

APÉNDICE A: MÉTODOS DE COLECCIÓN DE DATOS

Sección 1: Mapas de Recursos (Asset Mapping)

Propósito

La elaboración de mapas de recursos permite obtener información acerca de las fortalezas y recursos disponibles en una comunidad, lo cual puede ayudar a descubrir diferentes soluciones. Una vez que se realiza un inventario de las fortalezas y recursos de una comunidad y se describen en un mapa, usted puede fácilmente pensar más acerca de cómo construir sobre estos recursos para tratar las necesidades de la comunidad y el mejoramiento de la salud. Finalmente, el mapeo de recursos promueve el participación de la comunidad y le dá un sentido de propiedad y poder a la comunidad.

¿Qué es un recurso de la comunidad?

Los recursos de una comunidad, es todo lo que mejora la calidad de vida de la comunidad. Estos recursos incluyen:

- Las capacidades y las habilidades de los miembros de la comunidad.
- La estructura física o lugar. Por ejemplo, una escuela, hospital o iglesia. Quizás la biblioteca, el centro de recreación o un club social.
- Un negocio que provee trabajos y apoya la economía local.
- Asociaciones de ciudadanos. Por ejemplo, vigilantes del barrio (Neighborhood Watch) o la Asociación de Padres y Maestros (Parent Teacher Association).
- Instituciones u organizaciones locales, públicas, privadas y sin ánimo de lucro.

Cuándo utilizar mapas de recursos (Asset Mapping)

- *Cuando usted desea comenzar un programa local nuevo y necesita información acerca de los recursos disponibles.* Por ejemplo, si usted está interesado en que madres jóvenes terminen su educación. Usted podría hacer un mapa para identificar la programas de prevención de estudiantes que abandonan la escuela, tutorías y programas educativos de consejería, para las madres jóvenes. Esto le ayuda a ver que es lo que hay disponible o si hacen falta servicios de apoyo. Usted puede encontrar que es necesario desarrollar un programa para ayudar a madres jóvenes a terminar su educación.
- *Cuando está haciendo decisiones acerca de un programa.* Un mapeo de recursos le puede ayudar a identificar los recursos de la comunidad y sus preocupaciones. Los resultados del mapa ayudan a determinar nuevas direcciones para su programa o a identificar nuevos programas que necesitan ser desarrollados. Por ejemplo, un mapa de abastecimiento de alimentos y recursos de nutrición para personas de bajo ingresos en su vecindario, puede revelar que hay una falta de programas o que los programas existentes están ubicados en áreas que no son de fácil acceso para las familias en su área de servicio.

- *Cuando usted quiere movilizar y darle poder a la comunidad.* Si usted involucra a diferentes miembros de la comunidad en la elaboración del mapa de recursos, el proceso, por sí mismo, puede usarse como una herramienta para organizar. Por ejemplo, elaborando un mapa de los servicios públicos locales e identificando los dólares que se gastan por cada miembro de la comunidad, puede movilizar a los residentes a poner presión a la ciudad y a los miembros del concejo de la ciudad para mejorar los servicios públicos locales.

Planificación de la elaboración de mapas de recursos

Identificando y elaborando mapas de recursos de su comunidad puede ser más fácil de lo que piensa. Los siguientes son los pasos para crear un mapa (asset map).

- 1.1 *Defina los límites de la comunidad*
- 1.2 *Identifique e involucre sus Socios o miembros activos*
- 1.3 *Determine qué tipo de recursos va a incluir*
- 1.4 *Elabore una lista de recursos de grupos*
- 1.5 *Elabore una lista de recursos de individuos*
- 1.6 *Organice los recursos en un mapa*

1.1 Defina los límites de la comunidad

El primer paso es definir los límites de su comunidad. Recuerde que los límites geográficos de ciudades o pueblos no siempre reflejan la percepción de los ciudadanos acerca de su comunidad. Decida cuales calles o demarcaciones de la ciudad son sus límites. Use a su grupo de socios y residentes para decidir.

1. 2 Identifique e involucre a sus socios o miembros activos.

Encuentre personas y organizaciones que comparten sus intereses. Es importante también involucrar personas y organizaciones que tienen diferentes redes de contacto con la comunidad y conocimiento acerca de la comunidad (sus recursos, sus residentes y sus problemas). Involucre personas claves a quienes les afecta su tema o tópico de salud pública. Finalmente involucre suficientes personas, residentes de la comunidad, personal de organizaciones o voluntarios, para completar todas las actividades necesarias para terminar el mapa de recursos.

1.3 Determine qué tipo de recursos va a incluir

Hay diferentes tipos de recursos. El más obvio es dinero y acceso a recursos económicos. Otros incluyen propiedades físicas (edificios), conocimientos y habilidades, conexiones políticas, legitimidad en la comunidad y acceso al público (como personas en medios de comunicación o religiosos). Identifique habilidades específicas o recursos que necesite para tratar el tema en el que usted está concentrado. Por ejemplo, si

usted está buscando recursos alrededor de una actividad física para niños, usted puede identificar parques y centros de recreación, YMCA, clubes o ligas atléticas, clases de recreación en las universidades de la comunidad o programas para mantenerse en forma después de la escuela. Enlace su propósito con el tipo de recursos que usted quiere identificar.

1.4 Elabore una lista de recursos de grupos *

Elabore un inventario de todos los grupos en su comunidad (asociaciones, organizaciones e instituciones).

- A. Comience creando una lista de los grupos que son conocidos. Solicite la ayuda de sus socios para agregar grupos a su lista.
- B. Use otras fuentes de información. Estas pueden incluir:
 - Las páginas amarillas del directorio telefónico.
 - **Directorios locales** de su barrio/ ciudad, publicados para su comunidad.
 - Listas de **negocios de su comunidad**. Pregúntele a la Cámara de Comercio.
 - **Directorios de listas de organizaciones o servicios sociales** publicados. Por ejemplo, el United Way publica directorios locales con información acerca de organizaciones locales.
 - Listas de organizaciones que no son usualmente publicadas. Por ejemplo pueden ser útiles las **Guías de Recursos de la Comunidad**, producidas por organizaciones locales.
 - **El periódico local**. Imprimen las fuentes de donde provienen, como boletines locales y periódicos regionales, los cuales pueden darle una idea de los eventos que pasan en la comunidad y de sus recursos.
 - **Boletines Informativos**. Boletines informativos y calendarios de la comunidad pueden ofrecer mucha información. Estos se pueden encontrar en facilidades de recreación, iglesias u otras organizaciones religiosas y en el cable de televisión local.
 - **Facilidades locales como parques, centros de recreación y de la comunidad**. Estos pueden ser lugares de reunión para muchas de las asociaciones y grupos, como voluntarios y grupos sociales o con intereses especiales. Revise los calendarios de actividades de estos centros para identificar grupos locales formales o informales.

* Adaptado de *Identifying Community Assets and Resources* by Bill Berkowitz and Eric Wadud. Obtenido de Community Toolbox - University of Kansas Work Group on Health Promotion and Community Development, June 17, 2003.

- **Sus amistades y colegas.** Ellos pueden saber de otras listas disponibles o de grupos, organizaciones o propiedades de la comunidad que no están incluidas en ninguna de las listas.

C. Actualice su lista. Puede ayudarle organizar la lista y hacer anotaciones acerca de:

- Ubicación o lugar
- Tipo de servicios que ofrece
- Membresía pública-privada
- Gobierno público-privado
- Los recursos disponibles (materiales, facilidades, personal)
- Sus influencias
- Su legitimidad

Ahora usted tiene un inventario de los grupos y las propiedades de los grupos en su comunidad, las asociaciones, organizaciones, e instituciones que son parte fundamental de la vida de la comunidad y que pueden ser usadas para el desarrollo de la comunidad.

