



Trabajos prácticos 2023

Práctica profesionalizante I

Métodos para la recopilación de información



Recopilación de información

MÉTODOS INTERACTIVOS

- Entrevistas
- Encuestas aplicadas a las personas mediante cuestionarios

MÉTODOS DISCRETOS

- Muestreo
- Investigación
- Observación



Entrevistas

- Piense en el proceso completo de la entrevista antes de llevarla a cabo. Visualice por qué la hará y las preguntas que formulará.
- Una entrevista para recopilar información es una conversación dirigida con un propósito específico, en la cual se usa un formato de preguntas y respuestas.
- En la entrevista hay que obtener las opiniones del entrevistado y lo que siente sobre el estado actual del sistema, los objetivos de la organización y los personales, y los procedimientos informales para interactuar con las tecnologías de la información.
- Busque las opiniones del entrevistado.
- Trate de averiguar a través de las entrevistas la mayor cantidad posible de objetivos de la organización.
- La entrevista también es un valioso momento para explorar las cuestiones sobre HCI (interacción humano computadora).
- Hay que generar confianza y comprensión rápidamente y, al mismo tiempo, mantener el control de la entrevista.
- También necesitamos vender el sistema, para lo cual hay que proveer información necesaria al entrevistado.
- Planear previamente la entrevista le facilitará dirigirla.



Entrevistas

Pasos para planear la entrevista

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



Entrevistas

ENTÉRESE DE LOS ANTECEDENTES. Lea y comprenda todo lo que pueda sobre los antecedentes de los entrevistados y la organización. El sitio Web corporativo, un informe anual actualizado, un boletín de noticias corporativo o cualquier publicación que se emita para explicar el funcionamiento de la empresa al público son fuentes útiles de información. Ponga especial atención al lenguaje utilizado por los integrantes para describirse a sí mismos y a la compañía. Trate de recopilar un vocabulario común que le permita expresar preguntas de forma que sus entrevistados puedan comprender inmediatamente. Otro beneficio de investigar la organización es aprovechar al máximo el tiempo invertido en las entrevistas, al no tener que hacer preguntas generales sobre antecedentes.

ESTABLEZCA LOS OBJETIVOS DE LA ENTREVISTA. Defina los objetivos de la entrevista a partir de los antecedentes investigados y de su propia experiencia.

DECIDA A QUIÉN ENTREVISTAR. Incluya personas clave de todos los niveles que se vean afectados por el sistema en cierta forma. Trate de que la muestra sea representativa para indagar sobre la mayor cantidad posible de necesidades de usuario.

PREPARE AL ENTREVISTADO. Para preparar a la persona que va a entrevistar, llame por teléfono o envíe un mensaje de correo electrónico con anticipación, de manera que el entrevistado esté preparado; si la entrevista es muy detallada, envíe previamente el cuestionario por correo electrónico para que el entrevistado pueda pensar en sus respuestas. En todo caso, como hay que cumplir muchos objetivos en la entrevista (como crear confianza y observar el lugar de trabajo), las entrevistas se deben realizar por lo general en persona y no a través de correo electrónico. **Deben durar de 45 minutos a 1 hora como máximo.** Sin importar cuánto se quieran extender los entrevistados más allá de ese límite. Si las entrevistas exceden de una hora, es probable que los entrevistados resientan la intrusión, independientemente de si se lo hacen saber o no.

DECIDA SOBRE LOS TIPOS DE PREGUNTAS Y SU ESTRUCTURA. Redacte preguntas para cubrir las áreas clave de la HCI y el proceso de toma de decisiones que haya descubierto al momento de determinar los objetivos de la entrevista. Las técnicas de interrogación apropiadas son la base de la entrevista. Las preguntas tienen ciertas formas básicas que necesitamos conocer. **Los dos tipos básicos de preguntas son abiertas y cerradas.** Cada tipo de pregunta puede lograr algo ligeramente distinto que los otros, y cada uno tiene sus beneficios y desventajas.



Tipos de preguntas

PREGUNTAS ABIERTAS. Describe las opciones que tiene el entrevistado para responder. La respuesta puede constar de dos palabras o de dos párrafos.

Preguntas abiertas en las entrevistas

- ¿Qué opina sobre el estado actual del comercio electrónico de negocio a negocio en su empresa?
- ¿Cuáles son los objetivos críticos de su departamento?
- Una vez que se envían los datos a través del sitio Web, ¿cómo se procesan?
- Describa el proceso de monitoreo disponible en línea.
- ¿Cuáles son algunos de los errores comunes al introducir datos que se cometen en este departamento?
- ¿Cuáles son las mayores frustraciones que ha experimentado durante la transición al comercio electrónico?

Tipos de preguntas

PREGUNTAS CERRADAS. Las posibles respuestas son cerradas para el entrevistado, debido a que sólo puede responder con un número finito tal como “Ninguna”, “Una” o “Quince”, si, no, etc.

Preguntas cerradas en entrevistas

- ¿Cuántas veces por semana se actualiza el repositorio del proyecto?
- En promedio, ¿cuántas llamadas recibe el centro de atención al mes?
- ¿Cuál de las siguientes fuentes de información es más valiosa para usted?
 - Formularios completos de quejas de los clientes
 - Quejas por correo electrónico de los consumidores que visitan el sitio Web
 - Interacción cara a cara con los clientes
 - Mercancía devuelta
- Enliste sus dos principales prioridades para mejorar la infraestructura de tecnología.
- ¿Quién recibe esta entrada?

