

Unidad: 3

Método de Recolección de Información

ENTREVISTAS Y CUESTIONARIOS

MATERIA: Modelos y Sistemas

*7mo Año – Tecnicatura en Informática
Personal y Profesional*

Docente: Acuña, Carlos

Entrevistas

Antes de que entreviste a alguien más, debe entrevistarse a sí mismo. Necesita conocer sus prejuicios y cómo afectarán éstos sus percepciones. Su educación, intelecto, formación, emociones y marco ético actúan como filtros poderosos de lo que va a oír en sus entrevistas.

Necesita pensar detalladamente en las entrevistas antes de hacerlas. Visualice por qué las va a hacer, qué va a preguntar y qué es lo que a su juicio hará que esta entrevista tenga éxito. Asimismo, debe pensar cómo logrará que la entrevista sea satisfactoria para el individuo al que entrevista.

Una entrevista para recabar información es una conversación dirigida con un propósito específico que utiliza un formato de preguntas y respuestas. En la entrevista usted necesita obtener las opiniones de los entrevistados y su parecer acerca del estado actual del sistema, metas organizacionales y personales y procedimientos informales.

Ante todo, busque las opiniones de la persona que entreviste. Las opiniones podrían ser más importantes y reveladoras que los hechos.

Además de las opiniones, usted debe tratar de captar los sentimientos de los entrevistados. Recuerde que éstos conocen la organización mucho mejor que usted. Al escuchar los sentimientos de los entrevistados, usted puede entender la cultura de la organización de una manera más completa.

Las metas son información importante que se puede recabar de las entrevistas. Los hechos que obtenga de los datos concretos y reales podrían explicar el desempeño pasado, pero las metas reflejan el futuro de la organización. Trate de averiguar lo más que pueda acerca de las metas de la organización por medio de las entrevistas. Éste quizá sea el único método de recopilación de datos efectivo para determinar las metas de la organización.

En la entrevista se entabla una relación con alguien que probablemente sea un extraño para usted. Necesita establecer confianza y entendimiento rápidamente, pero al mismo tiempo debe mantener el control de la entrevista. También necesita vender el sistema ofreciéndole la información necesaria a su entrevistado. Esto lo puede conseguir planificando la entrevista antes de realizarla, de tal manera que la conducción de la misma sea algo natural para usted. Afortunadamente, la realización eficaz de entrevistas es algo que puede aprenderse. Conforme practique, verá sus progresos.

Cinco Pasos Para Preparar Una Entrevista

A continuación se muestran los cinco pasos principales para preparar una entrevista. Estos pasos incluyen un rango de actividades que van desde recopilar antecedentes básicos hasta decidir a quién entrevistar.

1. Leer los antecedentes.
2. Establecer los objetivos de la entrevista.
3. Decidir a quién entrevistar.
4. Preparar al entrevistado.
5. Decidir el tipo de preguntas y la estructura.

Leer los antecedentes

Leer y entender tanto como sea posible los antecedentes de los entrevistados y su organización. Con frecuencia este material se puede obtener del sitio Web corporativo, de un informe anual actual, de un boletín corporativo o de cualquier publicación que explique el estado de la

organización. Busque en Internet cualquier información corporativa.

Conforme lea este material, ponga especial atención al lenguaje que utilicen los miembros de la organización para describirse a sí mismos y a su organización. El propósito es crear un vocabulario común que en un futuro le permita expresar preguntas de la entrevista de una manera comprensible para su entrevistado. Otra ventaja de investigar su organización es maximizar el tiempo que invierta en las entrevistas; sin esta preparación podría perder tiempo haciendo preguntas generales sobre los antecedentes.

Establecer los objetivos de la entrevista

Utilice los antecedentes que haya recopilado así como su propia experiencia para establecer los objetivos de la entrevista. Debe haber de cuatro a seis áreas clave referentes al procesamiento de la información y el comportamiento relacionado con la toma de decisiones acerca de las cuales tendrá usted que hacer preguntas. Estas áreas incluyen fuentes de información, formatos de información, frecuencia de la toma de decisiones, cualidades de la información y estilo de la toma de decisiones.

