



PODER A NUESTRO PUEBLO

**MODELO DE INVESTIGACIÓN
PARTICIPATIVA:
CREANDO
ENCUESTAS**

Arte: Rini Templeton www.riniart.org

Contenido

Actualizado el 5/21/2004

Introducción	3
Glosario	4
Encuestas para campañas de justicia social	6
Planificación de una encuesta	7
¿Deberíamos realizar una encuesta?.....	7
¿Tenemos el tiempo y los recursos humanos necesarios?.....	7
¿Encuesta por entrevista o encuesta autorrellenada?.....	9
¿Cómo obtenemos una muestra representativa?.....	10
¿Qué pasa si nuestra comunidad no habla inglés?.....	10
¿Qué hay de la seguridad?.....	10
¿Cómo localizar personas para la encuesta?.....	10
Creación y administración de la encuesta	11
Paso 1: Identificar la información que usted está buscando.....	11
Paso 2: Diseñar la encuesta.....	11
Paso 3: Poner a prueba la encuesta.....	14
Paso 4: Capacitación del entrevistador.....	14
Paso 5 : Analizar su información.....	16
Evaluación del proceso de la encuesta	18
Fuentes citadas	19
Recursos	19
Acercas de DataCenter	20

*“Nunca volverá a contarse una sola historia como si fuera la
única”*

- Emiliano Zapata

Cuando creamos la investigación de base comunitaria a través de encuestas, historias orales y otros proyectos nosotros confrontamos la creencia de que hay un solo lado de la historia. El crear encuestas puede ser una excelente herramienta para documentar lo que está sucediendo en nuestra comunidad, ayuda a entender mejor a nosotros mismos y permite a otros informarse de cómo nuestro pueblo la va pasando. Cuando documentamos nuestras experiencias **honramos nuestra realidad cotidiana como conocimiento**, mientras desarrollamos una herramienta poderosa y estratégica que nos acerque más a alcanzar nuestras metas de campaña y fortalecer el movimiento. Parte de la opresión es mantener la información y el conocimiento en manos del poderoso. Cuando reclamamos investigación, damos un paso más que nos acerca a lograr la liberación.

¿Qué es la investigación participativa?

Que la investigación sea participativa significa que no sólo está basada en experiencias de las personas afectadas por la opresión, sino que además **es la gente más afectada directamente la que está estrechamente involucrada en el proceso de investigación**. Las encuestas son sólo una forma de hacer investigación participativa. Las historias orales, la investigación de información de base para diseñar murales, incluso la investigación precisa sobre compañías pueden ser participativas cuando ustedes involucran a su comunidad en el proceso y trabajan colectivamente para crear un cambio. Un buen ejemplo de investigación participativa fue una encuesta creada por un grupo comunitario en la ciudad de Nueva York, cuya membresía, empleadas domésticas predominantemente inmigrantes, diseñó y administró una encuesta sobre condiciones de trabajo de las empleadas domésticas en la ciudad. Las preguntas de la encuesta estaban basadas en sus propias experiencias como empleadas domésticas y era parte de una campaña más grande dirigida por el grupo para presionar a favor de protecciones más fuertes en la legislación laboral para la empleada .

Agradecimientos

DataCenter tiene la fortuna de trabajar con organizaciones basadas en la comunidad que están comprometidas con el desarrollo de proyectos de investigaciones participativas como un componente de sus campañas de justicia social. Queremos agradecer a Ai-Jen Poo, Erlene Browne y a CAAAV: Organizing Asian Communities and Domestic Workers United en New York City por darnos la oportunidad de aprender de sus análisis fervientes, su práctica y su compromiso inquebrantable por la justicia.

También queremos agradecer a Annette Bernhardt, Senior Policy Analyst del Brennan Center en New York University; Richard Speigman, Research Program Director del Public Health Institute; y César López, Youth Organizer del Movement Achieving Youth Activism (MAYA) por tomarse el tiempo para revisar esta guía, retroalimentarla y dar sus sugerencias invaluable para hacerla más accesible y relevante para las necesidades de los grupos de la comunidad.

Glosario



Culturalmente competente (cultural competence)- es el conocimiento, entendimiento y destreza para trabajar eficazmente en situaciones de cruce de culturas. Ser culturalmente competente se pone en práctica bajo un entendimiento (de auto conocimiento) auto consciente y político de dinámicas de poder y opresión. *El término ser competente culturalmente (también competencia cultural) es usado y definido por una variedad de personas, desde grupos antirracistas hasta proveedores de servicio social del gobierno. Esta definición refleja elementos comunes de varias fuentes pero no es una definición concluyente.*

Encuesta por entrevista- así se define cuando alguien hace las preguntas de la encuesta a otra persona y anota sus respuestas.