Tipos de preguntas



Tipos de preguntas

SONDEOS. El tercer tipo de pregunta es el sondeo o seguimiento. El propósito del sondeo es ir más allá de la respuesta inicial para obtener más detalles significativos, aclarar la información, y ampliar el punto del entrevistado. Los sondeos pueden ser preguntas abiertas o cerradas. Es imprescindible realizar sondeos. La mayoría de los entrevistadores principiantes son reticentes en cuanto a realizar sondeos y con frecuencia aceptan respuestas superficiales.

Sondeos

- ¿Por qué?
- Mencione un ejemplo de cómo se ha integrado el comercio electrónico en sus procesos de negocios.
- Ilustre el tipo de problemas de seguridad que experimenta con su sistema de pagos de facturas en línea.
- Mencionó una solución tanto de intranet como de extranet. Por favor muestre un ejemplo de la forma en que piensa que difiere cada una de estas soluciones.
- ¿Qué lo hace sentir así?
- Dígame paso a paso qué ocurre después de que un cliente hace clic en el botón “Enviar” en el formulario de registro Web.



Cuestionarios

El uso de cuestionarios es una técnica de recopilación de información que permite a los analistas de sistemas estudiar las posturas, las creencias, el comportamiento y las características de varias personas clave en la organización que se pueden ver afectadas por los sistemas actual y propuesto.

- Las posturas son lo que las personas en la organización dicen desear (en un nuevo sistema, por ejemplo);
- las creencias son lo que las personas dan por cierto;
- el comportamiento es lo que hacen los miembros de la organización,
- y las características son las propiedades de las personas u objetos.

Las respuestas obtenidas a través de cuestionarios (también conocidos como encuestas) en los que se utilizan preguntas cerradas se pueden cuantificar.

Las respuestas a los cuestionarios en los que se utilizan preguntas abiertas se analizan e interpretan de otras formas.

Por medio del uso de cuestionarios, el analista puede buscar cuantificar lo que encontró en las entrevistas.

Se pueden utilizar cuestionarios para encuestar a una muestra grande de usuarios de sistemas con el fin de detectar problemas o llevar a la mesa de discusión cuestiones importantes antes de programar las entrevistas.

Hay muchas similitudes entre las técnicas Entrevista y cuestionario y tal vez lo ideal sería utilizarlas en conjunto, ya sea para dar seguimiento a las respuestas confusas de un cuestionario con una entrevista, o para diseñar el primero con base en lo que se descubrió en la entrevista. Sin embargo, cada técnica tiene sus propias funciones específicas, por lo que no siempre es necesario o conveniente utilizar ambas.



Terminología en las preguntas

El lenguaje de las entrevistas y cuestionarios es un aspecto en extremo importante de su efectividad. Incluso si el analista de sistemas cuenta con un conjunto estándar de preguntas relacionadas con el desarrollo de sistemas, es conveniente escribirlas de manera que reflejen la terminología propia de la empresa.

Por ejemplo, si la empresa utiliza el término *supervisores* en vez de *gerentes*, o *unidades* en vez de *departamentos*, al incorporar los términos preferidos al cuestionario los encuestados se relacionan mejor con el significado de las preguntas. Será más fácil interpretar las respuestas con precisión y los encuestados serán más entusiastas en general.



Muestreo

- El muestreo es el proceso de seleccionar sistemáticamente elementos representativos de una población. Cuando se examinan con detalle estos elementos seleccionados, se asume que el análisis revela información útil sobre la población en general.
- El analista de sistemas debe decidir con respecto a dos cuestiones clave. En primer lugar hay muchos informes, formularios, documentos de resultados y sitios Web que las personas en la organización han generado. ¿A cuáles de ellos debe el analista poner atención y cuáles debe ignorar?
- En segundo lugar, muchos empleados se pueden ver afectados por el sistema de información propuesto. ¿A quiénes debería entrevistar el analista de sistemas?, ¿de quienes debería buscar información por medio de cuestionarios?, ¿a quienes debería observar en el proceso de llevar a cabo sus roles de toma de decisiones?



Investigación

- Investigar es descubrir y analizar información. Al investigar la evidencia en una organización, el analista actúa como Sherlock Holmes, el famoso detective.
- A medida que el analista de sistemas trabaja para entender a los usuarios, su organización y sus requerimientos de información, debe examinar los distintos tipos de datos “duros” que ofrecen información no disponible por cualquier otro medio de recopilación. Estos datos revelan dónde ha estado la organización y hacia dónde creen sus miembros que se dirige. Para formarse una imagen precisa, el analista necesita examinar datos tanto cuantitativos como cualitativos.



Observación

- Observar a los encargados de tomar decisiones, su entorno físico y su interacción con el entorno físico y ergonómico es un importante método discreto para el analista de sistemas. Mediante la observación de las actividades de los encargados de tomar decisiones, el analista busca obtener una comprensión de lo que se lleva a cabo en realidad, no sólo de lo que está documentado o explicado. Por medio de esta observación, el analista trata de ver de primera mano las relaciones que existen entre los encargados de tomar decisiones y los demás miembros de la organización, y al considerar además sus interacciones con las tecnologías también puede obtener pistas importantes relacionadas con cuestiones de HCI, como qué tan bien se adapta el sistema al usuario.



¿Qué métodos utilizar?

Los métodos discretos se consideran insuficientes para recopilar información cuando se utilizan por sí solos, por lo que deben utilizarse junto con uno o varios de los métodos interactivos descritos anteriormente. **A esto se le conoce como metodología mixta.**

Utilizar métodos interactivos y discretos para acercarse a la organización es una práctica inteligente mediante la cual podrá formarse un panorama más completo de los requerimientos humanos de información.