

EDUCACIÓN PARA EL TRABAJO

GRADO : Quinto de secundaria
SECCION : A, B y C
DOCENTE : Julia Chire Bernedo
FECHA : 12/05/2020

PROPOSITO: IDENTIFICANDO LA TÉCNICA DE LA OBSERVACION Y LA ENTREVISTA.

SESION N° 06: TECNICAS PARA MI EMPRENDIMIENTO: EL ANALISIS DE PRODUCTOS Y OBJETOS – LA ENTREVISTA.

LA TÉCNICA DE OBSERVACIÓN

La técnica de observación, es una técnica de investigación que consiste en **observar** personas, fenómenos, hechos, casos, objetos, acciones, situaciones, etc., con el fin de **obtener determinada información** necesaria para una investigación.

Podemos utilizar esta técnica de manera natural, por ejemplo, al observar conductas tal y como suceden en su medio natural, o en base a un plan estructurado, por ejemplo, al crear situaciones en donde podamos observar el comportamiento de los participantes.



Veamos a continuación 4 ejemplos de cómo aplicar la técnica de observación:

- 1. Si nuestro objetivo es hallar una idea u oportunidad de negocio,** podríamos necesitar información sobre las necesidades insatisfechas de los consumidores, los productos más solicitados, los negocios más rentables, los nuevos gustos, las nuevas modas, etc.
En este caso, usar la técnica de observación podría consistir en acudir a los mercados o zonas comerciales y observar cuáles son los productos o servicios más demandados, cuáles son los productos solicitados, pero que no son encontrados, observar los productos que podrían ser reemplazados por otros que podrían tener una mejor acogida, etc.
Si nuestro objetivo es analizar nuestro público objetivo, podríamos necesitar información sobre sus gustos, preferencias, deseos, comportamientos, hábitos, etc.
- 4. Si nuestro objetivo es analizar la competencia,** podríamos necesitar información sobre sus productos, procesos, personal, estrategias, etc.
En este caso, utilizar esta técnica podría consistir en visitar sus locales y observar sus procesos, el desempeño de su personal, las reacciones de sus clientes, etc. O podríamos visitar los mercados o zonas comerciales en donde se comercialicen sus productos y observar sus productos (modelos, marcas), sus precios (precios, descuentos), sus estrategias de distribución (mercados, puntos de ventas), sus estrategias de promoción (medios publicitarios, mensajes publicitarios, lemas), etc. O también, podríamos optar por adquirir alguno de sus productos para así poder analizarlos mejor.
Si nuestro objetivo es evaluar la factibilidad de rentar un nuevo local para nuestro negocio, podríamos necesitar información sobre el tráfico de consumidores, la accesibilidad del local, la visibilidad del local, etc.
En este caso, utilizar esta técnica podría consistir en pasearse por la zona del posible local, observar el tráfico de consumidores por la zona durante todo el día, la existencia de locales de la competencia y la afluencia de público que tienen, el ambiente de los alrededores, etc.

Las **ventajas** de usar la técnica de observación es que nos permite obtener información precisa que de otro modo no podríamos obtener, por ejemplo, información sobre comportamientos espontáneos que suceden solo en la vida cotidiana y en sus medios naturales, o información que las personas no podrían o no quisieran brindarnos por diversos motivos. Asimismo, otra de las ventajas es que es una técnica de bajo costo y fácil de aplicar.

Sin embargo, entre las **desventajas** de utilizar esta técnica están el hecho de no poder determinar emociones, actitudes o motivaciones que llevan a un consumidor a realizar un acto. Por lo que siempre es recomendable utilizarla junto con otras técnicas de investigación.

ELEMENTOS

Se identifican cinco elementos en la técnica de observación.



Sujeto u observador: investigador que lleva a cabo la observación.

Objeto de observación: lo hechos sobre los cuales se recabarán los datos.

Circunstancias de observación: condiciones que rodean al hecho a observar.

Medios de observación: sentidos e instrumentos desarrollados para la observación.

Cuerpo de conocimientos: conjunto de saberes estructurados que permite que se añadan a él los resultados obtenidos de la observación.

CARACTERÍSTICAS

1. observar el tráfico de consumidores por la zona durante todo el día, la existencia de locales perspectiva teleológica
2. **Ilustrada:** cualquier observación, para ser tal, se encuentra inmersa en un cuerpo de conocimientos que le permite ser tal, sólo se observa desde una perspectiva teórica.
3. **Selectiva:** se debe discriminar, en cada paso, aquello que nos interesa conocer y separarlo del cúmulo de sensaciones que nos rodea.
4. **Interpretativa:** ya que tratamos de describir y de explicar aquello que estamos observando.

