

Entrevistas



Las entrevistas son una herramienta para empatizar con los usuarios, es una de las mejores técnicas para recopilar información a través del diálogo directo. Al entrar y comprender pensamientos, sentimientos y motivaciones de otra persona, se puede entender sus rasgos de comportamiento y podemos identificar sus necesidades. Esto ayuda a innovar y crear productos o servicios para esa persona (Lokkasa, 2018).

Dichas entrevistas buscan conectar, relacionar y empatizar. Revelar percepciones personales y sensaciones que el diseñador sólo puede ser consciente de, interactuando con el usuario potencial (Lokkasa, 2018).

Las entrevistas alimentan de información válida a las herramientas consideradas en la etapa de "Definir" del design thinking. Así mismo, es una herramienta muy válida a implementarla en etapas finales de Validación o Testeo, pues permite levantar con el usuario si la solución planteada y prototipada realmente soluciona una necesidad o no.

Objetivos:

Esta herramienta busca:

- Permitir a los usuarios hablar de lo que es importante para ellos.
- Permitir a los entrevistadores obtener ideas sobre cómo los usuarios se comportan en ambientes y situaciones.
- Revelar soluciones o las necesidades y desafíos del usuario.
- Ofrecer una oportunidad de observar el lenguaje corporal y las reacciones de los objetivos. Esto permite preguntas espontáneas basadas en observaciones.

Es de suma importancia que el entrevistador aplique técnicas de escucha activa y que evite en todo momento sesgar las respuestas a conveniencia.

Requerimientos:

Espacio: lugar cómodo en donde preferiblemente no hay interrupciones o bulla externa, donde se pueda colocar una cámara o grabadora con previa autorización.

Personas: una persona que entreviste y una persona que pueda recolectar la información del entrevistado, cliente o usuario objetivo, expertos en la temática, autoridades o personas relacionadas al problema.

Materiales: grabadora de voz (opcional), cámara, cuaderno de apuntes, lápiz o esfero, guía de preguntas.

Duración: 1 hora aproximadamente por entrevista, el total de la duración de este proceso dependerá del número total de entrevistas. Mientras más entrevistas mejor.

Extras: Hoja con formato para firma de consentimiento de la persona entrevistada, reunión previamente agendada.

Diagrama de acción

- **Paso 1:** Preparación Previa.- Tener listo el tema de investigación para su preparación. Preparar preguntas y una guía. Tener listo equipo de grabación y probarlo previamente. Revisar opciones de lugar y hora para reunirse con las personas a entrevistar, pueden también ser entrevistas espontáneas en el lugar que el cliente frecuenta, por ejemplo un supermercado.
- **Paso 2:** Selección.- Enlistar en una hoja los criterios de selección para los entrevistados e identificarlos. Se debe elegir personas que se encuentren en extremos del listado, por ejemplo que estén muy afectados por el problema y quienes no estén en lo absoluto afectados por el problema. Los productos o servicios no están diseñados para una sola persona, cuando se realizan las entrevistas se necesita balance al ser un tema complejo y a menudo las respuestas son contradictorias. Se necesita lanzar una amplia red al seleccionar a personas para entrevistas, los usuarios promedio son más predecibles en sus opciones y gustos pero los extremos caen fuera de lo normal.
 1. Las siguientes son preguntas guía para definir los targets:
 - ¿Cuántas Personas Necesito Entrevistar?
 - ¿Qué información busco?
 - ¿Quién es el cliente objetivo?
 - ¿Cómo reclutar a las personas a entrevistar y donde las encuentro?
 2. El siguiente paso obtener citas o ir a lugares donde puedas encontrar los perfiles a entrevistar.
- **Paso 3:** Diseño del cuestionario.- Se debe previamente a la entrevista plantear una serie de preguntas, las cuales te permitan obtener la mayor cantidad de información del entrevistado, para esto debes definir lo siguiente:
 1. ¿Cuál es el objetivo de la entrevista?
 2. ¿Cuál es el resultado esperado de la entrevista?
 3. La estructura de tu cuestionario debe ser la siguiente:
 - Preguntas de perfil y etnográficas: nombre, edad, preferencias
 - Preguntas de validación de la problemática: identificar si realmente tienen un problema y cuán impactante es para ellos.
 - Preguntas de validación de la solución actual: aquí es donde solicitarías que te cuenten (mucho mejor si te relatan una historia) cómo están actualmente solucionando o afrontando la

problemática en estudio. Y si estarían dispuestos a cambiar o contar con una forma diferente de solucionar su problema

