

LA ELECCIÓN DEL TEMA DE INVESTIGACIÓN: UNA PROPUESTA METODOLÓGICA

Reidar Jensen Castañeda*

I. INTRODUCCIÓN

En el presente artículo se presenta una metodología sencilla pero, a la vez, científica, de elegir un tema de investigación, para realizar una tesis o para llevar a cabo un proyecto científico de orden académico. Primero nos referimos a la forma en que podemos dar con un tema, después enseñamos cómo ese tema puede ser pasado por una autoevaluación que permita seleccionar lo que realmente se va a trabajar, finalmente se presenta una técnica sencilla para estructurar bien el tema de manera definitiva y el índice que guiará el trabajo de a desarrollar.

II. ¿QUÉ VAMOS A INVESTIGAR?

Cuando estamos ante un trabajo académico definido en su contenido por otras personas, es decir, algo que nos es encargado ya sea por el director de una escuela o por el maestro de un seminario, el problema queda resuelto para nosotros, me refiero al de la búsqueda del tema, pues iremos a investigar justamente lo que se nos está encargando.

Sin embargo, cuando es a nosotros a quienes se nos da el derecho o la tarea de escoger el tema, como es el caso de un tema libre, o cuando debemos desarrollar nuestra tesis profesional o de grado, nosotros debemos idear o vislumbrar el tema o problema sobre el cual vamos a realizar nuestra investigación.

Una de las formas más sencillas de “dar con un tema” es la que expongo a continuación.

III. PRIMER PASO: OBTENCIÓN DE TEMAS DE LAS FUENTES.

En mi experiencia como investigador he detectado nueve fuentes de donde es posible obtener el tema o problema que se va a desarrollar.

III.1 Libros de nuestra carrera o posgrado y/o carreras o posgrados afines

Vamos a revisar los índices de los libros que tenemos en casa, después los que están en las bibliotecas pertinentes de la ciudad en la que vivimos y después los que están en las librerías.

* Investigador del Instituto de Investigaciones y Estudios Superiores de las Ciencias Administrativas de la Universidad Veracruzana.

No se trata de comprar muchos libros en las librerías sino de hojearlos; en nuestro país tenemos una mala costumbre cuando vamos a comprar un libro; entramos en la librería con el nombre del libro anotado, preguntamos si lo hay en existencia, si lo hay lo compramos y si no lo hay salimos de la librería sin detenernos a revisar los estantes en busca de novedades bibliográficas ni tampoco preguntamos a los dependientes por ellas.

No se trata de leer el libro completo, tampoco todo el capítulo que nos interesa, sino de hojear los índices para que algún tema de interés “nos salte a la vista”.

De los temas encontrados en estos libros vamos a anotar cinco, estos temas pueden estar sin estructurar, es decir, pueden ser ideas vagas que simplemente nos vinieron a la mente al estar revisando los índices de los libros, por ejemplo: la Publicidad, la Acuacultura, etc.

Pero también pueden surgirnos temas más estructurados, por ejemplo: estudio sobre los hábitos alimenticios de la comunidad rural “X” durante el periodo “Y”, estudio comparativo entre las formas de construcción de la vivienda entre una ciudad en clima tropical y una ciudad en clima frío: los casos de las ciudades “X” y “Y”, etc.

Hasta aquí ya llevamos cinco temas en nuestra lista.

III.2 Tesis de Licenciatura y Posgrado

Se trata de ir a la Facultad o Escuela en donde estudiamos nuestra Carrera y/o Posgrado y a las Facultades o Escuelas en donde se ofrecen Carreras y/o Posgrados afines para revisar los archivos de tesis profesionales y/o de grado; dado que podemos obtener muy buenas ideas sobre lo que otras personas han abordado, también esto nos sirve para desechar de antemano los temas que ya han sido tratados en demasía, pero también nos daremos cuenta de si hay alguno que se pueda tratar desde otro punto de vista, con otro enfoque o actualizarlo.

Por ejemplo, si encontramos varios trabajos sobre Auditoría Administrativa, no sería conveniente realizar una investigación sobre un tema tan trillado; por otra parte, si encontramos un trabajo interesante que haya sido hecho sobre las mujeres veracruzanas, nosotros bien podemos realizar un trabajo análogo sobre los hombres veracruzanos (salvo restricciones relacionadas con el género) y por último, si nos encontramos un trabajo hecho en 1990 sería interesante actualizarlo.

De los temas que aquí se nos ocurran también vamos a anotar cinco.

