

Página Web: www.investigacionmetodologicacardenas.net	E-mail: tallermetodologicocardenas@gmail.com
TALLER DE INVESTIGACIÓN METODOLÓGICA EN CIENCIAS SOCIALES	
Conductor: MSc. Faustino V. Cárdenas P.	Preguntas examen tallerDOS: 702-5

TallerDOS: 26-10-15 a 6-12-15

Nombre del participante principal:

Si hubiera, otros nombres (máximo, cuatro adicionales):

Fecha de envío, a la sede de los Talleres:

Correo electrónico:

TallerDOS

Preguntas para el examen de conocimientos

Conteste de manera breve a todas las preguntas. Si no puede responderlas rápidamente, entonces debe leer de nuevo las lecturas, ejercicios y exámenes anteriores, esto último debido a que estas preguntas acumulan también lo desarrollado en anteriores talleres.

1. Las investigaciones científicas en las ciencias “duras, o exactas”, llamadas así debido a que buscan y tienen un único resultado, porque ponen a prueba diversas hipótesis, leyes o teorías con el fin de que sean “generales o universales” en el cumplimiento de lo que afirman, tal como sucede en las investigaciones químicas, físicas, biológicas, etc.; en tanto que las investigaciones en las ciencias “blandas”, sociales o humanas, llamadas así porque pueden tener muchos resultados aceptables, conceden importancia a las investigaciones “particulares o locales” que son aplicadas a uno o más individuos, entidades, empresas, ciudades, regiones, etc.
 - 1.1 Proporcione nombres de tres ciencias duras o exactas.
 - 1.2 Proporcione nombres de tres ciencias blandas.
2. En ese contexto, el énfasis que se hace en estos Talleres de Investigación Metodológica de tipo social recae prioritariamente en la resolución de problemas y/o en el logro de metas, ya sea para el uso y beneficio de un individuo, entidad pública, empresa, ciudad, o para colectivos de ellos. Esto debido a que el saber identificar de una manera rápida y objetiva el problema concreto que aflige, encontrar su causa, para después resolverlo, es una habilidad de nivel superior (por los razonamientos y métodos involucrados) con la que quisiera contar cualquier estudiante, profesional o investigador.
 - 2.1 Proporcione dos ejemplos específicos que se refieran a la resolución de problemas. (Ejemplos de problemas)
 - 2.2 Proporcione dos ejemplos específicos que se refieran al logro de metas u objetivos. (Ejemplos de metas u objetivos)

Página Web: www.investigacionmetodologicacardenas.net	E-mail: tallermetodologicocardenas@gmail.com
TALLER DE INVESTIGACIÓN METODOLÓGICA EN CIENCIAS SOCIALES	
Conductor: MSc. Faustino V. Cárdenas P.	Preguntas examen tallerDOS: 702-5

3. En las ciencias sociales, **¿qué es un problema?** Es la diferencia que aflige a alguien y que surgió entre lo que ocurre (M) con un cierto hecho y lo que se deseaba que ocurra (N) con ese mismo hecho. Por tanto, el problema (C) representa la desviación o brecha observada de M respecto de N. Pregunta:
 - 3.1 ¿Qué es M? Proporcione una noción y proponga dos ejemplos.
 - 3.2 ¿Qué es N? Idem. Relacionándolo con los M anteriores.
 - 3.3 ¿Qué es C? Idem.
4. **¿Cuándo surge el problema C?** El problema aparece como consecuencia de la variación previa de una posible causa A, que ocasionó en el acontecimiento de un cierto hecho la desviación de M respecto de N. Pregunta:
 - 4.1 ¿Qué se quiere decir con variación previa en A? ¿Puede también ser simultánea a C? Proporcione una idea y proponga dos ejemplos.
 - 4.2 ¿Cómo debe entenderse la variación en A? ¿Podría ser: a) un movimiento pequeño en el valor o cantidad de algo, b) la aparición gradual o repentina de un objeto, servicio, o proceso nuevo, c) la desaparición o sustitución de algo existente, d) el surgimiento de un defecto o mal funcionamiento en algo? Proponga un ejemplo para cada una de las anteriores perspectivas.
5. **¿Por qué surge un problema C?** Entre los motivos para que surja un problema, pueden estar:
 - 5.1 Que M se aleje/desvíe de N. Esto, como efecto o consecuencia:
 - 5.1.1 Del cambio reciente o del alcance mayor de ciertas políticas nacionales, regionales, municipales, etc.
 - 5.1.2 De que no se tenga capacidad interna (recursos, personal, tiempo, debida capacitación, etc.) para alcanzar N.
 - 5.1.3 De que no se entendió correctamente la especificación técnica N o la norma reglamentaria N.
 - 5.1.4 Por desidia de la gente, por errores o sabotajes para que ocurra M.
 - 5.1.5 Por factores externos que afectan a M, en la empresa, entidad, ciudad, región, etc.