1.5 Elabore una lista de recursos de individuos *

Otra técnica es recopilar los recursos de los individuos. Este acercamiento puede ser más que un desafío debido a que hay muchas más personas, que grupos. Usted puede obtener alguna de esta información de personas claves que participan, esto es, personas que están familiarizadas y que tienen conocimientos acerca de la comunidad y sus residentes. Usted puede también desarrollar una encuesta, puerta a puerta para identificar las propiedades individuales. Sin embargo, hacer una encuesta de esta manera es costoso y toma tiempo.

La identificación de los recursos individuales funciona mejor cuando se trata de una comunidad pequeña. Los siguientes son algunos consejos que pueden ayudarle:

- A. Decida en la comunidad o área que desea cubrir.
- B. Identifique grupos de individuos donde la identificación de recursos puede ser de ayuda.
- C. Determine los recursos que quiere identificar de los individuos y haga un borrador de las preguntas de su encuesta. Elabore preguntas separadas de conocimientos, habilidades, contactos y otros tipos de recursos de interés para usted.

* Adaptado de *Identifying Community Assets and Resources* by Bill Berkowitz and Eric Wadud. Obtenido de Community Toolbox - University of Kansas Work Group on Health Promotion and Community Development, June 17, 2003.

- Si toma un inventario de habilidades, decida que clase de habilidades usted desea: académica, manejo de computadoras, de organización, experiencia como padres, ¿habla un idioma diferente? En lo posible, sea específico.
- D. Diseñe un método para hacer preguntas. Las diferentes maneras de coleccionar datos incluyen:
- Enviar una encuesta por correo.
 - Dejar una encuesta en varios lugares
 - Llevar una encuesta puerta en puerta
 - Llamar por teléfono para llenar la encuesta
 - Hacer entrevistas de personas individuales
 - Hacer entrevistas de grupo.
- ⇒ Cada método tiene sus ventajas y desventajas. Haga una prueba de sus preguntas en un grupo y haga revisiones basadas en sus respuestas y sugerencias.

1.6 Organice los recursos en un mapa

Los mapas de recursos son importantes ayudas visuales para ayudar a resaltar recursos disponibles. Los mapas también exploran recursos y propiedades y muestran la relación entre éstos. Elaborando un mapa de valores de la comunidad en un mapa de calles, le permite a la comunidad ver si hay una concentración de programas disponibles, repetición de servicios, vacíos en los servicios y necesidades de salud que no se cubren. El mapa de las calles puede destacar la necesidad de desarrollar programas para cubrir una necesidad de salud particular de la comunidad, ayudar a escribir una solicitud de subvención (grant) y hablar con las personas que desarrollan las políticas. Los siguientes pasos describen cómo hacer un mapa de recursos de la comunidad, usando un mapa de calles.

Pasos generales para hacer un mapa de recursos de la comunidad en un mapa de calles:

- Encuentre un mapa que incluya el área que usted identificó arriba, 1.1. Usted puede conseguir un mapa de su comunidad de diferentes fuentes. Comuníquese con su oficina de gobierno local (City Hall) para averiguar si ellos tienen un mapa de su comunidad o puede ir a la siguientes paginas electrónicas, <http://www.mapquest.com>, <http://maps.yahoo.com> o <http://www.thomas.com> para encontrar e imprimir un mapa del área de su comunidad. Recuerde buscar un mapa del área, que tiene varios detalles de la comunidad y sus límites, como calles principales, parques, autopistas, lagos y otras demarcaciones del terreno.

- Recopile una lista de recursos de 1.4 (grupos) y 1.5 (organizaciones) Organice lo que encontró, identificando la clase de servicios que ofrecen o las habilidades disponibles; escriba la dirección de cada recurso que identificó.
- Use notas adhesivas (dot stickers) para identificar la ubicación de los grupos y organizaciones que encontró. Use diferentes colores para diferentes tipos de recursos. Este mapa es la representación visual de lo que usted encontró y quizás revela vacíos en servicios o identifica áreas que requieren para más trabajo o mejoramiento.
- Si usted tiene información de las personas, decida si quiere hacer un mapa de cada persona (como un inventario de personas claves de la comunidad y la dirección de sus organizaciones) o clases de individuos (por ejemplo, colocando un número en el círculo para indicar cuantas personas en una área tienen grado de enfermera).
- Haga un resumen de los puntos principales que sus socios ven en el mapa. Usted puede preguntar: ¿cuáles son los recursos no utilizados? ¿Qué recursos pueden incluirse en sus actividades, que actualmente no se han tomado en cuenta? ¿Dónde están los vacíos más obvios y cómo se pueden llenar?
- Utilice el mapa de recursos como una oportunidad para identificar y establecer relaciones. La forma cómo los residentes o personas interesadas hablan, o interactúan uno con otro y cómo establecen relaciones, es una parte importante en el desarrollo de la comunidad.
- Determine qué va a hacer con el mapa de recursos de la comunidad y con quién va a compartir los resultados. El próximo paso puede ser tratar nuevamente las prioridades, aplicar para subvenciones (grants), informar a los miembros de la junta de la ciudad o comunicarse con los oficiales que desarrollan las políticas o los que asignan fondos.

Guías generales para presentar el mapa de recursos:

- El mapa del área debe ser suficientemente específico para mostrar claramente los límites definidos de la comunidad.
- Amplíe el mapa, si es necesario. Deje un borde alrededor del mapa con suficiente espacio para añadir una leyenda y el título.
- Compre notas adhesivas (dot stickers) de varios colores. Cree un ícono, a mano o en el computador, para cada propiedad que ha identificado. En su mapa puede incluir servicios de salud, parques y sitios de recreación, negocios, clínicas, escuelas y facilidades de transporte.
- Escriba una leyenda que acompañe la nota adhesiva (dot sticker) de color.
- Los apuntes adhesivas que representan organizaciones o servicios pueden superponerse una a otra en el mapa; en este caso está bien aproximar la ubicación.

- Recuerde que el mapa no solamente debe ser visualmente interesante pero también debe resaltar algo. Por ejemplo, muestre vacíos en los servicios, áreas donde los servicios se necesitan o donde hay una agrupación concentrada de servicios en una área geográfica.