Encuesta autorrellenada- se refiere a la encuesta escrita que las personas entrevistadas llenan por sí mismas.

Muestra- es el grupo de personas al que se le da la encuesta.

Población¹- es el grupo objetivo de personas para su encuesta. Si bien usted no podrá encuestar a toda la población bajo investigación, sí puede escoger una cierta cantidad de personas que será su "muestra", la cual representa a una "población" más grande.

Investigación participativa- (del Center for Participatory Research)²- reconoce que las personas más afectadas por un problema son las expertas. "La investigación participativa aprovecha este conocimiento al comprometer a miembros de la comunidad en el análisis colectivo de problemas sociales en un esfuerzo para comprenderlos y tratarlos."

Indagación- son técnicas de entrevista para profundizar una respuesta de alguien sin influenciarle su respuesta. Las técnicas de indagación incluyen hacer pausas o repetir lo que alguien ha respondido.

¹ Trochim, William M. "[Sampling Terminology](http://www.socialresearchmethods.net/kb/)," The Research Methods Knowledge Base (<http://www.socialresearchmethods.net/kb/>), versión actualizada 7 de junio de 2004.

² Center for Popular Education & Participatory Research, "What Is Participatory Research?" www.cpepr.info/ . Centro de Educación Popular e Investigación Participativa (CPEPR).

Encuestas para campañas de justicia social

En el ciclo de diseñar, organizar y evaluar una campaña hay varios tipos de métodos de investigación que usted probablemente usará, incluyendo la investigación en bibliotecas, historias orales y observación. Crear una encuesta es una forma excelente de reunir información como parte de una estrategia de campaña.

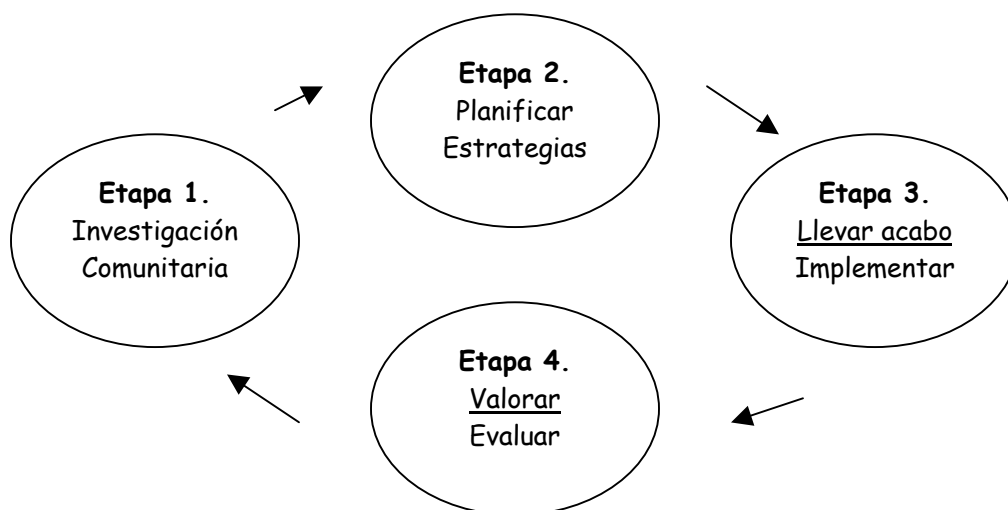
Las encuestas comunitarias pueden usarse en todas las etapas de una campaña de justicia social. Por ejemplo, cuando su grupo está en las primeras fases de una nueva campaña y usted está haciendo investigación comunitaria, **una encuesta es de mucha ayuda para averiguar qué problemas identifica la comunidad como importantes.**

Otras maneras de encuestar se han usado por grupos comunitarios, incluyen:

- identificar el problema para enfocar su trabajo
- reunir información sobre una parte específica del problema
- documentar condiciones de trabajo
- registrar los efectos de contaminantes en la comunidad
- evaluar cómo su campaña impactó a la comunidad

Cuando ustedes realizan una encuesta, pueden obtener una gran cantidad de información de un amplio rango de personas, así que **usen las respuestas para respaldar su campaña e involucren a su comunidad en el proceso de investigación ¡todo al mismo tiempo!**

Cuatro etapas para diseñar una campaña³



³ Tomado y modificado de "Four Stages of Building A Campaign" in *Community Organizing 101: Training Guide*, Asians & Pacific Islanders for Community Empowerment (API Force), www.apiforce.org

Planificación de una encuesta

¿Deberíamos realizar una encuesta?

