catalogar como grave? • ¿Cuáles son las consecuencias de este tipo de situaciones graves de manejo del tiempo? ¿en qué se diferencian a las consecuencias de las situaciones más suaves? 	40 min
Final	<ul style="list-style-type: none"> • Agradecimiento por participación • Despedida. 	2 min