Decidir a quién entrevistar

Cuando tenga que decidir a quién entrevistar, incluya a gente clave de todos los niveles que vayan a ser afectadas por el sistema de alguna manera. Esfuércese por conseguir el equilibrio de tal manera que atienda las necesidades de tantos usuarios como sea posible. Su persona de contacto en la organización también tendrá algunas ideas sobre quién deba ser entrevistado.

Preparar al entrevistado

Prepare a la persona que va a ser entrevistada hablándole por anticipado o enviándole un mensaje de correo electrónico y dándole tiempo para pensar en la entrevista. Si va a realizar una entrevista a profundidad, puede enviar sus preguntas por correo electrónico con antelación para darle tiempo al entrevistado a que piense sus respuestas. Sin embargo, debido a que con la entrevista se pretende satisfacer muchos objetivos (incluyendo la creación de confianza y la observación del lugar de trabajo), normalmente ésta se debe realizar en persona y no por correo electrónico. Las entrevistas se deben llevar a cabo en 45 minutos o una hora a lo mucho. No importa cuánto parezca que sus entrevistados deseen ampliar la entrevista más allá de este límite, recuerde que cuando pasan tiempo con usted, no están haciendo su trabajo. Si las entrevistas duran más de una hora, es probable que los entrevistados se enfaden, aunque quizá oculten su disgusto.

Decidir el tipo de preguntas y la estructura

Escriba preguntas que abarquen las áreas clave de la toma de decisiones que haya descubierto al determinar los objetivos de la entrevista. Las técnicas apropiadas para preguntar son el corazón de la entrevista. Las preguntas tienen algunas formas básicas que usted debe conocer. Los dos tipos básicos de preguntas son las abiertas y las cerradas. Cada tipo de pregunta puede lograr resultados un poco diferentes a los de la otra, y cada una tiene ventajas y desventajas. Es necesario que usted piense en el efecto que tendrá cada tipo de pregunta.

Tipos De Preguntas

Preguntas abiertas

Estas preguntas incluyen aquellas como "¿Qué piensa de poner a todos los gerentes en una intranet?" y "Explique por favor cómo toma una decisión de programación de producción". Considere el término *abiertas*. En realidad, "abiertas" describe las opciones del entrevistado para responder. Están abiertas. La respuesta puede ser de dos palabras o dos párrafos.

Las ventajas de utilizar las preguntas abiertas son muchas e incluyen las siguientes:

1. Hacen que el entrevistado se sienta a gusto.
2. Permiten al entrevistador entender el vocabulario del entrevistado, el cual refleja su educación, valores, actitudes y creencias.
3. Proporcionan gran cantidad de detalles.
4. Revelan nuevas líneas de preguntas que pudieron haber pasado desapercibidas.
5. Hacen más interesante la entrevista para el entrevistado.
6. Permiten más espontaneidad.
7. Facilitan la forma de expresarse al entrevistador.
8. Son un buen recurso si el entrevistador no está preparado para la entrevista.

Como puede ver, las preguntas abiertas tienen varias ventajas. Sin embargo, también tienen muchas desventajas:

1. Podrían dar como resultado muchos detalles irrelevantes.
2. Posible pérdida del control de la entrevista.
3. Permiten respuestas que podrían tomar más tiempo del debido para la cantidad útil de información obtenida.
4. Dan la impresión de que el entrevistador es inexperto.
5. Podrían dar la impresión de que el entrevistador "anda de pesca" sin un objetivo real en la entrevista.

Preguntas cerradas

La alternativa a las preguntas abiertas se encuentra en el otro tipo de pregunta básica: las preguntas cerradas. Tales preguntas son de la forma básica: "¿Cuántos subordinados tiene?" Las respuestas posibles se cierran al entrevistado, debido a que sólo puede contestar con un número finito como "Ninguno", "Uno" o "Quince".