Las encuestas son sólo una herramienta para recabar la información que ustedes necesitan. Antes de que decidan realizar una encuesta ustedes querrán hacerse las siguientes preguntas:

¿Quién es la audiencia de los resultados de la encuesta?

¿Se usarán los resultados para convencer a funcionarios electos de que un problema es importante? Quienes elaboran políticas y los medios de comunicación a menudo necesitan comprobar que el público está preocupado sobre algo para verse influidos a aprobar leyes o que los medios de comunicación le presten atención a su problema. Los resultados de la encuesta son una forma de comunicar lo que la gente está experimentando, especialmente si solo existe poca información sobre el problema. Una encuesta muestra también que las personas se tomaron el tiempo para investigar y documentar lo que está ocurriendo en la comunidad.

¿Existe ya la información que necesitamos?

Ustedes no querrán desperdiciar su tiempo en realizar una encuesta si no la necesitan. Es común que ustedes puedan encontrar la información que requieren en internet o en bibliotecas públicas. Las agencias de gobierno también reúnen información que ustedes pueden obtener al solicitar archivos públicos. Con frecuencia la información que el gobierno posee no será la que ustedes buscan, ya sea porque las agencias hicieron preguntas que no correspondían con lo que su grupo habría preguntado o le preguntaron a un grupo diferente de personas. En este caso, crear su propia encuesta les permitirá tener control sobre qué tipos de preguntas serán hechas y quién será encuestado. Sin embargo, una encuesta no necesariamente profundizará lo suficiente. Cuando esto sucede, el mejor método será entrevistar a miembros de su comunidad y recoger sus historias. Den un vistazo a la siguiente lista de chequeo para ver si una encuesta es la herramienta correcta para ustedes. Si su respuesta es "Sí", puede ser que **no** necesiten realizar una encuesta.

	Sí	No
¿Está disponible la información en internet?		
¿Está disponible la información en la biblioteca?		
¿Podemos obtener la información al solicitar archivos públicos de una agencia gubernamental?		

¿Tenemos el tiempo y los recursos humanos necesarios?

Toma bastante tiempo desarrollar la mayoría de encuestas y requiere de personas disponibles para elaborarlas y distribuir las. El tiempo gastado en la encuesta variará

dependiendo de un número de factores. Muchos grupos toman uno o dos meses para desarrollarla, aprovechando las reuniones de la membresía para decidir sobre una lista de temas que su grupo quiere como enfoque y luego emplear un comité de encuesta o un grupo más pequeño para transformar la lista en preguntas. La distribución y recolección de la encuesta también variará de tiempo. Algunos grupos prefieren tomar uno o dos días para distribuirla puerta a puerta en un vecindario, enviarla por correo o colocarla en un sitio de internet. Otros necesitarán tres, cuatro o más meses para distribuirla en la comunidad. Esto debe decidirlo su grupo después de tomar en cuenta costos, la disponibilidad de tiempo de las personas y qué tipo de encuesta responderán mejor las personas. Además, usted querrá anticipar tiempo suficiente para ingresar los datos a un formato donde pueda analizar los resultados de su encuesta. Esta es una buena tarea para estudiantes de postgrado voluntarios u otras personas que tengan la habilidad para usar el programa Excel o de otro tipos de programas de computadora, y que puedan estar buscando formas de involucrarse más en la comunidad, para trabajar en ella.

La clave para reducir tiempo y recursos es involucrar personas para ayudar con el proyecto. Constituir un comité asesor es una buena forma de atraer personas quienes tienen la experiencia en desarrollar encuestas (e ingresar y analizar datos) y quienes posiblemente aporten recursos financieros para el proyecto. Los comités asesores pueden incluir académicos con experiencia en encuestas e investigación estadística, líderes sindicales y miembros de la comunidad con experiencia en el área que usted está investigando. El comité asesor puede ayudarle con preguntas que pueden surgir, ayudar en cualquier investigación o prueba piloto que pueda ser necesaria realizar antes de pasar la encuesta, y garantizar el rigor de la metodología de la encuesta si los resultados son puestos bajo el escrutinio público. Es importante estar claro sobre las responsabilidades del equipo asesor para asegurar que ustedes mantengan el control de la dirección del proyecto de encuesta.