Para cada uno de esos aspectos, proporcione un ejemplo.

- 5.2 Debido a que N fue cambiada expresamente. (Por un autoridad reconocida, por el acuerdo objetivo y expreso de varias personas, con el consenso intersubjetivo de grupos sociales). También N puede cambiar de acuerdo con lo que piensa la sociedad que debiera ser un hecho o un asunto que le

Página Web: www.investigacionmetodologicacardenas.net	E-mail: tallermetodologicocardenas@gmail.com
TALLER DE INVESTIGACIÓN METODOLÓGICA EN CIENCIAS SOCIALES	
Conductor: MSc. Faustino V. Cárdenas P.	Preguntas examen tallerDOS: 702-5

interesa, por ejemplo, la libertad en todos los ámbitos, la democracia participativa, la igualdad en los ingresos, etc.

Entonces C surge como resultado del cambio deliberado de lo que debe ser, o debería ser, o lo que nos gustaría que sea; es decir, con el fin de mejorar algo, ahorrar recursos, acortar tiempos, llegar a más gente, etc.

Para cada uno de esos fines, proporcione un ejemplo.

6. ¿Dónde surge el problema C? El problema puede aparecer:

- 6.1 En una empresa. En el área de producción, comercialización, finanzas, personal, etc.
- 6.2 En una entidad pública. En la fijación de los objetivos anuales, en el seguimiento trimestral de los proyectos, en la ejecución presupuestaria, en la cadena burocrática, etc.
- 6.3 En un club de madres. En su financiamiento anual, en la aplicación de los recursos en diversos proyectos sociales, en la capacitación adecuada, etc.
- 6.4 En una ciudad. En la educación y salubridad disponibles, en la inseguridad ciudadana, en la construcción de parques y calles, etc.
- 6.5 En una región. En la producción de bienes y servicios, en la provisión de energía eléctrica, en las comunicaciones terrestres, telefónicas, internet, etc.
- 6.6 En un país. En la provisión de bienes y servicios nacionales e importados, en las exportaciones de bienes y de servicios, en la inflación de precios, en el grado de desempleo urbano, en la vigilancia del medio ambiente, etc.

Para cada una de esas áreas, proporcione un ejemplo concreto.

7. ¿A quién o quiénes afecta el problema C?

- 7.1 A un individuo, empresa, entidad pública, ONG, o a un grupo de ellos.
- 7.2 A una ciudad, región, país, continente, etc.
- 7.3 A un aspecto del campo social, político, económico, administrativo, etc.
- 7.4 A un aspecto cultural, ideológico, patriótico, etc.

Para cada aspecto que toca el problema que proponga, indique quién está afectado.

Página Web: www.investigacionmetodologicacardenas.net	E-mail: tallermetodologicocardenas@gmail.com
TALLER DE INVESTIGACIÓN METODOLÓGICA EN CIENCIAS SOCIALES	
Conductor: MSc. Faustino V. Cárdenas P.	Preguntas examen tallerDOS: 702-5

8. **¿Cuál es o cómo es el impacto del problema C?** El impacto es el efecto importante o la amplitud con que recae sobre el ente afectado y a su entorno.

8.1 En la empresa. En su producción, en sus finanzas, en la comportamiento de su personal, etc. En el corto, mediano o largo plazo.

8.2 En el aspecto monetario. En el alza de los precios ofertados, en las tasas de interés bancarias.

8.3 En el aspecto social. En el grado de convivencia al interior de la empresa, en el servicio de salud.

Para cada aspecto que toca el problema que proponga, indique cuál podría ser el impacto.