Una pregunta cerrada limita la respuesta disponible para el entrevistado. Un tipo especial de pregunta cerrada es la pregunta bipolar. Este tipo de pregunta limita aún más las opciones del entrevistado pues sólo le permite una opción en cada polo, como sí o no, verdadero ó falso, de acuerdo o desacuerdo.

Las ventajas de utilizar preguntas cerradas de cualquiera de los dos tipos incluyen lo siguiente:

1. Ahorrar tiempo.
2. Comparar las entrevistas fácilmente.
3. Ir al grano.
4. Mantener el control durante la entrevista.
5. Cubrir terreno rápidamente.
6. Conseguir datos relevantes.

Sin embargo, las desventajas de utilizar preguntas cerradas son considerables. Dichas desventajas incluyen lo siguiente:

1. Aburren al entrevistado.
2. No permiten obtener gran cantidad de detalles (debido a que el entrevistador proporciona el marco de referencia para el entrevistado).

3. Olvidar las ideas principales por la razón anterior.
4. No ayudan a forjar una relación cercana entre el entrevistador y el entrevistado.

Sondeos

Los sondeos permiten al analista de sistemas ahondar en las preguntas para conseguir respuestas más detalladas.

Este es un tercer tipo de pregunta. El sondeo más profundo es el más simple: la pregunta "¿Por qué?" Otros sondeos son "¿Me puede dar un ejemplo?" y "¿Me lo puede explicar con más detalle?". El propósito del sondeo es ir más allá de la respuesta inicial para conseguir mayor significado, clarificar, obtener y ampliar la opinión del entrevistado. Los sondeos pueden constar de preguntas abiertas o cerradas.

El sondeo es fundamental. La mayoría de los entrevistadores principiantes muestran reticencia al uso de los sondeos y, por consiguiente, aceptan respuestas superficiales. Por lo regular agradecen que los empleados les concedan entrevistas y se sienten obligados hasta cierto punto a aceptar cortésmente las respuestas tajantes.

Redacción Del Informe De La Entrevista

Aunque la entrevista misma haya concluido, su trabajo de análisis de los datos de ésta apenas comienza. Necesita captar la esencia de la entrevista a través de un informe escrito. Es indispensable que escriba dicho informe lo más pronto posible después de la entrevista. Este paso es otra forma de asegurar la calidad de los datos de la entrevista. Cuanto más tiempo espere para hacer el informe de su entrevista, más dudosa será la calidad de sus datos.

Después de este resumen inicial, entre en mayor detalle, registre los puntos principales de la entrevista y sus propias opiniones. Repase el informe de la entrevista con el entrevistado en una reunión de seguimiento. Este paso le ayuda a clarificar lo que el entrevistado pretendía y le permite a éste saber que usted está bastante interesado en tomarse el tiempo necesario para entender sus puntos de vista y percepciones.

Uso De Cuestionarios

El uso de cuestionarios es una técnica de recopilación de información que permite a los analistas de sistemas estudiar las actitudes, creencias, comportamiento y características de muchas personas importantes en la organización que podrían resultar afectadas por los sistemas actuales y los propuestos. Las actitudes consisten en lo que las personas de la organización dicen que quieren (en un nuevo sistema, por ejemplo); las creencias son lo que las personas realmente piensan que es verdad; el comportamiento es lo que los miembros de la organización hacen, y las características son propiedades de las personas o cosas.

Es posible cuantificar las respuestas conseguidas a través de cuestionarios (también conocidos como encuestas) que usan preguntas cerradas. Las respuestas a cuestionarios que utilizan preguntas abiertas se analizan e interpretan de otras maneras. La redacción que utilice el analista de sistemas influye en las respuestas a preguntas sobre actitudes y creencias.

A continuación mencionamos algunas directrices que le pueden servir para decidir si es apropiado el uso de cuestionarios. Considere el uso de cuestionarios si:

1. Las personas que necesita encuestar se encuentran en ubicaciones dispersas (diferentes instalaciones de la misma corporación).
2. Una gran cantidad de personas está involucrada en el proyecto de sistemas, y es importante saber qué proporción de un grupo dado (por ejemplo, los directivos) aprueba o desaprueba una característica específica del sistema propuesto.
3. Está haciendo un estudio preliminar y desea medir la opinión general antes de que se determine el rumbo que tomará el proyecto de sistemas.