¿Encuesta por entrevista o encuesta autorrellenada?

El tiempo y los recursos variarán dependiendo del tipo de encuesta que su grupo escoja crear. Hay muchas maneras en que ustedes pueden desarrollar su encuesta, y hay ventajas y desventajas en cada una de ellas.

Encuesta por entrevista

Una encuesta por entrevista está diseñada de tal manera que una persona le hace a otra cada pregunta y registra su respuesta. Este es un método que ocupa más tiempo, los entrevistadores necesitarán capacitación (ver p. 13) y será necesario más tiempo para responder cada encuesta. Una desventaja de la encuesta por entrevista es que no permite que sea completamente anónima. Además, el entrevistador puede influenciar la manera en que alguien responde las preguntas, incluso sin querer. Las ventajas de la encuesta por entrevista son que al dejar a la persona responder desarrolla confianza con el entrevistador y ustedes tienen mayor oportunidad que cada pregunta se responda. Hay otras razones por las que ustedes querrán utilizar un formato de entrevista:

- *¿Son todos alfabetos?*
Si hay posibilidad de que alguna persona que toma la encuesta pueda tener dificultad de lectura o escritura, y las personas no se sienten cómodas para pedir ayuda, ustedes querrán utilizar un formato de entrevista.
- *Sensibilidad cultural*
Ustedes querrán usar un formato de entrevista si saben que las personas quienes responderán requerirán más tiempo para desarrollar confianza en ustedes, o si ellas ya conocen a su grupo y son más proclives a responder si están seguras que es su grupo el que usará las respuestas para impulsar una campaña. Es importante que los entrevistadores estén familiarizados y competentes culturalmente con la comunidad.

Encuesta autorrellenada

La encuesta autorrellenada la responde la persona por sí sola. Esta encuesta requiere menos tiempo para responder y se necesita personas sólo para distribuir y recoger las encuestas.

- *¿Necesitarán las personas consultar sus archivos?*
Ustedes tal vez querrán crear una encuesta para llevar a casa si hacen preguntas que involucren finanzas personales u otra información que pueda requerir que el entrevistado consulte sus comprobantes de ingresos, estados de cuentas bancarias u otros archivos.

Otras preguntas a considerar:

¿Cómo obtenemos una muestra representativa?

Es extremadamente difícil obtener una muestra representativa confiable sin hacer una selección al azar de números de teléfono o direcciones lo cual ocupe mucho tiempo y costo. Las compañías que hacen encuestas pueden hacerlo, pero no es realmente necesario. Su grupo puede estar confiado en sus datos y sustentar sus demandas si ustedes muestrean todos los *tipos* diferentes de personas dentro de los parámetros del grupo que ustedes están considerando, y al tener suficientes personas para llenar la encuesta. Para captar la atención de los medios de comunicación y de quienes elaboran políticas, una encuesta se considera sólida si es de al menos 500 personas; tener entre 500 a 1000 encuestas completas es incluso mejor.

¿Qué pasa si nuestra comunidad no habla inglés?

Las encuestas debieran ser traducidas en idiomas apropiados y si ustedes están realizando una encuesta por entrevista los entrevistadores debieran estar listos para responder cualquier pregunta sobre traducción que pueda surgir. A menudo, una pregunta no se traduce directamente a un segundo idioma. Es mejor tener encuestas traducidas a un segundo idioma y luego traducirla nuevamente de éste al primero para ver cómo la traducción afecta las preguntas.

¿Qué hay de la seguridad?

Las preguntas que consideran condiciones de trabajo, situación legal como migrante y violencia en el hogar pueden tener serias repercusiones para la persona que responde la encuesta. **Su grupo necesitará ser lo más sensible posible a la privacidad de las personas quienes se han prestado como voluntarios para responder sus preguntas.** Ustedes también pueden considerar el lugar que escogerán para hacer las preguntas de la encuesta. Las encuestas de condiciones de trabajo pueden hacerse mejor lejos del lugar del trabajo, por ejemplo en centros comunitarios, tiendas de comestibles o en las afueras de los lugares de culto. Las encuestas sobre condiciones de vida en el hogar, deben también ser hechas lejos de la casa, con la confidencialidad asegurada.