Recordemos que los temas, hasta este momento de nuestra técnica de elección, pueden ser temas muy generales, poco estructurados, es decir, poco específicos en cuanto a la problemática que se quiere abordar, al espacio y al tiempo a los que se circunscribirán; la estructuración se dará en un paso posterior.

Hasta aquí ya llevamos diez temas en nuestra lista.

III.3 Consultas a profesionales y posgraduados

Antes que nada, vamos a conceptualizar lo que es un profesional y lo que es un posgraduado.

Una persona que haya estudiado la Licenciatura en Pedagogía pero que trabaja vendiendo tacos, no es un profesional de la Pedagogía y si lo entrevistamos, poco o nada podría decirnos acerca de la problemática pedagógica que ha vivido en su experiencia laboral.

Una persona que estudió algún Posgrado en Derecho pero que trabaja manejando un taxi, no es un posgraduado del Derecho.

Nosotros nos acercaremos a los profesionales y posgraduados que están ejerciendo la carrera o posgrado que estudiaron y que se están enfrentando con problemas relativos a su campo cotidianamente.

A estas personas les preguntaremos, entre otras cosas, cuáles son los problemas de su especialidad más comunes o más interesantes a los que se enfrentan en su trabajo, qué piensan del futuro del área de conocimiento que manejan, etc.

De estas pláticas vamos a anotar cinco temas.

Hasta aquí ya llevamos quince temas en nuestra lista.

III.4 Experiencias durante el trabajo y el servicio social

Nosotros vamos aquí a hacer una labor de reflexión e introspección y a recordar los problemas más relevantes con los que nos hemos encontrado al ejercer nuestra profesión y/o grado o mientras hemos realizado nuestro servicio social.

De estas experiencias vamos a anotar 5 temas.

Hasta aquí ya llevamos 20 temas en nuestra lista.

III.5 Experiencias durante los estudios

Un trabajo igual que el anterior es el que se requiere en este paso.

Vamos a reflexionar tranquilamente sobre las materias que llevamos semestre a semestre o cuatrimestre a cuatrimestre y a recordar los temas que nos causaron cierta inquietud, los temas o problemas que los maestros o la bibliografía que no abordaron, etc.

Todo lo que nos parezca interesante.

Podemos partir de algunas lagunas, por ejemplo: ¿cómo funciona la bolsa de valores de París? ¿La industria de la pesca en Alaska, tiene las mismas regulaciones que en el resto de la Unión Americana? ¿De qué formas los inmigrantes de habla náhuatl en la Ciudad de México, sufren problemas de adaptación laboral? ¿Se aplica suficientemente la informática en el campo pedagógico?, etc.

De todos estos temas vamos a escoger 5 y los anotamos.

Hasta aquí ya llevamos 25 temas anotados en nuestra lista.

III.6 Revistas y periódicos

Una gran ventaja de las revistas y periódicos es que en ellos se consignan las investigaciones más recientes, dado que para que estas investigaciones pasen a formar parte de algún libro pueden transcurrir varios años.

Existen dos tipos de revistas y periódicos a los que podemos recurrir: las revistas especializadas como las que se editan en los institutos de investigaciones de las universidades y organismos públicos en las cuales los temas que se abordan son científicos y respectivamente tratan temas específicos de las ciencias que manejan.

Por otra parte existen las revistas de divulgación o de divertimento en las cuales, sin embargo, encontraremos temas también de interés que pueden investigarse.

Aquí vamos a anotar 5 temas que nos apasionen.

Ahora ya llevamos 30 temas anotados en nuestra lista.

III.7 Archivos o catálogos de investigaciones

Nos dirigiremos a los institutos de investigaciones de las universidades y organismos públicos o privados en donde se encuentran los archivos de las investigaciones que en estos lugares se están realizando, para revisar, como lo hicimos en el caso de las tesis, los temas que ya están demasiado tratados, los que podemos actualizar y a los que podemos tratar desde una perspectiva diferente.

De estos temas vamos a anotar 5.

Hasta aquí ya llevamos 35 temas en nuestra lista.

III.8 Entrevistas con docentes e investigadores

Es de suponerse que los docentes e investigadores de las entidades académicas son personas que se están actualizando constantemente, por lo que debemos consultarlos de la misma forma que se hizo con los profesionales.

De lo que hablemos con estos académicos anotaremos 5 temas.

Hasta aquí llevamos 40 temas en nuestra lista.