- Preguntas de validación de nueva solución: estas preguntas aplican cuando tienes alguna idea prediseñada de cuál podría ser la solución, o en etapas más avanzadas como la de Testeo o Validación. Aquí es importante tener en cuenta, que no es un espacio para vender la idea o propuesta, sino de entender cuál sería la reacción del usuario.

- **Paso 4:** Introducción.- El momento de realizar la entrevista, hacer una pequeña introducción sobre quién, qué y por qué de la entrevista. Obtener consentimiento (si es necesario firmado) para comenzar a realizar la entrevista.
- **Paso 5:** Preguntas.- comenzar con preguntas fáciles, luego específicas. Escuchar es lo más importante. No hacer preguntas que contienen una respuesta en ellas, ejemplo: ¿Te gusta ir de vacaciones porque te hace sentir relajado? Con este tipo de preguntas no permitimos que la persona sea quien nos describa cómo se siente y estamos afirmando que le gusta lo que proponemos. Algunas de las preguntas sólo pueden ganar una sola respuesta como si o no. Pero hay preguntas que una respuesta llena de información útil, por ejemplo: Háblame más de esos momentos que experimentaste cuando fue a manejar bicicleta? Cómo te sentiste?.
 1. Preguntas que puedes obtener una respuesta útil y reflexiva es una habilidad que se aprende mediante la práctica constante (Lokkasa, 2018). Es de suma importancia observar a los usuarios y sus comportamientos mientras se realiza la entrevista.
- **Paso 6:** Análisis: Una vez finalizadas todas las entrevistas, llega el momento de entender la información recopilada. Para lo cual se deben realizar las siguientes acciones:
 1. En el grupo de trabajo, cada entrevistador leerá o contará en voz alta para el resto cuáles fueron los hallazgos de las entrevistas, a quienes entrevistó y qué características tienen sus entrevistados.
 2. Paralelamente, los que están escuchando deberán anotar en post-its los hechos más relevantes (una por post-it) y colocarlos en una pared vacía y grande.
 3. Una vez que todos los entrevistadores hayan terminado de descargar todas las ideas y de ponerlos en la pared, tocará un proceso de definición, el cual consiste en:
 - Agrupar las ideas o conceptos similares por afinidad o similitud
 - Identificar cuál es el mensaje principal de todos esos hallazgos, que describa de forma integral al mismo. (Si no logras condensarlo, es porque quizás tengas varios temas incluidos y debes separarlos)
 - Ponerle un título resumido a cada grupo de hallazgos que sea lo suficientemente claro para que cualquiera que lo lea entienda de qué se trata.
 4. Deberás en conjunto con el equipo, a modo votación, quedarte con las 4 o 5 categorías de hallazgos más importantes y representativos.

A tener en cuenta:

- Esta herramienta te permite conectar directamente con los usuarios y beneficiarios, dándote información de primera mano que podrá validar las hipótesis que tengas en tu proyecto.
- Aprovecha para conectar con el entrevistado y pedirle que te permita volverle a contactar si es que tienes más consultas, de esta forma podrías incluso hasta invitarlo a diferentes sesiones del taller de diseño.
- Las categorías de los hallazgos alimentarán a otros procesos del design thinking, por lo que es importante que los mismos puedan estar al alcance del equipo en todo momento, para que puedan acceder a los mismos para reflexión e inspiración.

Bibliografía:

Lokkasa, Lorca. "Técnicas Para Entrevistas De Empatía En Pensamiento De Diseño." *Web Design Envato*, Envato Ptd Ltd, 26 June 2018, webdesign.tutsplus.com/es/articles/techniques-of-empathy-interviews-in-design-thinking--cms-31219.

Elaborado por