La seguridad de los entrevistadores también debe ser asunto de alta prioridad. Si ustedes están realizando la encuesta puerta a puerta o en lugares poco poblados, entonces deben poner a los entrevistadores en parejas y familiarizarlos con el vecindario en el que están o tener mapas del área.

¿Cómo localizar personas para la encuesta?

¿Dónde están localizados sus potenciales entrevistados? Si ustedes están tratando de localizar un amplio rango de personas en diferentes regiones del país, quizá quieran hacer entrevistas por teléfono. Si bien el envío de encuestas por correo es una vía barata para difundir su encuesta a un gran número de personas, hay muchas desventajas a considerar. Las encuestas enviadas por correo tienen una tasa muy baja

de respuesta. Los entrevistados también tienden a no responder a las preguntas abiertas donde tienen que escribir (su respuesta), así que puede ser más apropiado proveer preguntas donde marcan entre posibles respuestas (selección múltiple). Los grupos han utilizado varios lugares para realizar encuestas incluyendo sitios de trabajo, centros comunitarios, tiendas de comestibles y en las afueras de los lugares de culto.

Creación y administración de la encuesta



Paso 1: Identificar la información que ustedes están buscando

Hagan una lista de la información que a su grupo le gustaría recibir de la encuesta.⁴ Anoten cuales son sus metas para cada componente de la información y por qué es necesario obtenerla. Pregúntense a sí mismos qué es lo más importante averiguar. Esto les ayudará a limitar qué averiguar y qué preguntas hacer. Con frecuencia una encuesta se hace muy larga y necesitará eliminar muchas preguntas. **Tomarse el tiempo para priorizar la información que están buscando ayudará si ustedes necesitan reducir el tamaño de su encuesta.** Prioricen aspectos que les den información para sustentar sus argumentos y las metas de su campaña.

Toma tiempo editar y reeditar la lista.



Información que queremos averiguar

1. salarios por hora
2. ¿tienen derecho de ausencia por enfermedad con goce de salario?
3. ¿se les ha despedido sin notificación?



Paso 2: Diseñar la encuesta

Usen la lista creada en el Paso 1 para desarrollar preguntas que apunten a lo que su grupo quiere saber. Examinen cuidadosamente otras encuestas diseñadas por comunidades o grupos similares a la que ustedes quieren encuestar para recoger ideas

⁴ Sugerencia de Annette Bernhardt, Senior Policy Analyst, Brennan Center for Justice, New York University

de las maneras en que las preguntas pueden hacerse. Pueden necesitar múltiples preguntas sobre un mismo tema para precisar la respuesta que ustedes buscan.

Consejos para el diseño⁵

- **Mantener un lenguaje directo, utilizar palabras comunes.** Si se utiliza una palabra poco común, incluir una definición.
- **Las preguntas de respuesta cerrada reciben la tasa de respuesta más alta.** Las preguntas de respuesta cerrada incluyen: **Sí/No, Verdadero/Falso, Selección múltiple**
- **Proporcionar preguntas de respuesta cerrada en lugar de preguntas de respuesta abierta, estrecha el rango de respuestas,** ayuda a evitar información inútil y hace más fácil comparar sus respuestas posteriormente. Sin embargo, ustedes pueden aprender bastante de las preguntas de respuesta abierta y a menudo las personas escribirán algo que ustedes nunca esperaron, lo que les hará enterarse de algo extremadamente importante sobre el problema o la comunidad.

por ejemplo:

En lugar de preguntar:	Pregunten:
¿Dónde vive usted? _____	¿En qué vecindario vive usted? _____ ¿Cuál barrio es este? <input type="radio"/> Brooklyn <input type="radio"/> Bronx <input type="radio"/> Staten Island <input type="radio"/> Queens <input type="radio"/> Manhattan

- **Ser específicos.** Para los problemas complejos ustedes quizá necesitan múltiples preguntas

por ejemplo:

En lugar de preguntar:	Pregunten:	Ustedes también podrían preguntar:
¿Se lastima bastante en el trabajo?	Alguna vez su empleador ha cometido lo siguiente: <input type="radio"/> Me golpeó <input type="radio"/> Me gritó <input type="radio"/> Me empujó <input type="radio"/> Me violó	Marque las siguientes lesiones que han ocurrido durante el trabajo: <input type="radio"/> Resbaló y cayó <input type="radio"/> Quemaduras <input type="radio"/> Cortaduras <input type="radio"/> Se expuso a agentes de limpieza que le hicieron difícil respirar, ver o dañaron su piel