III.9 Internet y multimedia

En la época moderna es necesario que nos acerquemos a las nuevas formas de almacenar y difundir conocimientos, nos referimos a la gran herramienta que es la Internet, que se abre como una casi infinita fuente de conocimientos accesibles desde nuestro escritorio a través de una computadora con módem que tenga acceso a la supercarretera de la información. Para poder encontrar en Internet lo que necesitamos es necesario saber buscar con eficiencia, para lo cual existen muchas personas a nuestro alrededor que nos pueden informar acerca de ello.

Por otra parte, tenemos el recurso proporcionado por los paquetes multimedia, que obviamente no vamos a comprar, sino que buscaremos los que estén

a nuestra disposición en las bibliotecas públicas o en manos de académicos conocidos o amistades nuestras.

De aquí vamos a anotar también 5 temas.

Hasta aquí llevamos 45 temas en nuestra lista y suspendemos la búsqueda.

Pues bien, nos encontramos al final de nuestra pesquisa con una lista de 45 temas o problemas de investigación, la mayoría de los cuales están planteados de una forma bastante general que a simple vista tal vez no nos diga nada.

Otros, por el contrario, estarán casi estructurados por completo.

IV. SEGUNDO PASO: CRIBADO DE LOS TEMAS A TRAVÉS DE UNA AUTOEVALUACIÓN

El paso que sigue es desechar 42 temas de los 45 que tenemos en nuestra lista preliminar, para quedarnos con 3, pero ¿cómo desecharlos? ¿con base en qué?, he aquí como:

Vamos a pasar nuestros 45 temas por un cribado, un colador, una prueba, realizando una autoevaluación de cada uno de ellos, para quedarnos, por excepción, con tan sólo 3, de la siguiente forma:

Son 4 características las que los temas deben cubrir para que puedan ser realizables, estas características son:

- a) El tema o problema de investigación debe ser inédito o debe poder abordarse desde otro punto de vista (otra perspectiva) o debe poder actualizarse.
- b) Debemos ser totalmente aptos para realizar la investigación del tema.
- c) El tema debe ser de nuestro completo interés.
- d) Debemos estar dispuestos a realizar la investigación de dicho tema.

Vamos a suponer que tenemos nuestra lista de 45 temas y el primero de ellos es sobre la situación de la mujer trabajadora en Alaska.

Decimos: ¿el tema es inédito?, al menos como una investigación hecha en nuestra universidad sí.

Entonces decimos que el tema o problema de Investigación sí posee la primera característica.

¿Somos aptos para realizar este tema? Sí, pues hemos leído mucho sobre la cultura de Alaska y nos gusta su historia.

Entonces el tema posee la segunda característica.

El tema o problema de investigación ¿es de nuestro completo interés? Sí, entonces posee la tercera característica.

¿Estamos dispuestos a realizar este tema? Aquí ya no, pues para realizarlo tendremos que hacer frecuentes viajes a Alaska lo cual significaría demasiado tiempo y dinero que no poseemos para una investigación de este tipo.

Por consiguiente nuestro tema es eliminado de la lista.

Esto quiere decir que con una característica que no posea un tema de la lista, queda eliminado de ésta.

De esta forma vamos haciendo lo mismo con todos y cada uno de los 45 temas hasta eliminar 42 y quedarnos con 3 que sí posean las cuatro características.

Cuando ya tenemos los tres temas, les asignamos un valor a la preferencia que tengamos de cada uno de ellos, es decir, que al tema que más nos haya gustado le asignaremos el número 1, al que nos haya gustado mucho, pero menos que el 1 le asignaremos el número 2 y al final, al tercero, el 3.

La asignación de estos números de preferencia es importante para el siguiente paso que es el de estructurar específicamente los temas y realizar un índice para el trabajo de investigación.