Figura 1. Mapa de Los Angeles

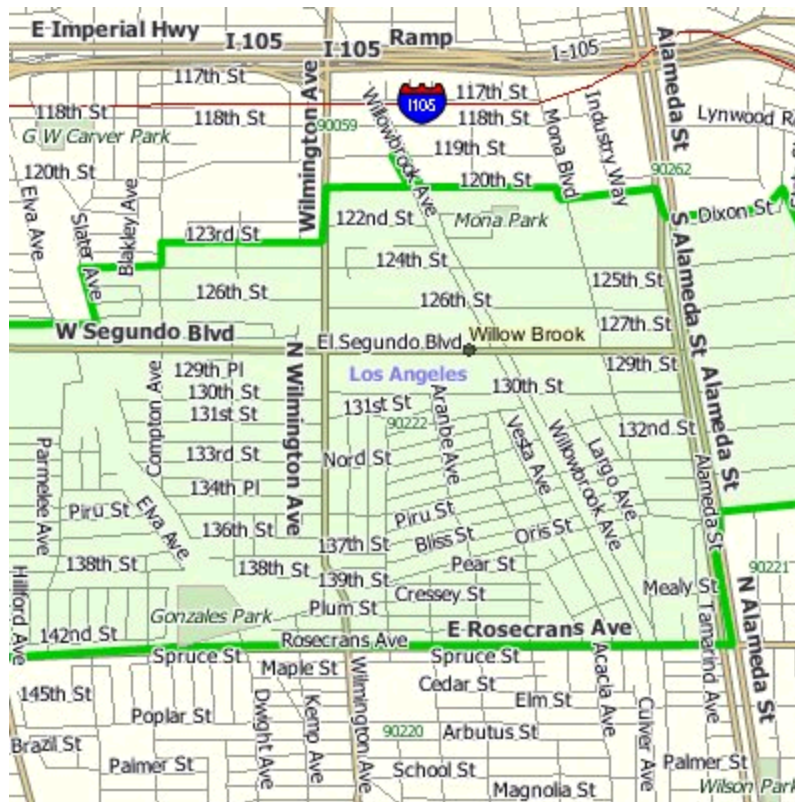
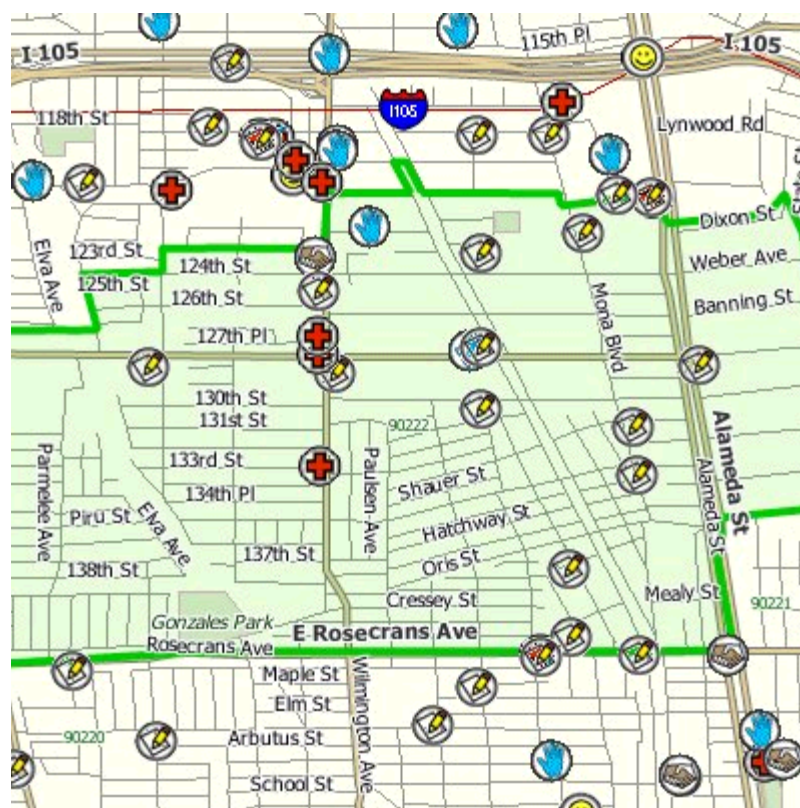







Figura 2. Mapa de Propiedades de Los Angeles



-  Necesidades básicas
-  Educación
-  Servicios de Salud
-  Salud Mental y Consejería
-  Servicios de la Organización / Comunidad / Internacionales

Leyenda del sitio

Este mapa fue sacado de Healthy-Children-Healthy City Asset Mapping Project en:
<http://www.healthycity.org/>

Ventajas y desventajas los mapas de recursos

Ventajas	Desventajas
<ul style="list-style-type: none"> • Construido en propiedades existentes en la comunidad • Elaborando un mapa de recursos, se crea una descripción visual de los recursos existentes o la falta de ellos • Los datos pueden usarse para aumentar la conciencia acerca de la disponibilidad de propiedades, para desarrollar o mejorar los servicios y programas o para aplicar por fondos • Puede generar participación de la comunidad 	<ul style="list-style-type: none"> • Encontrar los mapas correctos puede ser difícil y los programas de computación de mapas pueden ser costosos y difíciles de usar • Algunas de las recursos/propiedades son difíciles de localizar en el mapa si no se tiene una localidad física • Necesita aceptación y colaboración, para en forma adecuada, hacer un inventario actualizado de los recursos de la comunidad

Recursos:

Para conseguir mapas geográficos de su comunidad en la página electrónica del Internet: Usted puede tener acceso a los mapas de la comunidad, de Mapquest: <http://www.mapquest.com>, Yahoo! Maps: <http://maps.yahoo.com>, o el Thomas Brothers Maps: <http://www.thomas.com>. Presione el botón derecho de su "mouse" y seleccione "copy." Después pegue el mapa en el documento nuevo.

Websites (páginas electrónicas) que incluyen mapas de información de las comunidades o los servicios disponibles:

- *Neighborhood Knowledge California*, <http://www.nkca.ucla.edu>. NKCA es un website interactivo en todo el estado. Pone juntos y hace mapas de una variedad de datos de información que pueden usarse en investigaciones de las comunidades. Sus mapas presentan muchos indicadores por ciudad, como recursos económicos, raza, educación, edad, idioma que se habla en el hogar y vivienda.
- *Neighborhood Knowledge Los Angeles*, <http://nkla.ucla.edu>. NKLA es un website interactivo para Los Angeles.
- *Healthy-Children-Healthy City Asset Mapping Project*, <http://www.healthycity.org>. Este website pone en un mapa servicios humanos y sociales, escuelas públicas y organizaciones sin ánimo de lucro en todo el condado de Los Angeles, donde

usted puede crear un mapa de recursos de su propia comunidad. Esto puede servir como actividad inicial para llevar a efecto el inventario de recursos de la comunidad.

Ejemplos de mapas de recursos (Asset Mapping):

- Community Building Resources; Community Capacity Building and Asset Mapping: http://www.cbr-aimhigh.com/workshops/asset_maps.htm
- Youth Community Asset Mapping (vea Mapping Gallery): <http://www.eya.ca/youthmappers/>

Referencias:

Boyd Rossing (2000). *Identifying, Mapping and Mobilizing Our Assets*. Madison, WI: University of Wisconsin-Madison. Retrieved January 15, 2004, from: <http://www.uwex.edu/ces/lmcourse/PDFs/assets.pdf>

Kansas University Work Group on Health Promotion and Community Development (2000). *Chapter 3, Section 1: Developing a Plan for Identifying Local Needs and Resources*. Lawrence, KS: University of Kansas. Retrieved June 17, 2003, from: http://ctb.ku.edu/tools/en/sub_section_main_1043.htm

Kansas University Work Group on Health Promotion and Community Development (2000). *Chapter 3, Section 8: Identifying Community Assets and Resources*. Lawrence, KS: University of Kansas. Retrieved June 17, 2003, from: http://ctb.ku.edu/tools/en/sub_section_main_1043.htm

McKnight, J.L. & Kretzmann, J.P. "Mapping Community Capacity" in Minkler, M. (1997). *Community Organizing & Community Building for Health*. Rutgers University Press: New Brunswick, New Jersey.

Sección 2: Grupos de Enfoque (Focus Groups)

Propósito

Los grupos de enfoque involucran una serie de discusiones guiadas acerca de temas específicos con un grupo selecto pequeño y son una manera de obtener información acerca de las necesidades en su comunidad.