9. **¿Cuál es el objetivo al resolver un problema?** En otras palabras, ¿para qué se investiga un problema? Se estudia un problema (que puede representar una situación o un hecho que aflige mucho, que obstaculiza la consecución de algo, que es extraño y negativo, etc.) para resolverlo, es decir para que este problema desaparezca o disminuya en su efecto negativo, de manera que se vuelva a la situación normal que existía antes de que surja ese problema.

Dependiendo del área en donde ocurrió el problema, su resolución implicaría.

9.1 En el campo de las finanzas. Si el problema consiste en la aparición de un déficit financiero en la empresa, entonces averiguando su causa, se puede eliminar el problema aumentando los ingresos, o disminuyendo los gastos, o actuando simultáneamente en ambos lados, etc.

9.2 En el campo de la educación. Si el problema consiste en el bajo rendimiento de los estudiantes de secundaria del colegio S, entonces averiguando su causa, se puede eliminar el problema mejorando los aspectos pedagógicos de las materias cursadas, el mejoramiento de la infraestructura de los establecimientos, etc.

9.3 En el campo del Derecho. Si consiste en un vacío jurídico, el incumplimiento de una norma, o en una contradicción normativa, entonces la resolución consiste en corregir el vacío, exigir el cumplimiento de la norma, o eliminar la contradicción normativa, etc.

Para cada aspecto que toca el problema que proponga, indique el objetivo y además indique una manera aproximada de resolverlo.

10. Si es cierto, como dicen muchos entendidos, que donde sea y cuando sea hay problemas, tanto a nivel individual, familiar, educacional, empresarial, estatal,

Página Web: www.investigacionmetodologicacardenas.net	E-mail: tallermetodologicocardenas@gmail.com
TALLER DE INVESTIGACIÓN METODOLÓGICA EN CIENCIAS SOCIALES	
Conductor: MSc. Faustino V. Cárdenas P.	Preguntas examen tallerDOS: 702-5

regional, etc.; proporcione el ejemplo de un problema en cada uno de los siguientes ámbitos.

- 10.1 Individual.
-
- 10.2 Familiar.
-
- 10.3 Educacional.
-
- 10.4 Empresarial
-
- 10.5 Entidad pública.
-
- 10.6 Ciudad.
-
- 10.7 Región.
-

11. En las ciencias sociales, **¿qué es una meta?** Es una necesidad social que se quiere satisfacer, o una aspiración (sueño, visión, etc.) que se quiere lograr, ya sea a nivel individual o colectivo. La fijación de la meta comienza tomando nota de la situación actual (P) (punto de partida) para con esa referencia pensar en la situación deseada (M) (meta), y luego en esa base pensar en los factores (F) o medios/recursos para el logro de M.

- 11.1 Escogiendo un producto o servicio, fije una meta a lograr con el siguiente proceso:

- Situación actual.
- Situación deseada.
- Factores o recursos a utilizar.

- 11.2 La meta a lograr puede ser: a) un resultado sobresaliente que desafía la capacidad/creatividad de uno, b) el cambio gradual en algo, c) la modificación importante de un producto o proceso, d) la concepción y concretización de algo completamente nuevo, etc.

Dependiendo de cada una de las metas que quiera alcanzar, proponga un ejemplo para todas ellas.

12. **¿Cuándo surge una meta?** A veces cuando las aguas están tranquilas y los días pasan monótonamente, da la impresión de que nada cambia. Pero, como bien se sabe, la sociedad, la competencia de uno, o las entidades parecidas a uno, están cambiando y mejorando continuamente. Por tanto, una meta surge, por ejemplo en una empresa, porque ahí siempre se debe estar pensando en lo siguiente: ¿Cuáles

Página Web: www.investigacionmetodologicacardenas.net	E-mail: tallermetodologicocardenas@gmail.com
TALLER DE INVESTIGACIÓN METODOLÓGICA EN CIENCIAS SOCIALES	
Conductor: MSc. Faustino V. Cárdenas P.	Preguntas examen tallerDOS: 702-5

son los productos o servicios estrella de la empresa? ¿En ellos, cuáles aspectos, componentes o materiales se podrían mejorar, modificar o sustituir?, de manera que se mantenga la actual competitividad o incluso se la mejore.

Escoja un producto o servicio, proponga para él un ejemplo de una meta a alcanzar.

13. **¿Por qué surge una meta?** Debido a que, en general, las personas no solamente se preocupan de lo que aconteció en el pasado y en la actualidad sino también por lo que vendrá en el futuro, donde igualmente quisieran esas personas influir en lo que puedan en su destino.