V. TERCER PASO: ESTRUCTURACIÓN DE LOS TEMAS Y REALIZACIÓN DEL ÍNDICE PARA EL TRABAJO DE INVESTIGACIÓN

Se escriben los tres temas elegidos y se pulen, es decir, se estructuran, previendo la operacionalización de sus indicadores, por ejemplo si uno de los temas es “la publicidad en una empresa pública”, empezamos a redondear más la idea cuestionándonos acerca de qué realmente es lo que nos interesaría investigar respecto a este tema; podemos en primer lugar descomponer el tema en las siguientes partes: 1) la publicidad y 2) empresa pública, entonces decimos ¿qué de la publicidad?, la respuesta es la publicidad en los medios masivos de comunicación (prensa, radio, televisión e Internet) porque ya siendo más específicos es eso lo que nos interesa investigar, después de la parte de empresa pública decimos ¿cuáles empresa públicas? ¿es adecuado el término de empresa pública? Entonces decidimos cambiarlo por el de organizaciones no lucrativas pues una empresa pública no incluye las organizaciones no gubernamentales (ong's) que son privadas como las de caridad o beneficencia que de hecho son más interesantes para nosotros que las puras empresas públicas que obviamente dependen para su funcionamiento y existencia de la voluntad política y del presupuesto del momento; por otra parte debemos darle espacio y tiempo a la investigación, o sea que debemos de especificar dónde y cuándo vamos a hacer el estudio y decidimos que va a ser en Xalapa, Ver. Durante el período de 2000 a 2005; por lo que después de este trabajo de estructuración el tema nos queda como sigue: “la Publicidad en Medios Masivos de Comunicación de las organizaciones no lucrativas: el caso de las ong's de Xalapa, Ver. Durante el periodo 200-2005”. Esto significa estructurar un tema, especificar los factores o indicadores que nos interesan investigar, delimitar el tiempo y el espacio en que queremos trabajar, delimitar el objeto de investigación. Ya cuando estructuramos los tres temas vemos, ahora sí, cual es con el que nos quedamos prioritariamente.

A veces resulta que el tema que nosotros teníamos como número 1 ya no es tan interesante, ya estructurado, como el 2 o el 3; motivo por el cual cambiamos nuestra prioridad.

De ahí la importancia de la estructuración exhaustiva.

Ya que tenemos nuestros temas bien estructurados, es decir, bien delimitados, aunque sea por su título (recordemos que el título de un trabajo de investigación nos debe indicar de qué se trata) la labor ahora es la de elaborar el índice que vamos a seguir para realizar el trabajo.

Un índice es la carretera por donde el “carro” de la investigación va a caminar, por lo que es muy importante que ya desde aquí tengamos una idea clara de qué es lo que queremos tratar en este trabajo.

La mejor forma de realizar un índice es utilizando la estructura de “los 3 capítulos”.

Vamos a suponer, de entrada, que nuestro trabajo va a tener 3 capítulos básicos a los que llamaremos Capítulo 1: Marco Teórico-Contextual, Capítulo 2: Marco Referencial y Capítulo 3: Estudio de Campo.

Es así que un trabajo de investigación serio debe tener la siguiente estructura: un primer capítulo dedicado al Marco Teórico Conceptual en el cual se describirán todos los indicadores teóricos y conceptuales que se manejarán a lo largo de la investigación, en este capítulo no deberán escribirse temas o apartados que no tengan relación con la parte teórica y conceptual que ayudará a situar al lector en el ¿qué? de la investigación; por otra parte habrá un segundo capítulo dedicado al Marco Referencial de la investigación, aquí describiremos todos los factores que nos aclaran el ¿dónde? de la investigación, partiendo de lo general a lo particular; finalmente, en cuanto al cuerpo capitular se refiere, el tercer capítulo estará dedicado al Estudio de Campo, que es el ¿cómo, cuándo y por qué? de la investigación, en donde trataremos lo correspondiente al Planteamiento del Problema, los Objetivos de la Investigación, la Hipótesis y sus Variables, las Unidades de Análisis, el Procedimiento de Muestreo utilizado, la forma en que se calculó el Tamaño de la Muestra, el Instrumento de Recopilación utilizado y los Resultados de la Investigación.

Antes del capitulario, tenemos la Introducción del trabajo, que deberá hacerse hasta que éste esté terminado, después del mismo tenemos a las Conclusiones, los Anexos, si es que han lugar y por último, la bibliografía.

Es así que el índice quedaría de la siguiente forma:

Introducción

Capítulo 1: Marco Teórico-Conceptual.

Capítulo 2: Marco Referencial.

Capítulo 3: Estudio de Campo.

Conclusiones

Anexos

Bibliografía

Vamos a hacer un ensayo:

Primero tenemos el Tema sin estructurar, por ejemplo: “la publicidad en una empresa pública”; luego ya cribado y estructurado se transforma en “la Publicidad

en Medios Masivos de Comunicación de las organizaciones no lucrativas: el caso de las ong's de Xalapa, Ver. Durante el periodo 2000-2005"; después vamos a descomponerlo en tres partes para estructurar nuestro índice.

