

¿Cómo hago una entrevista?

1. Identifique las posiciones extremas y las corrientes principales.
2. Identifique sus fuentes de información

¿Con quién se va a hablar?

Nombre

Fecha de nacimiento (edad):

Género

Grupo racial

Posición social

Rol en la familia

Ocupación

Investigue dinámicas sociales para no ser irrespetuoso o incomodar a las personas. Por ejemplo, su entrevistado es practicante de la religión x, eso implica que cumple con algunas restricciones de vestuario o alimenticias.

3. Identifique la información que debe recolectar

Defina cuáles preguntas va a hacer.

Buenas prácticas para construir preguntas:

Las preguntas abiertas son útiles para evitar sesgar al entrevistado, las preguntas cerradas son útiles para aclarar temas y redireccionar la entrevista.

Preguntas abiertas:

¿En qué trabaja usted?

¿Qué hace los fines de semana?

¿Qué hace usted en vacaciones?

Cuando el entrevistado divaga o da más detalles de los que se necesitan entonces se puede hacer una pregunta cerrada de la que usted ya conoce la respuesta, por ejemplo, ¿Usted hace esto todas las mañanas cuando llega a la oficina? el entrevistado dirá que “sí” y hace una pausa natural que le dará espacio para hacer una nueva pregunta. Tenga preparadas preguntas cerradas como:

¿Te gusta tu trabajo?

¿Usarías esta característica?

¿Piensas que la frustración se presenta en trabajadores con experiencia y no en novatos?

Sesgar significa dirigir las respuestas hacia lo que usted cree, evítelo, ¿Te parece entretenido jugar? es diferente a preguntar ¿Qué opina de los juegos de video? ¿Cuáles juegos de video conoce? ¿Juega algún juego al menos una vez a la semana?

No exagere las indicaciones de estar prestando atención, para conseguir que su entrevistado hable más puede ser más efectivo preguntar ¿Puede darme más detalle acerca de esto?

4. Buenas prácticas para una entrevista

- a. Máximo tres personas con un entrevistado y cada uno con un rol específico, por ejemplo: entrevistador, fotógrafo, documentador (toma nota)
- b. Empiece con preguntas abiertas sobre la vida de la persona, valores, hábitos luego pase a las preguntas relacionadas con su proyecto.
- c. Asegúrese de escribir literal lo que las personas dijeron y no su interpretación de lo que piensa que las personas dijeron.
- d. Lo que las personas dicen es solo una fuente de datos, observe el lenguaje corporal y el contexto. **PIDA AUTORIZACION**, para tomar fotos y/o videos, así luego podrá analizar la situación.

5. Parezca interesado

Recostarse hacia atrás en la silla quiere decir que usted no está interesado/involucrado. Cruzar los brazos significa que no está receptivo.

Pequeños movimientos constantes y repetitivos con las manos o los pies quiere decir que está aburrido.

Prestarle atención a su lenguaje corporal no debe ser el foco de su atención, lo importante es que no se pierda la información de la entrevista, pero, si usted tiende a recostarse, cruzarse de brazos o hacer mini-movimientos algo de entrenamiento y práctica antes de hacer entrevistas será conveniente.

Tabla comparativa de métodos de investigación.

Métodos de investigación	Es bueno para esto	No es bueno para esto
Métricas cuantitativas de tareas detalladas	Definir detalles del diseño, por ejemplo, ¿qué tan grande debe ser una zona en ciertas circunstancias?	Entender lo que se debe diseñar y cuál es su comportamiento
Encuestas	Entender las variables demográficas del mercado	Entender lo que se debe diseñar y cuál es su comportamiento
Grupos focales	Recolección rápida de opiniones sobre la viabilidad de una idea de producto. Reacciones a estéticas.	Entender el comportamiento de las personas y las diferencias entre las personas.
Pruebas de usabilidad	Demostrar que un problema existe	Entender lo que se debe diseñar y cuál es su comportamiento
Entrevistas individuales	Entender cómo piensan las personas	Minimizar errores de autoreporte obteniendo detalles del comportamiento
Observación directa	Comprender cómo se comportan las personas en el contexto que usan un producto	Interpretar el comportamiento y entender cómo piensan las personas.
Entrevistas más observación	Comprender como se comportan las personas en el contexto que usan un producto y entender porque se comportan de esa manera.	Entender las variables demográficas del mercado.