4. Desea tener la certeza de que en las entrevistas de seguimiento se identificará y abordará cualquier problema relacionado con el sistema actual.

Redacción De Preguntas

La diferencia más importante entre las preguntas que se utilizan para la mayoría de las entrevistas y aquellas usadas en los cuestionarios es que las entrevistas permiten la interacción entre las preguntas y sus significados. En una entrevista el analista tiene la oportunidad de refinar una pregunta, definir un término confuso, cambiar el curso de las preguntas, responder a una mirada desconcertada y controlar generalmente el contexto.

En un cuestionario sólo se pueden aprovechar algunas de estas oportunidades. Por lo tanto, para el analista, las preguntas deben tener suficiente claridad, el flujo del cuestionario debe ser convincente, las preguntas de los encuestados deben anticiparse y la aplicación del cuestionario debe planearse en detalle.

Los tipos básicos de preguntas que se utilizan en los cuestionarios son las abiertas y las cerradas, al igual que en las entrevistas. Debido a las limitaciones propias de los cuestionarios, se justifica una explicación adicional de los tipos de preguntas de éstos.

La elección del vocabulario

Al igual que ocurre en las entrevistas, el lenguaje de los cuestionarios es un aspecto muy importante para su eficacia. Aun cuando el analista de sistemas tenga un conjunto establecido de preguntas acerca del desarrollo de sistemas, es conveniente que las redacte en tal forma que reflejen la propia terminología del negocio.

Los encuestados aprecian el esfuerzo de alguien que se toma el tiempo para redactar un cuestionario que refleje la manera en que ellos usan el lenguaje. De esta manera, la interpretación precisa de las respuestas será más sencilla y los encuestados se mostrarán, en general, más entusiasmados.

Para verificar si el lenguaje usado en el cuestionario es similar al de los encuestados, pruebe algunas preguntas de ejemplo en un grupo piloto (grupo de prueba). Pídales que pongan especial atención en el buen uso de la redacción y que cambien cualquier palabra que consideren inapropiada.

A continuación mencionamos algunos lineamientos útiles para la elección del lenguaje del cuestionario:

1. Use el lenguaje de los encuestados siempre que sea posible. Utilice una redacción sencilla.
2. Esfuércese por ser específico en lugar de divagar en la redacción. También evite las preguntas demasiado específicas.
3. Haga preguntas breves.
4. No sea condescendiente con los encuestados ni los subestime con opciones de lenguaje de bajo nivel.
5. Evite la parcialidad en la redacción. Evitar la parcialidad implica también evitar preguntas ofensivas.
6. Dirija las preguntas a los encuestados adecuados (es decir, aquellos que las puedan responder). No dé por sentado que éstos tendrán demasiado conocimiento.
7. Asegúrese de que el aspecto técnico de las preguntas es preciso antes de incluirlas.
8. Use software para verificar que el nivel de redacción de las preguntas sea apropiado para los encuestados.

Diseño De Cuestionarios

Un cuestionario bien diseñado puede ayudar a superar parte de esta reticencia a responder. A continuación mencionamos algunas reglas para diseñar un buen cuestionario:

1. Deje bastante espacio en blanco.
2. Proporcione suficiente espacio para escribir las respuestas.
3. Facilite a los encuestados que marquen con claridad sus respuestas.
4. Mantenga un estilo consistente.

Cuando diseñe cuestionarios para la Web, aplique las mismas reglas que utilice al diseñar cuestionarios impresos. Las cuatro reglas anteriores deben ayudarle a conseguir una mejor tasa de respuestas al cuestionario.