INSTRUMENTOS

El diario (relato escrito cotidianamente de los hechos o experiencias vividas).

El cuaderno de notas (para anotar sobre terreno todas las informaciones, datos, fuentes de información, expresiones, opiniones, etc. que son de interés para el investigador).

Los cuadros de trabajo (se presentan los datos en forma de cuadros, planillas, gráficos).



Los mapas (ubicación geográfica del área a investigar, con datos acerca de sus límites, situación topográfica, extensión, clima, etc.; en una comunidad pequeña se puede señalar las principales instituciones, vías de comunicación, etc.).

¡Bien, ahora vamos a practicar la observación!

Ahora te convertirás en un experto aplicando esta técnica, te invito a escoger cualquier objeto que hay en tu casa, puede ser una taza, lapicero o lo que se te ocurra, de preferencia que sea **algo pequeño**.



Con el objeto elegido analizaremos a través de una serie de preguntas. Son 7 preguntas

1. **¿Qué forma tiene?** En este caso mi lapicero será cuadrado, rectangular o cilíndrico. Efectivamente mi lapicero es cilíndrico. A este análisis de la forma se llama: **análisis morfológico.**



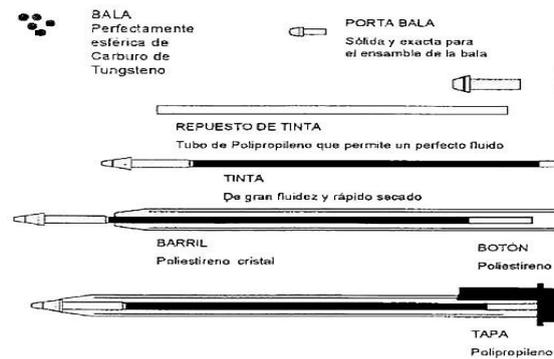
2. **¿Qué estructura tiene?** Esta pregunta se refiere a partes del objeto y cómo se relacionan entre sí. En el caso de mi lapicero, analizo si tiene una tapa que protege la punta del lapicero o si tiene un recipiente cilíndrico donde está la tinta o si tiene el estuche cilíndrico donde se encuentra el recipiente. A este análisis se denomina: **análisis estructural.**

3. **¿Para qué sirve? ¿Cuál es su función?** Bueno mi objeto, el lapicero, sirve para escribir, este análisis se llama: **análisis funcional.**
 4. **¿Cómo funciona?** Para que funcione mi lapicero tengo que sacar o retirar la tapa, dirigir la punta sobre un papel y escribir, la punta del lapicero tiene una esferita que al escribir rueda distribuyendo la tinta sobre el papel. A este análisis se le llama: **análisis de funcionamiento.**



Ahora es tu turno, escribe y responde: **¿Cómo funciona tu objeto?**

5. **¿Cómo se fabrica?** En el caso de mi lapicero los fabricantes elaboran la tinta de tal manera que esta no se chorree y que además se seque rápido después de escribir, llenan la tinta en los recipientes cilíndricos delgados, la punta del lapicero generalmente la compran a otras fábricas especializadas en metales, lo ponen en un estuche con la marca y listo. A este análisis se le llama: **análisis tecnológico.**



6. **¿Cuál es el precio del objeto?** ¿cuánto pague por mi lapicero? ¿cuántos valen otros lapiceros? Bueno el mío vale 1 sol, pero hay de otros precios también como el de tinta líquida que cuesta 5 soles, también hay más baratos por supuesto. Este análisis se llama: **análisis de precio.**

Ahora, escribe y responde: **¿Cuál es el precio de tu objeto?**

7. **¿Cuál es el impacto ambiental?** En el caso de mi lapicero, este no es de plástico, por lo tanto, tiene un impacto favorable al cuidado del ambiente, ya que no generará residuos no reutilizables. Este análisis se llama: **análisis de impacto.**

Entonces, escribe y responde: **¿Cuál es el impacto ambiental de mi objeto?**



LA TÉCNICA DE LA ENTREVISTA

La entrevista constituye un instrumento de **comunicación** y una técnica de **investigación** fundamental en las ciencias humanas. Se emplea en la investigación social (recopilación de datos) y en tareas profesionales con diversos fines: información (periodismo), ayuda social (asistencia social), asesoramiento psicológico (psicología), asesoramiento educativo, vocacional y personal (orientación), psicoterapia (psiquiatría), selección profesional y académica de postulantes (evaluación de candidatos), etc. Es el proceso de relación que se da en el encuentro de dos personas, **entrevistador** y **entrevistado**. Su finalidad puede ser investigativa, terapéutica, de asesoramiento educativo, preventivo, de desarrollo vocacional, de crecimiento personal, informativa o, también evaluativa.



