

S1-ML-Técnicas de relevamiento

Sitio: [Agencia de Habilidades para el Futuro](#)

Curso: Desarrollo de Sistemas de Información orientados a la gestión y apoyo a las decisiones 2° D

Libro: S1-ML-Técnicas de relevamiento

Imprimido por: Eduardo Moreno

Día: jueves, 14 de agosto de 2025, 23:14

Descripción

Tabla de contenidos

Introducción

Definición

- Preparación

Tipos de relevamiento

- Entrevista
- Cuestionarios
- Observación y participación
- Examen de archivos y documentos

Informes

- Desarrollo

Autoevaluación



Introducción

Inicia un recorrido por Práctica Profesional II: Desarrollo de sistemas de información orientados a la gestión y apoyo a las decisiones. El [tema](#) de esta semana son las [técnicas de relevamiento de información](#), sus [tipos](#) y en qué [documento](#) es posible plasmar los datos obtenidos.

A continuación podrás recorrer los contenidos accediendo a cada capítulo y subcapítulo de este libro todas las veces que consideres necesario.

¡Comencemos!



¿Qué es el relevamiento?

Cuando un/a cliente se acerca a nuestro equipo para solicitarnos un desarrollo de software nos brinda una primera idea, muy general, acerca de lo que quiere. Pero para convertir esa idea en un desarrollo, necesitamos información que quizás el/la cliente no considera importante. Por lo que para obtenerla debemos hacer un relevamiento.

Definición

Un **relevamiento** es un estudio sistemático y organizado sobre un tema: en este caso, el/la cliente y sus necesidades.

Supongamos que requiere el desarrollo de una sistema para su negocio:

- ¿Qué tipo de actividad desarrolla el cliente?
- ¿Qué información necesita respecto de su negocio?
- ¿Cómo controla el stock de su producto?

Responder a estas preguntas, entre muchas otras, nos ayudará a lograr una solución adecuada y pertinente.

Necesidades y relevamiento

Para realizar un buen relevamiento, debemos identificar las **necesidades de nuestro/a cliente**, de forma que, al comprenderlas, podamos adaptar nuestra oferta a sus requerimientos y, de este modo, nos elijan por encima de otros.

Para poder identificar estas necesidades es necesario comprender las razones detrás de sus decisiones; para esto hay que saber quiénes son estos/as clientes, y cuál es el público objetivo.



¿Cómo se prepara un relevamiento?

Para aproximarnos a un buen relevamiento debemos tener en cuenta:

- 1 **Indagar** en diferentes organizaciones de servicios informáticos y sacar conclusiones propias. Esto nos dará una primera idea bastante útil, pero en el contexto en que vamos a movernos es insuficiente; por lo tanto, tendremos que profundizar, con el objetivo de fijar ideas.
- 2 **Analizar la información.** El relevamiento supone, entonces, recoger información y analizarla.
- 3 **Identificar y describir.** Es decir, identificar a los que nos referimos, para luego describir la actividad de toma de información en este entorno.
- 4 **Pasar a un plano práctico.** Se debe utilizar los tipos de relevamiento en función de las características del entorno y el determinado cliente.



Tipos de relevamientos

Ya reconociste qué es un relevamiento y cómo se prepara, ahora vas a poder profundizar en los tipos que hay.

Accedé a cada uno, tomá nota y profundizá en cada un para luego ponerlos en práctica.



La entrevista

La **entrevista** es, sin duda, la **principal herramienta del relevamiento**. Convenientemente utilizada, nos ayudará a encontrar diferentes hechos, necesidades de información, responsabilidades y objetivos, operaciones, estructuras jerárquicas, etc. Mediante la información extraída de ella, podemos realizar, ayudándonos de herramientas descriptivas, diagramas jerárquicos, esquemas decisionales, flujos de información y demás.

Para que la entrevista sea efectiva, seguiremos un método centrado en tres momentos:

Para tener en cuenta:

El éxito de la entrevista dependerá de la experiencia y preparación del/a entrevistador/a.