El orden de las preguntas

No hay una manera de ordenar las preguntas del cuestionario que se considere como la mejor. Una vez más, conforme ordene las preguntas, debe pensar en los objetivos que persigue con el cuestionario y a continuación determinar la función de cada pregunta en la consecución de sus objetivos. También es importante considerar el cuestionario desde el punto de vista del encuestado. Algunos lineamientos para ordenar las preguntas son:

1. Colocar primero las preguntas más importantes para los encuestados.
2. Agrupar los elementos de contenido similar.
3. Incorporar primero las preguntas menos polémicas.

Usted necesita que los encuestados se sientan lo más cómodos e interesados posibles con las preguntas que les haga, sin que los abruma algún tema en particular.

Aplicación De Cuestionarios

Encuestados

La decisión sobre quién recibirá el cuestionario se toma en conjunto con la tarea de establecer los objetivos que se persiguen con los resultados del mismo. El muestreo, ayuda al analista de sistemas a determinar la clase de representación que se necesita y el tipo de encuestados que deben recibir el cuestionario.

Los destinatarios a menudo son escogidos como representativos debido a su jerarquía, tiempo de servicio en la compañía, deberes, o interés especial en el sistema actual o propuesto. Asegúrese de incluir suficientes encuestados para conseguir una muestra razonable en caso de que algunos cuestionarios no sean devueltos o algunas hojas de respuestas sean completadas incorrectamente y tengan que desecharse.

Métodos para aplicar el cuestionario

El analista de sistemas tiene varias opciones para aplicar el cuestionario, y el método de administración es a menudo determinado por el estado de la empresa. Entre las opciones para aplicar el cuestionario se encuentran las siguientes:

1. Citar al mismo tiempo a todos los encuestados.
2. Entregar personalmente los cuestionarios en blanco y recogerlos cuando estén terminados.
3. Permitir a los encuestados que llenen el cuestionario por sí mismos en su trabajo y que lo dejen en una caja colocada en algún punto central.
4. Mandar por correo los cuestionarios a los empleados de las sucursales e indicarles una fecha límite, instrucciones y enviarles sobres con envío prepagado para que devuelvan los cuestionarios llenos.

5. Aplicar el cuestionario a través de correo electrónico o la Web.

Muestreo

La Necesidad De Muestreo

Hay muchas razones por las cuales un analista de sistemas tendría que seleccionar una muestra representativa de datos para examinarla o personas representativa para entrevistarlas, aplicarles un cuestionario u observarlas. Entre estas razones se incluyen:

1. Reducir costos.
2. Acelerar la recopilación de datos.
3. Mejorar la efectividad.
4. Reducir la parcialidad.

Analizar cada pedazo de papel, hablar con todos y leer cada página Web de la organización sería demasiado costoso para el analista de sistemas. Copiar los informes, quitarles tiempo valioso a los empleados y duplicar encuestas innecesarias produciría un gasto considerable e innecesario.

El muestreo ayuda a acelerar el proceso mediante la recopilación de datos seleccionados en lugar de todos los datos de la población entera. Además, el analista de sistemas se ahorra el trabajo de analizar los datos de toda la población.

Diseño Del Muestreo

Un analista de sistemas debe seguir cuatro pasos para diseñar una buena muestra:

1. Determinar qué datos van a ser recopilados o descritos.
2. Determinar de qué población se van a tomar muestras.
3. Escoger el tipo de muestra.
4. Decidir el tamaño de la muestra.

Observación Del Comportamiento Del Tomador De Decisiones

La observación del tomador de decisiones y su entorno físico son métodos no intrusivos importantes para el analista de sistemas. Al observar las actividades del tomador de decisiones, el analista busca darse una idea de lo que realmente se hace, no sólo de lo que se documenta o explica. Además, al observar al tomador de decisiones, el analista trata de ver personalmente las relaciones que existen entre el tomador de decisiones y los demás miembros de la organización.

Observación Del Entorno Físico

La observación de las actividades de los tomadores de decisiones es sólo una forma de evaluar sus requerimientos de información. La observación del entorno físico en el cual se desempeñan los tomadores de decisiones también pone de manifiesto muchos de sus requerimientos de información. Con mucha frecuencia, dicha observación implica examinar sistemáticamente las oficinas de los tomadores de decisiones, ya que éstas constituyen su principal lugar de trabajo. Los tomadores de decisiones influyen en, y a su vez reciben influencia de, sus entornos físicos.