Cuándo usar los grupos de enfoque

Use grupos de enfoque cuando usted desea:

- Una narración de opiniones, experiencias, creencias o percepciones de normas.
- Para conseguir reacciones en las propias palabras del cliente, acerca de las partes fuertes y débiles del programa.
- Para lograr un entendimiento profundo de ciertos tipos de temas.
- Para apoyar y extender los resultados de encuestas u otros datos cuantitativos (numéricos) que usted recogió.
- Para identificar categorías mayores y temas acerca de problemas específicos de salud y ver cómo se relacionan uno a otro.

La planificación de un grupo de enfoque

La planificación e implementación de una serie de grupos de enfoque comprende los siguientes pasos:

- 2.1 Reúna y revise los datos existentes*
- 2.2 Determine su propósito*
- 2.3 Escoja su audiencia*
- 2.4 Desarrolle una guía de discusión*
- 2.5 Elabore el horario para el grupo de enfoque*
- 2.6 Reclute los participantes para el grupo de enfoque*
- 2.7 Reclute un moderador y una persona para tomar apuntes*
- 2.8 Conduzca el grupo de enfoque*
- 2.9 Compile y organice los datos*

2.1 Reúna y revise los datos existentes

Coleccione y revise los datos existentes para decidir qué información adicional se necesita de los grupos de enfoque. Usted puede reunir una gran cantidad de información acerca de la comunidad o un tema de las fuentes existentes. Revise los datos existentes antes de decidir hacer los grupos de enfoque, ya que la información que usted necesita podría estar ya disponible.

2.2 Determine su propósito

Es importante definir su propósito identificando la información que quiere conseguir de los grupos de enfoque. Algunas de las preguntas que usted podría hacerse a sí mismo incluyen: ¿Cuál es el problema? ¿Cuál es el propósito o propósitos de la evaluación de su comunidad? ¿Qué necesita saber para tratar los problemas? Vea el *Paso 3: Identifique la Información (Datos) que Necesita* (página 19) en el currículo de “Elaborando una Evaluación de la Comunidad”, para obtener más información sobre cómo preparar mejor sus preguntas. Una vez que usted ha determinado las preguntas primarias, puede decidir qué clase de datos necesita. Por ejemplo, ¿desea coleccionar datos acerca de las prácticas de la comunidad, opiniones de la comunidad, servicios existentes o utilización de servicios?

2.3 Seleccione su audiencia

Para asegurar que los participantes de sus grupos de enfoque tienen la clase de experiencias y perspectivas que usted espera capturar en sus discusiones, debe seleccionar a los participantes cuidadosamente. Usted querrá capturar diferentes experiencias, pero los participantes deben tener similitudes en el sentido que se sientan cómodos compartiendo sus puntos de vista con el grupo. Usted puede hacer una encuesta corta para seleccionar a las personas, de manera que su grupo tenga las características demográficas que desea. Por ejemplo, si usted desea hacer grupos de enfoque para aprender más acerca de las prácticas sexuales de adolescentes latinos entre las edades de 13 a 18 años en su comunidad, debe asegurarse que los participantes llenan estos requisitos: sean adolescentes latinos entre las edades de 13 a 18 años y estén viviendo en su comunidad.

Como regla general, los participantes de sus grupos de enfoque deben tener similitudes y ser seleccionados basados en un grupo de criterios, esto puede ser la misma edad del grupo, sexo, raza / grupo étnico al que pertenecen. Los criterios del grupo de enfoque, dependen en la comunidad y el problema que usted está investigando. Si busca averiguar qué tan fácil es tener acceso y la calidad de los servicios de cuidado prenatal en su comunidad, usted deseará hacer grupos de enfoque con madres recientes, que viven en su comunidad.

Los siguientes son muestras de técnicas para ayudarle a seleccionar a sus participantes del grupo de enfoque:

Técnicas de muestra

A. *Muestra de conveniencia:*

Este proceso de muestra economiza tiempo y esfuerzo. Es también más rápido y más económico. Una muestra de conveniencia es aquella, donde los individuos son

seleccionados porque están a la mano o son fáciles de encontrar. Por ejemplo, ellos pueden ser clientes de su organización o pueden ser reclutados de lugares frecuentados por la población en la que usted está interesado, como tiendas de compras, lavanderías, salones de belleza, ferias de salud o las oficinas de Mujeres, Infantes y Niños (*Women, Infants, and Children*) (*WIC*, por sus siglas en inglés).

B. *Muestra “bola de nieve” (Snowball):*

Este proceso es muy útil si usted no tiene un lugar dónde reclutar a las personas fácilmente o está trabajando con un grupo que es difícil de encontrar, como por ejemplo, personas que usan drogas ilegales o adolescentes que se han escapado de sus hogares. La mayor ventaja de este proceso es que puede conseguir referencias a otros participantes potenciales, que de otra manera no podría encontrar.

- Empiece identificando una persona que llena los criterios que usted ha definido.
- Pídale que le refiera a conocidos que llenan los mismos criterios (amigos, familiares o conocidos).
- Pídale a cada nueva persona, que identifique nuevos nombres, así la “bola de nieve” se va haciendo más grande.

C. *Muestra con un propósito:*

Esto involucra seleccionar la muestra de un grupo de enfoque con características especiales. La evaluación de su comunidad puede estar interesada en personas con una condición de salud particular, como asma. Usted puede esperar que las experiencias de las personas con asma, varía en severidad o por el seguro médico que tienen o por su estado de inmigración. Usted podría preferir organizar grupos de enfoque que representen estas variaciones relevantes.

- Comience identificando las diferentes clases de personas que son importantes de incluir, como aquellos que tienen enfermedades severas y enfermedades menos severas.
- Identifique dónde puede encontrar a estas personas. A personas con enfermedades severas, puede ser posible reclutarlas en una sola clínica. Para encontrar diferentes personas de acuerdo al seguro médico, puede ser necesario reclutar personas de una clínica de la comunidad que acepta Medi-Cal, un hospital público, donde las personas sin seguro médico van por servicios y una clínica privada que recibe únicamente personas con seguro médico.

D. *Muestra de probabilidad:*

Los métodos mencionados arriba se llaman “muestras de no probabilidad” debido a que la selección de individuos, no es al azar. Las muestras de probabilidad son como escoger un nombre de un sombrero; le da a cada persona en el grupo la misma oportunidad de ser seleccionado. Este método es más difícil de seguir que los otros. La ventaja es que permite generalizar sus estadísticas para una población más grande. Debido al número pequeño de personas que participan en la mayoría de

estudios de grupos de enfoque, la muestra por probabilidad es una estrategia menos común, que la muestra de no-probabilidad. Vea la *Sección 3.4 Selección su población objetivo y su técnica de muestra* (página A-29) para más detalles sobre las muestras de probabilidad.

¿Cuántos grupos de enfoque?

El número de participantes que usted necesita reclutar depende de cuantos grupos de enfoque desea hacer. Una buena regla general es la de planear dos o tres grupos de enfoque por cada una de las poblaciones de interés. Es siempre mejor tener más de un grupo por cada población para asegurar que las perspectivas y experiencias que usted capta son representativas de la población total. Entre más veces usted escuche discutir una idea en particular u opinión, por diferentes personas, más común es la idea. Por ejemplo, si usted está interesado en el comportamiento sexual de los adolescentes, usted puede hacer dos grupos de enfoque de jovencitas y dos grupos de jóvenes. Usted puede sorprenderse de qué tan diferente del otro es cada grupo de enfoque, aún cuando reclute de la misma población y use la misma guía de discusión. Entre más grupos de enfoque conduzca, más oportunidad tiene de captar las discusiones que en forma segura, reflejan los puntos de vista más comunes de su población.