Cuestionarios y tipos de preguntas

Los **cuestionarios** son útiles cuando se quiere información concreta que involucra a un gran número de personas. Es inevitable, en este caso, utilizar formatos más o menos estandarizados. Sería un error dejar respuestas abiertas, salvo en ocasiones concretas.

Hay que tener precaución, ya que las respuestas, si las preguntas no son muy claras, pueden resultar contradictorias o carentes de sentido. Una gran desventaja es no poder ver las reacciones de los sujetos. Sin embargo, **son muy útiles cuando hay que recabar la opinión de personas** en localidades remotas o, como dijimos, el número es elevado.

Su éxito se basa, en gran manera, en la comprensión por parte de los/as encuestados/as y en la honestidad de sus respuestas.



Observación y participación

Mediante estas herramientas podemos descubrir detalles imposibles de conseguir con otras.

No siempre es posible participar; pero sí observar.

- Es importante cuando queremos obtener una idea del grado de aceptación de las tareas y quejas de los/las operarios/as, y también a la hora de confirmar ciertas respuestas anteriormente obtenidas.
- Necesitamos observar todo lo posible a nuestro alcance: condiciones en las que se desarrolla el trabajo, distribución del personal, el uso del teléfono, movimiento de personas entre mesas, trasiego de documentos.

Si es posible participar, no debemos perder la oportunidad de asistir a una reunión de trabajo o realizar tareas que nos aporten información valiosa.

- El/la observador/a no debe hacer comentarios sobre las actividades que se realizan. Sólo tiene que limitarse a tomar notas acerca de dichas actividades.



Examen de archivos y documentos

Mediante esta herramienta podemos **obtener información cuantitativa** con respecto a volúmenes, frecuencias, tendencias y manejo de los archivos de la entidad. También podemos medir, en gran manera, el **grado de confianza** que se deposita en las estimaciones hechas por el propio personal durante las entrevistas o los cuestionarios.

También hay que examinar los manuales de procedimientos y normas, estándares de operación, reglamentos internos, publicaciones sobre políticas de la organización, etc., que pueden ayudarnos a comprender las líneas maestras de la organización, así como las relaciones formales en ella.



Informe del primer contacto

Una vez que obtenés toda la información necesaria para comenzar el análisis formal de tu proyecto, vas a documentar bajo un formato que pueda ser comprendido por el equipo.

La información mínima del informe tiene que hacer referencia a quien relevaste (poniendo nombre y puesto), una breve historia de la empresa, el lugar y la fecha; luego irá tu investigación en función de la técnica de relevamiento utilizada.

No hay que omitir ningún dato, ya que estos pueden ser importantes a la hora de determinar, de manera formal, el objetivo que piensa alcanzar tu cliente en función de sus necesidades.

El siguiente esquema puede ayudarte en el armado del informe.

Descargá esta plantilla haciendo clic [aquí](#).



Tips para el desarrollo de la actividad

Ante un requerimiento, por lo general, no se tiene información sobre el entorno a analizar, entonces, lo primero que hacemos, es [investigar sobre el tema](#). Con esa investigación actualizamos nuestros saberes o conocemos por primera vez el entorno (recordando que el entorno es el ámbito en el que se desarrolla la actividad).

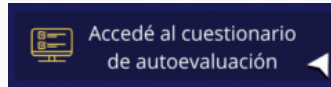
Para que sea exitosa nuestra toma de información debemos:

- 1 **Establecer** el primer contacto. Para ello, es importante contactar con el personal jerárquico de la organización o con quien pueda tomar decisiones.
- 2 **Construir** un boceto con toda la información recopilada.
- 3 **Seleccionar** la estrategia de relevamiento acorde a la demanda del cliente.
- 4 **Generar** la secuencia de preguntas, tipos, y formato de nuestra futura entrevista o cuestionario. Si es necesario, también se puede hacer uso de ambas.



¡Me pongo a prueba! (opcional)

A continuación podrás hacer clic en el siguiente botón:



Luego acceder a un cuestionario para poner a prueba tu comprensión de los temas trabajados.

¡Muchos éxitos!