⁵ *Developing A Downtown Survey: Basic Principles of Good Surveys*
<http://www.emich.edu/public/geo/557book/e112.survey.html>

- Es bueno usar las preguntas con un espacio en blanco cuando ustedes no necesitan respuestas específicas, cuando ustedes no quieren limitar los tipos de respuestas o cuando quieren información que es testimonial.
- Es común que las personas se cansen rápidamente cuando toman una encuesta. Para evitar el “aburrimiento de encuesta” es bueno mezclar los tipos de preguntas que ustedes hacen. Por ejemplo, poner preguntas verdadero/falso después de una pregunta de selección múltiple, etc.
- Evitar preguntas que pueden ser respondidas con “Yo no sé”.
- No combinar dos preguntas en una.
- Mantener distancia de las preguntas con respuestas múltiples. (Por ejemplo: *Circule todas las que aplican*) Será más difícil de trabajar con éstas cuando ustedes estén analizando su información.
- Agregar un “¿Qué más quiere usted que yo conozca?” es una manera útil de finalizar una sección o encuesta.

Duración de la encuesta



Traten de mantener la encuesta lo más corta posible – 30 minutos máximo para las encuestas autorrellenadas. Ustedes necesitarán permitir más tiempo para encuestas por entrevista, pero tengan en mente que un entrevistado se puede cansar y no completar la entrevista.

Formato de la encuesta

Introducción

Evitar introducciones largas. La introducción debiera ser corta y nombrar la organización que hace la encuesta. También debiera incluir cómo la información reunida se usará y hacerle saber a las personas si es anónima y/o confidencial.

Las primeras preguntas

Las primeras preguntas establecerán el tono de la encuesta. La persona debiera sentir que tiene información para contribuir. Al hacer las primeras preguntas relativamente fáciles de responder, ustedes pueden tener una tasa de éxito mayor de lograr que la encuesta sea completamente llenada.

Las últimas preguntas

No dejen las preguntas más importantes para el final. Muchas encuestas nunca son completamente llenadas.

Preguntas de inmigración: desarrollar confianza desde un principio

Si ustedes deben hacer preguntas sobre la situación legal de la persona como migrante, no las pongan al principio de la encuesta. Usen la primera parte de su encuesta para desarrollar la confianza del entrevistado y luego pongan estas preguntas cerca del final del cuestionario.



Paso 3: Poner a prueba la encuesta

Antes de hacer su encuesta, ustedes debieran probarla con al menos 5 a 10 personas quienes no la conocen y que también son personas que ustedes les pedirían participar en la encuesta más tarde (es decir, si ustedes van a realizar una encuesta sobre trabajadores de restaurantes, entonces prueben la encuesta con trabajadores de restaurantes, etc.). Examinen las preguntas que ellos respondieron, qué no respondieron y *cómo* las respondieron. Si pareció que ciertas preguntas dieron problemas, no fueron claras, o no obtuvieron una respuesta, entonces editen su encuesta. Si es posible, pregúntenles cuáles no tenían sentido o fueron más difíciles de responder. Ustedes también pueden averiguar con los entrevistadores para entender cuáles fueron sus pensamientos sobre el ejercicio de la encuesta. Pregúntense a sí mismos si las respuestas proporcionan la información que ustedes buscan, Si no, entonces ustedes necesitan refinar sus preguntas para obtener el tipo de datos que buscan. Calculen cuanto tiempo requiere llenar la encuesta. Si dura más de 30 minutos por encuesta autorrellenada, es probable que sea muy larga.



Paso 4: Capacitación del entrevistador

Si ustedes están usando una encuesta por entrevista deberían sostener una sesión de capacitación de entrevistadores. La capacitación debiera incluir:



Comprender las preguntas y su propósito

Si sus preguntas no son claras para los entrevistadores, éstas tampoco serán claras para las personas que toman la encuesta. Asegúrense que todos entienden el significado de las preguntas.

Identificación de las personas que reúnen los requisitos para responder la encuesta

Es importante hacer saber a los encuestadores quien quieren ustedes que responda la encuesta. Si ustedes están entrevistando residentes en un vecindario y quieren información de cada casa o apartamento, quizá deben hacer saber al entrevistador cuántas personas por hogar debieran encuestarse, y si ustedes quieren sólo una familia por hogar. Muchos hogares tienen familias múltiples o una familia extendida que viven bajo el mismo techo, por lo que hacer claro quién quieren ustedes que responda la encuesta ayudará a evitar posibles confusiones más tarde.