2.4 Desarrolle una guía de discusión

Los grupos de enfoque involucran discusiones concentradas en temas específicos, de manera que la guía de discusión, es un instrumento que necesita para mantener el enfoque de la discusión. Es un documento que tiene un guión para la introducción y una lista de preguntas con respuestas abiertas (open-ended) que generan discusión. La guía de discusión incluye: un guión para la introducción, propósito, reglas de conducta, preguntas para el grupo de enfoque y declaraciones para cerrar la discusión. Además, la guía de discusión también asegura que los diferentes grupos de enfoque son conducidos en una estructura similar, asegurando que los datos se recolecten sistemáticamente.

Finalmente, es importante que la guía de discusión tenga el orden de las preguntas que usted quiere que sean contestadas. Lo siguiente provee una guía del orden de las preguntas:

- **Preguntas de introducción:** las primeras preguntas ayudan a los participantes a pensar acerca del tema. Por ejemplo, éstas pueden ser preguntas generales acerca de su salud, por ejemplo: ¿qué hacen ellos típicamente para cuidar de sí mismos?
- **Preguntas de transición:** estas preguntas mueven a los participantes de los temas de introducción a las ideas que contienen preguntas claves. Si conduce un grupo de enfoque acerca del cáncer del seno, las preguntas de transición podrían incluir, ¿a dónde van las mujeres para obtener información o servicios?

- **Preguntas claves:** son dos a cinco preguntas importantes para conseguir la información que usted desea coleccionar.
- **Preguntas para terminar:** son las preguntas que ofrecen el cierre de un tema y reflexión. Estas preguntas pueden también pedir sugerencias o recomendaciones.
- **Preguntas de resumen:** el moderador o la persona que toma apuntes, en una presentación oral breve (dos a tres minutos) hace un resumen de los temas más importantes discutidos durante la sesión. Después pregunta a los participantes si el resumen cubrió todos los puntos más sobresalientes.

Nota importante: Las preguntas iniciales toman la mayor parte del tiempo, asegúrese del tiempo para cubrir cada pregunta y que las respuestas a las preguntas más importantes sean respondidas.

2.5 Elabore un horario para el grupo de enfoque

Mantenga en mente a los participantes de los grupos de enfoque, cuando seleccione un lugar o la hora del día. Por ejemplo, seleccione un lugar en la comunidad de fácil acceso. También escoja una hora que ofrezca la mayor participación y asistencia. Las siguientes son guías para los horarios de los grupos de enfoque:

Escoja el lugar

Los grupos de enfoque deben hacerse en lugar conveniente y de fácil acceso para los participantes. Escoja un lugar que sea tranquilo y privado. Necesita que haya bastante espacio para una grabadora y distribuir alimentos. También es importante seleccionar un ambiente neutral. Tenga cuidado de ambientes hostiles o intimidantes o de organizaciones que pueden tener conflicto de interés con los temas que se discuten. Haga un poco de investigación y verifique con las personas para asegurarse que ha seleccionado el lugar más apropiado, conveniente y agradable.

Seleccione la hora del día

Los participantes a su grupo de enfoque determinan cuándo usted puede hacer los grupos de enfoque. Por ejemplo, si usted está buscando reclutar adolescentes para su grupo de enfoque, puede hacer la reunión en la tarde después de la escuela. Para personas adultas que trabajan, temprano en la noche puede ser mejor hora especialmente si se ofrece comida.

2.6 Reclute participantes para el grupo de enfoque

Es muy importante tener las personas apropiadas para participar en su grupo de enfoque. Una herramienta para escoger a las personas, puede ayudarle a seleccionar las personas apropiadas. La herramienta es una encuesta acerca de la historia de la persona para asegurar que tiene las características que usted busca para el grupo. La herramienta de prueba le ayuda a reclutar participantes para los grupos de enfoque.

Desarrolle la herramienta para la selección

Los siguientes son los componentes que incluye una herramienta de selección:

- Introducción y explicación acerca del grupo de enfoque, el cual incluye la historia del proyecto y la información que usted va coleccionar.
- Preguntas que califican a las personas para ser reclutadas en su grupo de enfoque. Dependiendo de la información que usted busca y a quién quiere reclutar, puede hacer varias preguntas para ver si las personas califican. Por ejemplo, algunas preguntas para calificar a las personas son: la comunidad donde viven, su raza/ grupo étnico o el estado de su seguro médico. Preguntas demográficas como la edad, el estado civil, el número de hijos, educación y los ingresos mensuales, también son preguntas para clasificar a las personas.
- Invite a las personas que completaron todos los requisitos. La persona que hace la selección (screener), puede entusiasmar a las personas a asistir al grupo de enfoque, resaltar los incentivos que se ofrecen y dar información específica acerca de la fecha, hora y lugar, donde se va a efectuar el grupo de enfoque. Las herramientas que se utilizan para seleccionar tienen un papel muy importante en el reclutamiento de las personas.

Reclutamiento de los participantes

- Invite a aquellos que llenan todos sus criterios
- Utilice a la persona que hace la selección para hacer que el grupo de enfoque parezca interesante y que valga la pena
- Reclute a las personas por lo menos un mes por adelantado y llámelos para recordarles, una semana antes de la reunión del grupo de enfoque
- Llame nuevamente un día antes de realizar el grupo de enfoque
- Aumente el número de personas que recluta, por lo menos en 20%. No todos los participantes se presentaran.
- Resalte cualquier incentivo que ofrezca

Ofrezca incentivos

Incentivos incluyen:

- Cuidado de los niños
- Transporte

- Comida
- Ropa, como camisetas (t-shirts) o gorras de béisbol
- Regalos (como tazas para café, botellas de agua o bolsas para el gimnasio)
- Certificados de regalos
- Dinero en efectivo

Estos incentivos pueden ayudarle a reclutar y a atraer participantes, también demostrará que usted valora su tiempo y sus ideas. Determine la cantidad que puede pagar para atraer y reclutar participantes y déselas al final del grupo de enfoque como un incentivo para quedarse y aportar ideas. Asegúrese ofrecer lo más apropiado para la población que participa. Tenga en cuenta que la oportunidad de discutir sus experiencias y opiniones, podría ser un incentivo para algunos participantes.

2.7 Reclute un moderador y una persona para tomar apuntes

Identifique un moderador para tratar la discusión del grupo. La guía de discusión que usted desarrolla con sus socios, guía al moderador con las preguntas que usted quiere que sean contestadas. Durante el grupo de enfoque, el moderador es responsable por establecer las reglas, mantener la discusión concentrada en el tema, lograr comentarios de los participantes callados y preguntar, cuando se necesita, por clarificación o información adicional de los participantes.

Papel y habilidades del moderador

Los siguientes puntos muestran las responsabilidades del moderador y algunas de las habilidades que se necesitan. Esta lista le puede ayudar a escoger al moderador más apropiado y calificado. El moderador ideal:

- Se siente cómodo y en familia con el proceso del grupo de enfoque.
- Tiene experiencia facilitando grupos o reuniones.
- Crea y mantiene un ambiente cómodo para los participantes.
- Permanece neutral; no ofrece opiniones personales u opiniones acerca de lo que se discute.
- Mantiene control sobre el grupo y los temas que se discuten, pero tiene cuidado de no tratar la discusión o aparecer agresivo y controlador.
- Es bueno para escuchar; entiende lo que se dice y sabe cuándo preguntar para hacer que los participantes extiendan o clarifiquen sus comentarios.
- Es un buen observador; nota cuándo los participantes desean hablar y les da oportunidad de expresar sus comentarios. Involucra a los participantes callados y crea un ambiente donde ellos puedan hablar.