PRINCIPIOS BÁSICOS DE TODA ENTREVISTA

1. **Tener un propósito.** Puede surgir según la naturaleza de la entrevista.
2. **Establecer confianza.** La comunicación positiva y establecer el dialogo del entrevistador con el **entrevistado**. Generar una atmósfera de confianza.
3. **Respetar a la persona.** Las personas difieren unas de otras, así que tratemos de comprender las demás **opiniones**.
4. **Respetar la confidencialidad.** Garantizar al entrevistado que la información será de confidencialidad y no llegará a manos de terceros.

CONDUCCIÓN A LA ENTREVISTA

Inicio: Comenzar con una charla improvisada para hacer amena la situación. Terminada esta parte generamos una atmosfera de confianza

Desarrollo: Ser amable y prestar atención. Tener una postura correcta, así como también los gestos. Esta actitud implica comprender al sujeto y aceptar su persona.

Cómo preguntar: Las preguntas se pueden formular ya sea estructuradas o no. Redactar las preguntas de forma comprensible.

Cómo registrar las respuestas: Anotar directamente el desarrollo de la entrevista para recoger con fidelidad y veracidad la información obtenida.

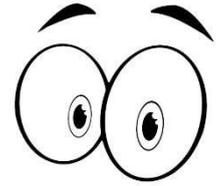
CIERRE DE LA ENTREVISTA: Debe concluirse con una recapitulación y con cordialidad hacia el entrevistado. La relación no debe terminarse hasta haber logrado metas propuestas y haber llegado a un acuerdo y compromiso de los planes a seguir.

¡Bien, ahora vamos a practicar la entrevista!



Al realizar la entrevista, tu objetivo será **entender**: entender los pensamientos, emociones y motivaciones de la persona para determinar cómo innovar para ella o él, comprendiendo las decisiones que toma y su comportamiento, así podrás identificar sus necesidades y diseñar productos u objetos para satisfacerlas.

Si en la técnica de la **observación** que estudiamos había que echar mucho **ojo**, ahora en la **entrevista** hay que echar **mucha oreja y también mucho ojo** para identificar las emociones de las personas a entrevistar, *por ejemplo*, si en determinados momentos se **siente alegre o se siente triste**.



Muchas veces lo que no se dice y se expresa con el cuerpo, dice más que las palabras.

ALGUNOS CONSEJOS PARA LA ENTREVISTA:

1. **Escuchar más que hablar:** El 80% del tiempo escucha y solo habla el 20%, así por ejemplo en media hora de una entrevista hablaras solo 6 minutos y 24 minutos deberás escuchar.



2. **Por qué, por qué y por qué:** lo que quieres es conocer profundamente motivaciones o emociones, por ello tu pregunta constante debe ser: **¿Por qué?**

3. **Observa el lenguaje corporal:** fijate por ejemplo en los gestos de alegría o tristeza, en el movimiento de las manos o de los pies, mediante ellos podrás darte cuenta de que le gusta lo que le incomoda a tu entrevistado o entrevistada.



4. **No sugieras respuestas:** no digas cosas como: sí, claro lo que dices está bien, pero además debes consumir... **NO**, límitate a escuchar y si intervienes que sea tal vez para pedir alguna aclaración.



5. **No hagas preguntas que te respondan con un sí o un no:** por ejemplo, si preguntas: **¿te gustan los lápices?**, te contestarán solo con un sí o un no, la idea es plantear preguntas que permitan respuestas medianamente extensas.



6. **Graba las entrevistas:** no confíes demasiado en tu memoria, siempre te olvidarás detalles por eso es bueno grabar.

ACTIVIDADES:

1. REALIZA UNA OBSERVACION DE UN OBJETO HACIENDO USO DE LAS 7 PREGUNTAS.
2. REALIZA UNA ENTREVISTA A ALGUN FAMILIAR DEL MOTIVO QUE TU DESEES .