Indagando respuestas⁶

Es importante para los entrevistadores no influenciar las respuestas dadas. Ustedes quieren que las personas respondan honestamente y no responder de la manera que ellos piensan que alguien quiere que les responda. Indagar es una técnica usada por el entrevistador para ampliar una respuesta sin exponer su propia opinión o sesgar la respuesta de la persona. Hay diferentes tipos de técnicas de indagar que les pueden funcionar:

- Mantener silencio
Permitirle al entrevistado tener tiempo para pensar su respuesta. Mantener silencio por un minuto después de hacer la pregunta puede dar al entrevistado tiempo para responder la pregunta con más precisión.
- Reconocimiento verbal
Un entrevistador también puede llevar al entrevistado a responder al hacerle saber que le está escuchando. La mejor manera de hacer esto sin poner demasiada influencia sobre el entrevistado, es decir “bien” o “uh huh” después que el entrevistado finaliza una oración.

Registrar las respuestas

- Escribir las respuestas inmediatamente.
- Mantener notas de cualquier técnica de indagar usada.

Consejos para los entrevistadores

1. Hagan las preguntas palabra por palabra tal como están escritas.
2. Hagan las preguntas en el orden en que están dadas en la encuesta.
3. Hagan cada pregunta.
4. No terminen las oraciones de las otras personas, no supongan que saben como responderá alguien.
5. No “clarifiquen.” Las clarificaciones pueden sacar un sesgo no documentado del entrevistador.
6. Háganles saber a las personas que responden la encuesta que ellos tienen el derecho a saltar cualquier pregunta que quieran o parar la entrevista completamente cuando quieran.



Paso 5: Analizar su información

Después de que ustedes recojan las encuestas llenadas, es el momento de analizar la información. Los datos pueden ser analizados al ingresarlos a una hoja Excel y computar sus números o al usar un programa de computadora estadístico. Incluir a voluntarios es una buena manera de ahorrarle a su organización tiempo y recursos durante esta etapa.

Nota: Si alguien no ha respondido una pregunta, con frecuencia se supone que la persona respondería lo que otros han hecho. No obstante, este no siempre es el caso y los supuestos no se pueden hacer a partir de alguien que no respondió. Sólo consideren la información que ha sido respondida en realidad.

Encuestas puestas en sitios de internet

Ahora se ofrece un número de encuestas en sitios de internet a varios precios. Estos sitios les permitirán desarrollar la encuesta (incluyendo encuestas en línea), ingresar su información y analizar sus datos. Dependiendo de los costos, usted puede tener diferentes niveles de análisis. Aquí hay una lista de unos cuantos sitios de internet:

SurveyMonkey

www.surveymonkey.com

\$19.95 por mes e incluye hasta 1000 respuestas por mes. ADVERTENCIA: Se nos dijo que si ustedes no hacen un pago podría perder toda su información, así que paguen por adelantado o mantengan una copia de respaldo.

PollCat

www.pollcat.com

PollCat Survey Lite & Pro son gratis y les proporcionan:

1. una herramienta fácil de usar para crear encuestas que funcionan en cualquier navegador;
2. una dirección única URL (vínculo de internet) para su encuesta;
3. respuesta periódica de notificación de informes de cuenta vía correo electrónico;
4. acceso inmediato para reportar respuestas, totales y gráficas sobre internet;
5. herramientas de administración para todas sus encuestas publicadas y no publicadas.

Para aprovechar de otras ventajas, tal como mantener disponible la encuesta por internet por más tiempo y más opciones de manejo, hay costos dependiendo en el servicio (partiendo de \$9.95).

Zoomerang

www.zoomerang.com

Es una versión gratis para personas particulares y para uso personal, y tiene estas características y limitaciones:

- ustedes pueden incluir hasta 30 preguntas por encuesta
- ustedes pueden utilizar páginas múltiples
- ustedes pueden crear preguntas y respuestas para la encuesta en casi cualquier idioma
- genera reportes sobre un máximo de 100 respuestas por encuesta
- almacenaje de datos de la encuesta sólo por 10 días después de lanzada la encuesta
- capacidad limitada de análisis

O suscríbase por \$599 por 12 meses y crea un número ilimitado de encuestas y recolecta hasta 10 mil respuestas de todas las encuestas en el período de suscripción.