- No hace resaltar a nadie, pero presta atención a la oportunidad de traer a la discusión a personas que no participan.
- Mantiene el entusiasmo y el interés del grupo.
- Respeta a los participantes y sus comentarios.
- Se comunica claramente por escrito y oralmente.
- Tiene un buen sentido del humor.

Basado en los grupos de enfoque y el tema que se discute, deben tenerse en consideración las características demográficas del moderador. Por ejemplo, si se conduce un grupo de enfoque en abuso doméstico, un moderador masculino puede no ser la persona más apropiada.

Habilidades y papel de la persona que toma los apuntes

Cada grupo de enfoque necesita una persona que toma apuntes detalladas y escribe las observaciones. Debido a que una grabadora captura los detalles de la discusión, la persona que toma apuntes no necesita escribir palabra por palabra. Por el contrario, el papel de esta persona es escuchar con atención, observar las interacciones del grupo y hacer un resumen de los puntos y observaciones que no fueron capturados por la grabadora.

La persona que toma apuntes es responsable de lo siguiente:

- Escribe las etiquetas con los nombres de los participantes y el moderador, usando el primer nombre únicamente.
- Maneja la grabadora.
- Se hace cargo de las condiciones ambientales (aire acondicionado, organización del cuarto, luz, etc.)
- Atiende la comida y los refrescos.
- Distribuye los incentivos al final de la discusión.
- Responde a las interrupciones inesperadas (personas que llegan tarde, o ruidos de afuera).
- Mantiene cuenta del tiempo.
- Ayuda a resumir los puntos más importantes que se presentaron.

Métodos de documentación (grabadora y tomar apuntes)

Es una buena idea grabar los grupos de enfoque y tener una persona que toma apuntes. La grabadora captura lo que dicen los participantes, mientras que los apuntes indican las observaciones de los participantes. La combinación de ambas, representa un

cuadro más claro de lo que se dijo y de cómo los participantes respondieron o reaccionaron.

Consejos para tomar apuntes

- Escriba los apuntes tan completas y claras como sea posible.
- Esté alerta a señales, posturas, gestos, comentarios, expresiones faciales que pueden indicar cómo los participantes se sienten o reaccionan a las preguntas.
- Escuche por señales a puntos importantes, la transición de un punto al siguiente, repetición de los puntos para más énfasis y otros temas.
- No trate de escribir todo lo que dicen los participantes. No es posible y no es necesario, porque no todo es igualmente importante. Tome tiempo escuchando para capturar los puntos más importantes. La grabación de la discusión le ayudará a llenar cualquier vacío.

2.8 Conduzca el grupo de enfoque

A. Procedimientos y reglas básicas

Comience la discusión con la bienvenida y las presentaciones, seguida de una perspectiva general de su proyecto, una presentación de la persona que toma los apuntes, el papel del moderador, las reglas básicas, comentarios acerca de confidencialidad y preguntas de la discusión. La perspectiva general debe ser una discusión franca acerca de la información que usted busca y la importancia de los temas que se van a discutir. Ponga énfasis en cómo los participantes y su comunidad se beneficiarán de lo que se aprenda. Reglas básicas incluyen, respetar las opiniones de otros, asegurar la participación compartida del grupo y finalizar cada pregunta antes de pasar a la siguiente. Finalmente, es muy importante hacer énfasis a los participantes, acerca de que no hay respuestas correctas o incorrectas.

B. Confidencialidad

Además de darles a los participantes información acerca del grupo de enfoque, asegúreles que usted no usará sus nombres o cualquier otra forma de información que los identifique, en ninguna de las publicaciones o informes que usted escriba. Quizás también debe decirles que la información individualmente identificada y los comentarios que hicieron, se mantendrán confidenciales y no serán compartidos con nadie. Va a ser necesario que usted repita esto durante el

proceso de selección (screening) y en el grupo de enfoque, para que los participantes se sientan más cómodos y deseen participar. Esto también puede ayudar a los participantes a compartir sus percepciones y creencias (Para más información sobre confidencialidad vea la *Sección 2.9 Compile y Organice los Datos* en las página A – 23.)

C. Usando la guía de discusión

Como moderador, usted debe usar la guía de discusión desarrollada, como un mapa de caminos para guiar la discusión y seguirla de cerca. Sin embargo, es importante, ser flexible si el orden de las preguntas cambia o si se termina el tiempo. Esté preparado para esto y tenga un plan para hacer las preguntas claves antes que termine el tiempo.

D. Técnicas para moderar el grupo *

- **Haga pausas y pruebe.** Después de hacer una pregunta, haga una pausa de 5 segundos. Esta pausa de 5 segundos le da a las personas oportunidad de participar y dar sus comentarios. Algunas veces el silencio ayuda a dar valor para hablar. Siga las preguntas para probar, como . . . “¿le gustaría darme un ejemplo?” Úselas cuando sea necesario para conseguir más información de los participantes y únicamente si el tema no sale a la superficie.
- **Responda a los comentarios de los participantes.** Recuerde mantenerse neutral. *Evite* usar respuestas verbales positivas como "correcto" o "eso está bien." Los moderadores deben usar frases para animar como, "gracias por compartir eso con nosotros."
- **Esté atento a la dinámica del grupo.** Observe a la persona que domina la discusión, el participante que no habla o que habla sin decir nada, para ver si ellos están afectando la discusión.
- **No permita que una sola persona domine la discusión.** Si usted permite que las personas constantemente interrumpen o permite que uno o dos participantes controlen la reunión, se toma el riesgo de que los otros participantes se sientan frustrados y furiosos. Para ayudar a prevenir esto, de antemano, indique la regla de igual participación a los participantes. A la primera señal de problema, diríjase a la regla de igual participación.

* Esta sección fue adaptada en parte de *Using Focus Groups for Evaluation* por Mary Marczak y Meg Sewell. Recuperado de la University of Arizona, Marzo 2003.

- **Estimule a los participantes callados a que hablen.** No obligue a una persona a hablar. Observe por oportunidades de involucrar a las personas calladas a participar. Aprenda los nombres de los participantes y llámelos por su nombre, cuando lo necesite. (Nota: los participantes tienen tarjetas con sus nombres). Puede ayudar decirles después de unas preguntas, “permitamos oír hablar a aquellas personas que no han tenido aún la oportunidad de hablar”.
- **Permita que los participantes respondan uno al otro.** Anime a los participantes. Si las preguntas o comentarios están dirigidas a usted, trate de pasarlos a otra persona y haga la pregunta de nuevo a los participantes. Si un participante le mira y dice, ¿no es eso correcto?” devuelva la pregunta al grupo diciendo “¿ha tenido alguien una experiencia similar?” (Nota: los moderadores deben ser las personas que menos hablan en el grupo).
- **Mantenga la discusión en el tema.** Debido a que los temas importantes están usualmente relacionados uno con el otro, es fácil para los grupos mover la conversación a otras áreas. Los participantes necesitan la libertad de explorar conexiones e ideas, *pero* trate de mantener la discusión en el tema de la sesión. Los moderadores deben escuchar bien y pensar rápido, asegurándose que la discusión se mantenga en el tema.
- **Haga un resumen de los comentarios antes de pasar a la próxima pregunta o use preguntas de finalización.** Esto ayuda a los participantes para saber que usted está listo para pasar a la próxima pregunta.

E. *Duración de los grupos de enfoque*

Los grupos de enfoque duran entre 1 y 2 horas. Es generalmente una buena idea tener grupos de enfoque de 2 horas para adultos y de 1 hora, para los adolescentes. Esto da tiempo suficiente para hacer varias preguntas y conseguir una buena cantidad de información.