Señalamos en el título de nuestro tema los elementos que formarán parte del Marco Teórico-Conceptual, en este caso: Publicidad, Medios Masivos de Comunicación y Organizaciones no Lucrativas; esto nos lleva a dos cosas, en primer lugar a descomponer el capítulo 1 en dos elementos, por una parte todo lo relativo a las cuestiones de Publicidad y Medios Masivos de Comunicación y por otra a todo lo relativo a las Organizaciones no Lucrativas; en segundo lugar a descomponer aún más estos elementos para proporcionarle a nuestra investigación todo el bagaje teórico y conceptual que necesitará para poder arribar a tratar el objeto de investigación de que se trate; es decir, trataremos de estructurar la parte teórica y conceptual de nuestro objeto de investigación, y dado que la Publicidad forma parte de la Promoción y esta de la Mercadotecnia; y las organizaciones no lucrativas forman parte de otro elemento más general que son los sectores económicos de una comunidad, entonces nuestro Capítulo 1 quedaría como sigue:

Capítulo 1: Marco Teórico Conceptual. La Publicidad en Medios Masivos de Comunicación y las Organizaciones no Lucrativas.

1.1 La Publicidad en Medios masivos de Comunicación.

1.1.1. La Mercadotecnia.

1.1.2. La Promoción.

1.1.3. La Publicidad.

1.1.4. Medios Masivos de Comunicación.

1.2. Las Organizaciones no Lucrativas.

1.2.1. Los sectores económicos.

1.2.2. La empresa con fines de lucro.

1.2.3. Las organizaciones no lucrativas.

Por otra parte en este Capítulo 1 no vamos a tratar, ni por asomo, nada relativo al Marco Referencial; esto quiere decir que la persona que lea el capítulo 1 nunca imaginará que la Investigación se trata de las ONG's de Xalapa.

Esta separación conceptual de todo lo tratado en este capítulo con lo que vamos a tratar en el Capítulo 2 tiene dos ventajas: 1) nos obliga a ser lo más exhaustivo en la recolección de las fuentes de información, y 2) nos obliga a ser lo más explícito posible para, en un solo capítulo, tratar todos los indicadores y las categorías que van a ser tratados en el tercer capítulo dedicado al estudio de campo.

Por otra parte, señalamos en el título de nuestro tema los elementos que formarán parte del Marco Referencial, en este caso: el caso de las ong's de Xalapa, Ver. ; esto nos lleva a dos cosas, en primer lugar a descomponer el capítulo 2 en dos elementos, por una parte todo lo relativo a las cuestiones de las ONG's y por otra a todo lo relativo a la ciudad de Xalapa; en segundo lugar a descomponer aún más estos elementos para proporcionarle a nuestra investigación todo el

bagaje referencial que necesitará para poder arribar a tratar el objeto de investigación de que se trate; es decir, trataremos de estructurar la parte referencial de nuestro objeto de investigación, y dado que las ONG's de Xalapa forman parte de la sectorización económica del Estado de Veracruz y ésta de la Economía nacional; y la ciudad de Xalapa forma parte de otro elemento más general que es el estado de Veracruz y conlleva ella misma una serie de factores históricos y geográficos que hay que explicitar, entonces nuestro Capítulo 2 quedaría como sigue:

Capítulo 2: Marco Referencial. las ong's de Xalapa, Ver.

2.1. La ciudad de Xalapa, Ver.

2.1.1. Nuestro país.

2.1.2. El estado de Veracruz.

2.1.3. La ciudad de Xalapa.

2.2. Las Organizaciones No Gubernamentales.

2.2.1. La Economía mexicana.

2.2.2. Los sectores de la economía veracruzana.

2.2.3. Las ONG's en el estado de Veracruz.

2.2.4. Las ONG's en la ciudad de Xalapa.

Por otra parte en este Capítulo 2 no vamos a tratar, ni por asomo, nada relativo al Marco Teórico-Conceptual; esto quiere decir que la persona que lea el capítulo 2 nunca imaginará que la Investigación se trata de La Publicidad en Medios masivos de Comunicación, de La Mercadotecnia, de La Promoción, de Las Organizaciones no Lucrativas, de Los sectores económicos y de Las organizaciones no lucrativas.

Esta separación conceptual de todo lo tratado en este capítulo con lo que vamos a tratar en el Capítulo 2 tiene dos ventajas: 1) nos obliga a ser lo más exhaustivo en la recolección de las fuentes de información, y 2) nos obliga a ser lo más explícito posible para, en un solo capítulo, tratar todos los indicadores y las categorías que van a ser tratados en el tercer capítulo dedicado al estudio de campo.

