Aprendizaje activo 4.0
Mystery shopper

Tecnológico de Monterrey

Definición

"Consiste en que los investigadores visiten a detallistas u otros puntos de venta como si se tratara de clientes normales que quieren comprar un producto o un servicio, o bien asesorarse. En algunos casos puede realizarse una compra real, pero la mayoría de las veces (especialmente cuando se trata de artículos y servicios caros) no es así" (European Society for Opinion and Marketing Research (E.S.O.M.A.R. citado en Pedret, Sagnier y Camp, 2004)

Aprendizajes que fomenta

- Aprendizaje colaborativo
- Aprendizaje observacional
- Aprendizaje por descubrimiento
- Análisis de la información

Competencias transversales TEC21

- Emprendimiento innovador
- Inteligencia social
- Compromiso ético y ciudadano
- Comunicación
- Razonamiento para la complejidad

Metodología / Etapas

Diseño del programa
En conjunto con el profesor, los alumnos definen los parámetros que se van a evaluar y seleccionan las empresas que se van a observar.

Diseño del cuestionario
El alumno cuestionario con preguntas objetivas que se respondan con sí o no. Cada pregunta debe llevar una indicación para que se contesten bajo las mismas condiciones y deben tener puntuación. El orden de las preguntas debe ser lógico y deben abarcar la totalidad de la visita. Dejar un espacio para que se puedan justificar las respuestas.

Definición del escenario de visita, de las instrucciones y del perfil del mystery shopper
El equipo realiza una pauta que se va a seguir en la visita, mencionando aspectos relevantes para que preste atención, qué puede esperar durante su visita y cómo deberá comportarse. El mystery shopper que vaya a realizar la visita debe tener alta credibilidad en su papel para que no se levanten sospechas.

Selección del mystery shopper
El profesor o el equipo selecciona aquel que cumpla con las habilidades de neutralidad y buena memoria. Se puede gestionar la selección de forma electrónica a través de un test de personalidad.

Implementación del programa
El alumno seleccionado realiza la observación de manera individual y esta debe ser estructurada, encubierta, natural, directa, personal y entera. Se debe apegar 100% al diseño del programa. Debe cumplir con el código de ética y no se debe revelar la identidad del personal de la empresa.

Recolección de la información
El equipo obtiene los resultados de los cuestionarios y se analiza la información.

Evaluación
En equipo analizan los resultados de los cuestionarios, realizan conclusiones con base en los resultados y se proponen acciones de mejora.

Roles

Profesor

- Orienta, monitorea y retroalimenta a los alumnos para la correcta implementación de cada etapa de la metodología.
- Establece reglas para la sesión y moderarla.
- Asesora a los estudiantes en el diseño del programa.
- Evalua el aprendizaje / desarrollo de competencias.

Estudiante

- Diseña el programa, el cuestionario y la pauta de la visita.
- Juega le rol de mystery shopper: contesta de manera detallada el cuestionario con base en lo observado.
- Observa y cumple con los lineamientos de ética.
- Analiza la información e innova con mejoras.

Evaluación

Diseño del programa: Diseñar rúbricas o listas de cotejo para revisar los materiales propuestos por el alumno para llevar a cabo su rol de mystery shopper.

Implementación del programa: Evaluar el material recolectado por el alumno y el cuestionario. Podría recurrirse a una lista de cotejo para validar que el material presentado sea congruente con las necesidades iniciales, el contexto, relevancia y confiabilidad de las evidencias.

Análisis crítico: Evaluar el análisis profundo, las conclusiones y sus propuestas de solución y de mejora. Se puede evaluar con una rúbrica detallada de lo que se espera revisar.

¿Cómo aplicarlo a la modalidad digital?

Para realizar esta técnica de manera virtual, se pueden revisar tiendas electrónicas y utilizar el chat de la tienda. Diseño de un instrumento electrónico para seleccionar al alumno que mayor se apegue a los requerimientos del perfil. Se puede utilizar Google apps para realizar el instrumento. Se pueden establecer medios de interacción para las sesiones como Zoom, Skype, Hangouts, etc. Este tipo de herramientas permite al alumno tener su propia evidencia de participación. Instrucciones de la actividad en formato digital.

Fuentes

- Pedret, Ramón, et al. La pseudo-compra o 'mystery shopping', Ediciones Deusto - Planeta de Agostini Profesional y Formación S.L., 2004. ProQuest Ebook Central, http://ebookcentral.proquest.com/lib/consorcioitesmsp/detail.action?docID=3158741.

Diseñado por:
Diseño y Arquitectura Pedagógica
Dirección de Innovación Educativa

Esta obra está bajo una Licencia Creative Commons Atribución-CompartirIgual 4.0 Internacional.