Evaluación del proceso de la encuesta

Cuando hayan finalizado su encuesta puede ser de ayuda repasar y tomar nota en donde no se respondieron a las preguntas o qué áreas podrían ser mejoradas. También puede ser útil pedir a las personas que hicieron la entrevista que describan qué fue difícil y qué pareció funcionar. Registrar esta información puede ayudar a adaptar su encuesta a las necesidades de su comunidad la próxima vez que ustedes necesiten desarrollar una encuesta y será de ayuda si otro grupo comunitario les pide apoyo para su encuesta.

Fuentes Citadas

“Developing A Downtown Survey: Basic Principles of Good Surveys,”

<http://www.emich.edu/public/geo/557book/e112.survey.html>.

Trochim, William M. *The Research Methods Knowledge Base*

(<http://www.socialresearchmethods.net/kb/>), versión actualizada al 7 de junio de 2004.

Recursos

La lista siguiente se refiere a recursos de investigación participativa y de educación popular que recomendamos:

Center for Popular Education & Participatory Research

<http://www.cpepr.info/>

CPEPR es un centro creado por estudiantes en la University of California, Berkeley Graduate School of Education. La misión de CPEPR es promover y apoyar la educación popular e investigación participativa para fortalecer la participación de las personas comunes y corrientes —especialmente los pobres, jóvenes, inmigrantes y personas de color— en sus esfuerzos por justicia social. Ellos ofrecen apoyo y pueden buscar estudiantes de nivel postgraduados para ayudar con proyectos de investigación de las comunidades.

Highlander Research and Education Center

<http://www.hrec.org/links.asp>

El Highlander Center fue fundado en 1932 para servir como un centro de educación de adultos para trabajadores de la comunidad involucrados en movimientos de justicia social y económica. La meta de Highlander era y es proporcionar educación y apoyo a las personas pobres y trabajadoras que luchan contra la injusticia económica, pobreza, prejuicio y la destrucción ambiental. Ellos ayudan a los líderes de base comunitaria a crear las herramientas necesarias para construir movimientos a favor del cambio social. Highlander tiene muchos libros y otros recursos sobre educación popular disponibles en su biblioteca. Ver su sitio de internet para más información.

Project South: Institute for the Elimination of Poverty and Genocide

<http://www.projectsouth.org/>

Project South: Institute for the Elimination of Poverty & Genocide es una organización amplia y manejada por su membresía que desarrolla y lleva a cabo educación política y económica popular e investigación para la acción con las metas de organizar y a favor de la liberación. Ellos desarrollan educadores populares indígenas y líderes de movimiento de base comunitaria y activistas con formación académica, reuniéndolos sobre la base de igualdad para conjuntamente construir un movimiento desde abajo

DataCenter • 1904 Franklin Street, Suite 900, Oakland, CA 94612 USA
tel: 510.835.4692 • fax: 510.835.3017 • www.datacenter.org

para la justicia social y económica. Ellos proporcionan un currículo para talleres de educación popular sobre un número de tópicos diferentes.

Acerca de DataCenter

DataCenter es una organización sin fines de lucro que opera en toda la nación para apoyar el movimiento de justicia social. Nuestra misión es proporcionar a las personas que trabajan a favor de la justicia social, especialmente a los pobres y personas de color, acceso a información estratégica, análisis y destrezas de investigación que ayudarán a nuestro pueblo a realizar campañas más efectivas.

Para más información sobre nuestros programas, por favor visite nuestro sitio de internet en www.datacenter.org o escribanos a nuestro correo electrónico datacenter@datacenter.org

Trabajamos en colaboración con grupos de justicia social de base comunitaria para proporcionar apoyo en investigación de campañas, y estamos desarrollando nuestra capacidad para brindar asistencia con las encuestas comunitarias. Si ustedes están desarrollando una campaña de justicia social y quieren ayuda con un proyecto de encuesta comunitaria, por favor contáctenos. Haremos lo mejor para ayudarles a ustedes o dirigirlos hacia otros que pueden darles una mano.

DataCenter

1904 Franklin St., Suite 900, Oakland, CA 94612, USA
tel: (510) 835-4692 or (800) 735-3741 • fax: (510) 835-3017
datacenter@datacenter.org • www.datacenter.org