Finalmente, señalamos en el título de nuestro tema los elementos que formarán parte del Estudio de Campo en este caso: las ong's de Xalapa, Ver. durante el periodo 2000-2005; esto nos lleva a descomponer el capítulo 3 en los elementos que nos van a proporcionar el ¿dónde, cuándo, cómo y por qué? de la Investigación, es decir, todo lo relativo al trabajo de campo y al diseño de la Investigación misma: a) Planteamiento del Problema, b) Objetivos de la Investigación, c) Hipótesis de Trabajo, d) Descripción de las Variables, e) Población o Unidades de Análisis (¿cuántas ONG's de Xalapa son las que tenemos?), f) Procedimiento de Muestreo, g) Tamaño de la Muestra, h) Muestra (¿cuáles ONG's de Xalapa vamos a investigar?, i) Técnica de recopilación, j) Instrumento utilizado y k) Resultados de la investigación.

El éxito estructural de esta técnica es que debemos hacer de cuenta que si nuestra investigación es del área económico-administrativa y la estamos haciendo

en español en México; la persona que nos va a leer es, por ejemplo, un oftalmólogo de Senegal.

¿Qué quiere decir esto? Que si nuestro lector es oftalmólogo entonces debemos ser lo suficientemente claros como para que entienda todo nuestro Marco Teórico-Conceptual sin tener él las bases para entender objetos de estudio de nuestra área. Y, por otra parte, si es de Senegal esto quiere decir que no conoce casi nada de México y sus aspectos socio-económicos ni tampoco lee en español, por lo que entonces debemos ser lo suficientemente claros como para que entienda todo nuestro Marco Referencial sin tener él las bases para entender objetos de estudio ubicados en nuestra cultura, es decir, todo el aspecto histórico y geográfico que define a la cultura mexicana.

Pongamos otro ejemplo: si nosotros queremos estudiar el estrés que padecen los contadores públicos en la ciudad de Xalapa (si es que consideramos que una de las variables fundamentales de que existan conflictos en los despachos contables sea el estrés) lo que debemos hacer es lo siguiente: estructuramos bien el tema hasta que quede de esta forma: "El estrés en los contadores públicos: el caso de la ciudad de Xalapa, Ver. en el año 2002"; luego descomponemos el fenómeno en tres partes, la primera de ellas es el estrés, la segunda es la ciudad de Xalapa, Ver. y la profesión de la contaduría pública, y la tercera parte es la relación que hacemos del estrés y los contadores públicos de Xalapa, Ver.

Esto quiere decir que ocuparíamos el Capítulo 1, hablando acerca del estrés, su aspecto psicológico, químico, histórico, físico, fisiológico, social, y todos los demás aspectos que creamos pertinentes para que cualquiera, sin ser médico ni psicólogo, pueda entendernos, en este capítulo no hablaremos absolutamente nada acerca de la ciudad de Xalapa, Ver. ni de los contadores públicos, es un capítulo completamente independiente, es nuestro Marco Teórico-Conceptual.

En el segundo capítulo vamos a tratar el tema de la ciudad de Xalapa, Ver., los aspectos históricos, geográficos y socio-económicos que creamos relevantes para que cualquiera, que no conoce México, ni el estado de Veracruz y/o la ciudad de Xalapa, Ver. nos entienda; también vamos a hablar de la contaduría pública, como área de conocimiento y del contador público como profesional, características de la profesión contable, principales actividades, días cargados de trabajo, tipos de clientes que usualmente atienden, en fin, de todos los aspectos de estos profesionales que creamos pertinentes para que cualquiera, sin ser conocedor del área de conocimiento económico-administrativa, pueda entendernos. En este capítulo no hablaremos absolutamente nada acerca del estrés, es un capítulo completamente independiente, es nuestro Marco Referencial.

En el tercer capítulo relacionamos lo tratado en el 1 con lo tratado en el 2 a través de nuestro estudio de campo; aquí podemos conocer cuál es la situación del estrés en los contadores públicos de Xalapa, Ver., cuando es que se trabaja con más estrés, podríamos incluso encontrar una enfermedad o malestar completamente típico de este tipo de profesional y tal vez la influencia que tenga una ciudad como Xalapa en este estrés, etc.

VI. CONCLUSIÓN

Con esta sencilla técnica, que no nos llevará más de dos o tres semanas, ya tenemos nuestro tema estructurado y nuestro índice y ya estamos listos para plasmar en un sencillo diagrama la planeación de las actividades necesarias para la realización de nuestra investigación.