F. *Tamaño del grupo de enfoque*

Los grupos de enfoque deben estar formados de 6 a 12 personas, que comparten las características de la población que usted está estudiando. Trate de invitar a más de 12 personas debido a que en muchos casos, algunas personas no se presentan.

2.9 Compile y organice los datos

Tan pronto como sus socios comienzan el proceso de coleccionar los datos del grupo de enfoque, usted de repente tendrá que administrar gran cantidad de datos. Es muy importante pensar acerca de esto mientras se encuentra en la fase de planificación de la colección de datos. Específicamente, usted quiere discutir con sus socios lo siguiente y anotar sus decisiones.

A. *¿Cómo lucirán los datos del grupo de enfoque una vez que se coleccionen?*

- La información incluye comentarios en forma narrativa, los cuales pueden encajar en categorías lógicas. Estos pueden ser similares o pueden variar.

B. *¿Cómo serán los datos colectados y recopilados?* (Vea el Apéndice B: *Programas de Computación para Compilar y Analizar Datos* en la página B-65 para programas de informática y recursos de computación que pueden ayudarle a recopilar los datos)

⇒ Los datos que colecte del grupo de enfoque, serán cualitativos. Después de cada grupo de enfoque, el moderador y la persona que toma los apuntes debe escribir puntos y comentarios adicionales. En los siguientes días, la persona que tomó apuntes u otra persona asignada, debe escribir (en máquina o en computador) los apuntes de los grupos de enfoque, usando la grabación para llenar cualquier vacío o clarificar información. Los documentos muy largos no ayudan, porque no hay una manera fácil de ver las relaciones a lo largo de las discusiones del grupo de enfoque. De manera que la persona asignada, puede considerar organizar los datos cualitativos desde un comienzo en categorías mayores. Estas categorías son comúnmente, las preguntas que se hicieron al grupo de enfoque. De esta manera, usted tiene en su documento todas las discusiones de los participantes, organizadas bajo cada pregunta.

- Un individuo o agencia debe ser asignado para crear el archivo maestro (master file), desarrollar las categorías y cortar y pegar los apuntes en las correspondientes categorías.
- Un individuo o agencia debe ser también asignado para cuidar de las cintas de grabación.

C. *¿Dónde serán procesados y recopilados los datos de la encuesta?*

- Es importante planear por adelantado de dónde vienen y hacia dónde van los datos, todo el tiempo, durante el proceso de colección. Esto elimina cualquier confusión que pueda resultar cuando varios socios del grupo y agencias toman a su cargo las actividades de coleccionar y recopilar los datos de los grupos de enfoque. También clarifica antes de tiempo, qué pasos se necesitan para coleccionar, entrar, copilar y analizar los diferentes componentes de los datos.

- Una vez que su grupo de socios ha pensado acerca de los puntos anteriores, usted debe tener una idea clara de adónde se realizará cada grupo de enfoque y dónde se mantendrán los datos.

D. *¿Qué tal acerca de la confidencialidad de los participantes?*

- ⇒ El asegurar la confidencialidad es algo crítico. Dependiendo de la naturaleza del tema, es buena idea permitir que los participantes de los grupos de enfoque, sepan que usted no usará sus nombres o cualquier otra información que los identifique, en su informe o publicación final. Asegúreles que sus respuestas se mantendrán confidenciales. Los resultados deben concentrarse en el contenido de las discusiones de grupo, más que en identificar quien lo dijo. Esto puede animar a las personas a participar, los hace sentir más cómodos y con deseos de compartir abiertamente sus opiniones acerca del tema.
- ⇒ Después de coleccionar los datos de los individuos, (a quienes se les refiere como, sujetos o seres humanos), hay unas pocas reglas importantes de tener en consideración cuando maneja sus respuestas:
 - Mantenga cualquier información que identifique a la persona en un lugar seguro (como nombres, números de teléfono, dirección, números del seguro social, apuntes y cintas de grabaciones de los grupos de enfoque). Esto puede ser simplemente un cajón con llave del archivo, o una contraseña de protección en el computador, el cual asegura que nadie tendrá acceso a las respuestas confidenciales de su población de muestra.
 - Mantenga la información de identificación, en un lugar donde menos personas tengan acceso a la información privada.
 - Retire cualquier información de identidad que esté asociada con los datos. Cuando haga la transcripción de la información de la grabadora, a su documento, indique cada persona que responde, asignándole un número único. Usted puede comenzar con " Participante # 1" y asignarle un número diferente a cada participante que transcribe. Mantenga los apuntes de su grupo de enfoque y los materiales impresos en un cajón con llave.
 - Evite coleccionar información innecesaria. Usted puede preguntar por información demográfica sin preguntar información personal.

Ventajas y desventajas de los grupos de enfoque

Ventajas	Desventajas
<ul style="list-style-type: none"> • Flexibilidad • Captura datos ricos en significado y profundidad • Resultados inmediatos • Anima y estimula a los individuos para compartir ideas más abiertamente • Los datos pueden ser combinados con datos cuantitativos para presentar un cuadro mejor del tema 	<ul style="list-style-type: none"> • Puede ser un desafío reclutar participantes ocupados o difíciles de encontrar • Necesita reunir por lo menos dos a tres grupos de enfoque para capturar diversidad • Es difícil generalizar los resultados a una población más grande • Es difícil comparar los resultados a lo largo de los grupos

Recursos:

- American Statistical Association, Section on Survey Research Methods. **What Are Focus Groups?** <http://www.whatisasurvey.info/>
- National Science Foundation: **The 2002 User-Friendly Handbook for Project Evaluation.** <http://www.nsf.gov/pubs/2002/nsf02057/start.htm>
- Washington State University. **Community Ventures: Focus Groups- A Tool for Understanding Community Perceptions and Experiences.** <http://cru.cahe.wsu.edu/CEPublications/wrep0128/wrep0128.html>

Referencias:

Aday, L.A. (1996). *Designing and Conducting Health Surveys: A Comprehensive Guide*. San Francisco, CA: Jossey-Bass Publishers.

California Department of Health Services and Northern California Grantmakers AIDS Task Force (1998). *Good Questions/ Better Answers: A Formative Research Handbook for California HIV Prevention Programs*. Retrieved February 22, 2004 from: <http://www.caps.ucsf.edu/capsweb/goodquestions/>

Douglah, M. (2002). *Focus Groups Workshop Workbook*. University of Wisconsin-Cooperative Extension-Program Development and Evaluation. Retrieved October 29, 2003 from: <http://www.uwex.edu/ces/pdande/evaluation/pdf/FocusWkbk.pdf>

Lewis, M. (2000). *Focus Group Interviews in Qualitative Research: A Review of the Literature*. University of Sydney-Health Science Education. Retrieved November 11, 2004 from: <http://www2.fhs.usyd.edu.au/arow/arer/002.htm>

Marczak, M. & Sewell, M. (n.d.) *Using Focus Groups for Evaluation*. Tucson, Arizona: University of Arizona. Retrieved October 12, 2003 from: <http://ag.arizona.edu/fcs/cyfernet/cyfar/focus.htm>

Penn State College of Agricultural Sciences (n.d.) *.Focus Group Notes*. University Park, PA: Pennsylvania State. Retrieved November 20, 2003 from: <http://www.cas.psu.edu/docs/aefs497/focus.html>

Taylor-Powell, E. (1998). *Sampling*. University of Wisconsin, Cooperative Extension-Program Development and Evaluation. Retrieved October 29, 2003 from: http://cecommerce.uwex.edu/pdfs/G3658_3.PDF

Sección 3: Encuestas (Surveys)

Propósito

Las encuestas son maneras comunes de coleccionar datos y se usan frecuentemente para hacer evaluaciones de la comunidad. Las encuestas están compuestas de preguntas cuidadosamente redactadas acerca de un tema. Frecuentemente se usan para reunir información acerca de los niveles de salud de los residentes, su bienestar social y acceso a los servicios.