Ubicación de la oficina

Uno de los primeros elementos que el analista de sistemas debe observar es la ubicación de la oficina de un tomador de decisiones específico con respecto a otras oficinas. Las oficinas accesibles tienden a aumentar la frecuencia de la interacción y los mensajes informales, mientras que las oficinas inaccesibles tienden a disminuir la frecuencia de la interacción y a aumentar los mensajes orientados a las tareas. El resultado de que las oficinas se distribuyan por todo el edificio es que con frecuencia un informe o memorando se queda detenido en una de las oficinas, mientras que en las oficinas agrupadas se favorece el compartir la información. También es

probable que las personas cuyas oficinas están separadas de las de los demás pudieran ver a la organización de forma diferente y sus objetivos podrían alejarse de los de otros miembros de la organización.

Colocación del escritorio

La colocación de un escritorio en la oficina puede ofrecer pistas sobre la manera en que el tomador de decisiones ejerce su autoridad. Los ejecutivos que confinan a un visitante a un espacio reducido y con la espalda a la pared mientras ellos tienen exceso de espacio, adoptan la posición de autoridad más fuerte posible. Un ejecutivo que coloca su escritorio frente a la pared con una silla al lado para un visitante estimula la participación y los intercambios equitativos. El analista de sistemas debe observar la distribución de los muebles de la oficina y en particular la colocación del escritorio.

Equipo fijo de oficina

Archiveros, libreros y otro equipo grande para almacenar artículos se incluyen en la categoría de equipo fijo de oficina. Si no hay tal equipo, es probable que el tomador de decisiones almacene muy pocos artículos de información por sí mismo. Si hay una abundancia de tal equipo, se asume que el tomador de decisiones almacena y valora mucha información.

Accesorios

El término *accesorios* se refiere a todo el equipo pequeño usado para procesar información, incluso las computadoras de bolsillo, calculadoras, PCs, plumas, lápices y reglas. La presencia de computadoras de bolsillo, calculadoras y PCs sugiere que un tomador de decisiones que posee dicho equipo es más probable que lo use personalmente que uno que debe salir de la oficina para usarlo.

Fuentes externas de información

Un analista de sistemas necesita saber qué tipo de información usa el tomador de decisiones. La observación del tipo de publicaciones almacenadas en la oficina puede revelar si el tomador de decisiones recurre a información externa (en revistas de comercio, recortes de periódico sobre otras compañías de la industria, etc.) o se basa más en la información interna (informes de la compañía, correspondencia de la oficina, manuales de políticas). El analista también debe observar si el tomador de decisiones prefiere conseguir información externa en la Web.

Iluminación y color de la oficina

La iluminación y el color juegan un papel importante en la manera en que un tomador de decisiones recopila información. Una oficina con iluminación cálida y radiante indica una tendencia hacia la comunicación más personal. Un ejecutivo en una oficina iluminada cálidamente recopilará más información de manera informal, mientras que otro miembro de la organización que trabaja en una oficina iluminada con gran colorido podría recopilar información a través de memorandos más formales e informes oficiales.

Vestimenta de los tomadores de decisiones

Se ha escrito mucho sobre la vestimenta de los ejecutivos y demás personal con algún grado de autoridad. El analista de sistemas puede darse una idea de la credibilidad de los gerentes de la organización al observar la vestimenta que usan en el trabajo. El traje de dos piezas para un hombre o el traje con falda para una mujer representan la máxima autoridad, de acuerdo con algunos investigadores que han estudiado las percepciones sobre la apariencia de los ejecutivos. El hecho de que los líderes vistan de manera casual tiende a abrir las puertas para una toma de decisiones más participativa, pero a menudo propicia la pérdida de credibilidad en la organización si la cultura predominante valora la ropa tradicional y conservadora.