En razón a que P, por ejemplo, no está mostrando señales de mejorar, digamos en una empresa. Esto como efecto o consecuencia:

- 13.1 De un mercado muy competitivo.
- 13.2 La falta gradual de productos rentables en la empresa.
- 13.3 Elevado conformismo con lo actualmente logrado.
- 13.4 Por factores externos que estancan a la empresa, entidad, ciudad, región, etc.

Para cada uno de esos u otros aspectos, proporcione un ejemplo.

Cuando se observa que la propia M no existe en la empresa, considerando que otras empresas del ramo están logrando mejores rentabilidades, una mayor participación en el mercado, etc. Esto como efecto o consecuencia de observar que en la propia empresa:

- 13.1 Se cuenta con capacidad financiera excedentaria o técnicos experimentados, factores que no se está aprovechando adecuadamente.
- 13.2 Existe el riesgo cercano de ser barridos del mercado.
- 13.3 Por la aparición de factores externos que estancan a la empresa, entidad, ciudad, región, etc.

Para cada uno de esos u otros aspectos, proporcione un ejemplo.

14. **¿Dónde surge una meta?** La necesidad o la visión puede surgir en cualquier lugar y momento.

- 14.1 En una empresa. En el área de producción, comercialización, finanzas, personal, etc.
- 14.2 En una entidad pública. En la fijación de los objetivos anuales, en el seguimiento trimestral de su cumplimiento, en la ejecución presupuestaria, en la cadena burocrática, etc.

Página Web: www.investigacionmetodologicacardenas.net	E-mail: tallermetodologicocardenas@gmail.com
TALLER DE INVESTIGACIÓN METODOLÓGICA EN CIENCIAS SOCIALES	
Conductor: MSc. Faustino V. Cárdenas P.	Preguntas examen tallerDOS: 702-5

14.3 En una ciudad. En la educación y salubridad ciudadanas, en la inseguridad en las calles, en el cuidado de los parques y calles, etc.

15. **¿A quién o quiénes importa el logro de una meta?** El logro de una meta puede beneficiar al individuo que fija la meta, o a la sección empresarial, o a toda una comunidad de personas.

15.1 A un individuo, empresa, entidad pública, ONG, o a un grupo de ellos.

15.2 A una ciudad, región, país, continente, etc.

15.3 A un aspecto del campo social, político, económico, administrativo, etc.

15.4 A un aspecto cultural, ideológico, patriótico, etc.

Para cada aspecto que toca la meta, indique quién sale favorecido.

16. **¿Cuál es el objetivo del logro de una meta?** O también, ¿para qué se investiga una meta? Se estudia una meta para satisfacer con seguridad la necesidad o para alcanzar a cumplir plenamente la visión que se quiere. La idea es avanzar hacia situaciones mejores que las actuales.

Dependiendo del área en donde se fija la meta, su logro implicaría.

16.1 En el campo de la economía. La meta podría consistir, por ejemplo, en el aumento de los ingresos en un 15%, procurando diversificar y consolidar las fuentes de ingreso.

16.2 En el campo de la educación. La meta puede consistir en elevar el bajo rendimiento de los estudiantes de secundaria del colegio S, digamos en un 10% , para lo que se puede mejorar los procedimientos de contratación de los profesores, o aumentar la participación de los padres de familia en el estudio de los estudiantes, etc.

Para cada aspecto que toca la meta, indique de una manera aproximada los factores que coadyuvaran al logro de la meta.

17. **¿Cuál es el impacto de una meta?** Su logro puede hacer que el individuo o un grupo, empiece a tener confianza en su propia capacidad dados los recursos disponibles, como también a pensar en nuevas y mayores metas, etc.

17.1 Individual.

17.2 Familiar.

17.3 Educacional.

Página Web: www.investigacionmetodologicacardenas.net	E-mail: tallermetodologicocardenas@gmail.com
TALLER DE INVESTIGACIÓN METODOLÓGICA EN CIENCIAS SOCIALES	
Conductor: MSc. Faustino V. Cárdenas P.	Preguntas examen tallerDOS: 702-5

- 17.4 Empresarial
-
- 17.5 Entidad pública.
-
- 17.6 Ciudad.
-
- 17.7 Región.
-