Para hacer encuestas, alguna instrucción y experiencia generalmente le ayuda. Compruebe si su grupo de socios han tenido experiencia previa en diseñar o implementar encuestas. Las experiencias y las ideas de los socios pueden dar la guía para ayudarle a prevenir errores comunes.

Los métodos más comúnmente usados son:

- Encuestas por correo
- Encuestas que se entregan en persona
- Encuestas cara-a-cara
- Encuestas por teléfono

La información cualitativa se colecta usualmente usando preguntas abiertas (open-ended); mientras que la información cuantitativa se colecta usando decisiones forzadas (forced-choice) o preguntas dirigidas. Una encuesta puede incorporar ambas clases de preguntas. Por ejemplo, las encuestas pueden tener preguntas cuantitativas, como, ¿qué tan frecuentemente participan las personas en deportes o actividades físicas cada semana? Estas preguntas son estructuradas y muy posiblemente tienen respuestas preestablecidas. Las preguntas cualitativas, por otra parte, no son estructuradas y permiten una respuesta libre de los participantes. Por ejemplo, una pregunta cualitativa puede pedirle a la persona que responda: *Dígame, ¿por qué es el baloncesto su actividad física favorita?*

Cuándo hacer una encuesta

Una encuesta es una buena selección cuando usted desea:

- Aprender más acerca de las características demográficas de su comunidad
 - edad
 - sexo
 - ingresos económicos
 - educación
 - estado de seguro médico
- Quiere reunir información de los residentes de la comunidad acerca de sus:
 - comportamientos
 - opiniones

- actitudes
- creencias
- Desea determinar el nivel de conocimiento que tienen los residentes de la comunidad acerca de un tema determinado.
- Quiere apoyar, expandir o entender mejor los datos cuantitativos y cualitativos que ya tiene.
- Desea hacer comparaciones sobre diferentes grupos de la población.

La planificación de una encuesta

Los siguientes son algunos pasos básicos involucrados en la planificación e implementación de una encuesta en la comunidad:

- 3.1 Reúna y revise los datos existentes*
- 3.2 Determine si el método de coleccionar datos es apropiado*
- 3.3 Determine su propósito*
- 3.4 Seleccione su población objetivo y su técnica de muestra*
- 3.5 Seleccione el método de encuesta*
- 3.6 Diseño de las preguntas de la encuesta*
- 3.7 Haga una pre-prueba de la encuesta*
- 3.8 Publique y distribuya la encuesta*
- 3.9 Coleccione y organice los datos de la encuesta*

3.1 Reúna y revise los datos existentes

Coleccione y revise los datos existentes para decidir qué información adicional necesita usted de las personas que responden a la encuesta. Usted puede reunir una gran cantidad de información de diferentes fuentes acerca de una comunidad o tema. Asegúrese de revisar los datos existentes antes de decidir hacer una encuesta. Puede suceder que la información que busca ya existe.

3.2 Determine si el método de coleccionar datos es apropiado

Antes de diseñar una encuesta, determine qué información necesita coleccionar y decida si una encuesta podría ser el método más apropiado. Por ejemplo, si usted desea una discusión más detallada acerca de por qué los jóvenes en su comunidad fuman, los grupos de enfoque serían una selección más apropiada. Si desea determinar cuántos jóvenes en su comunidad fuman, cuánto fuman y cuánto tiempo llevan fumando, una encuesta sería el mejor método. Antes de decidir usar una encuesta, asegúrese de revisar varios métodos de este currículum y determine cuál es el mejor acercamiento para conseguir los datos que necesita.

3.3 Determine su propósito

Una vez que usted decida usar el método de encuesta, defina su propósito identificando la información que necesita. *Paso 3: Identifique la Información (Datos) que Necesita;* en el currículo de “Elaborando una Evaluación de la Comunidad” (página 19) le guiaremos a través del proceso. La información le dará direcciones acerca de cómo preparar y escribir las preguntas primarias. Una vez que usted ha elaborado un borrador de sus preguntas, determine qué clase de datos necesita. Por ejemplo, ¿desea coleccionar datos sobre prácticas comunitarias, opiniones de la comunidad, o sobre servicios existentes, utilización de servicios y otros temas?

Defina el contenido de la encuesta

El propósito de su encuesta determina las preguntas que debe hacer. Usted debe estar muy claro desde un principio acerca de los datos que necesita, debido a que es casi imposible cambiar o agregar preguntas una vez que se ha iniciado la colección de datos.

3.4 Seleccione su población objetivo y su técnica de muestra

Antes de comenzar su encuesta, seleccione su población-objetivo. Esto define su “marco de muestra” o la población conocida de donde va a seleccionar. Los siguientes son dos pasos para determinar su población.

- *Defina su población objetivo:* identifique su grupo de interés o población. Esto es, el grupo de individuos de su comunidad que usted quiere sea representado en la encuesta. Si son los *jóvenes en riesgo* de adquirir enfermedades transmitidas sexualmente, defina el rango de edad (de qué edad a qué edad). Defina qué es “en riesgo”.
- *Identifique el área geográfica de su población:* ¿Dónde está localizado su grupo de interés? ¿Cuáles son los límites geográficos de su población? Esto determina dónde se llevará a efecto su encuesta.

Cómo encontrar participantes potenciales usando técnicas de muestras

Debido a que usted no podrá reclutar y estudiar a cada individuo en una población, seleccione “una muestra” de la población. Una *muestra*, es una *subdivisión o porción de la población*, que se selecciona para el estudio. Una muestra de buena calidad debe representar con precisión a la población a la que usted desea hacer la encuesta. Las muestras le permiten asumir que los patrones que ve en su encuesta, son los mismos patrones que encontraría si usted entrevistara a la población en su totalidad.

La técnica de muestra, es el método que usted usa para seleccionar las personas con quienes desea hacer la encuesta. La técnica que selecciona depende en gran parte, de los siguientes criterios: población objetivo, precisión, conveniencia y costo. Las siguientes son varias técnicas de muestra que puede usar para escoger a los participantes:

A. *Muestra al azar:*

Este es el proceso mejor y más común usado para seleccionar una muestra de encuestas, que refleja la población con precisión. Involucra los siguientes pasos:

- Primero, usted necesita una lista de personas. Esta lista es su población. Por ejemplo, si desea una muestra de estudiantes, vaya a las escuelas del área y consiga listas de los estudiantes. La lista puede ser también, direcciones de las casas o una gama de números de teléfono (no seleccione números específicos del libro de teléfonos, porque una gran cantidad de números telefónicos no están en las listas).
- Determine cuántas personas hay en su población y cuántas personas necesita entrevistar. Si hay 1, 000 estudiantes en la escuela y desea entrevistar a 100 de ellos, necesitará seleccionar 100/1,000 al azar o uno de cada diez.
- Usted necesita identificar esos 100 estudiantes *al azar*. Escoger cada décimo estudiante no es una selección al azar, de manera que necesita una tabla o programa de computación de números al azar, para hacer la selección. Un programa es: <http://www.randomizer.org/form.htm>. Usted necesita un juego de números (si está haciendo una encuesta), necesita 100 números en el juego y los números van de 1-1,000. Oprima una tecla al azar y le dará el número de estudiantes que debe escoger.

También puede hacerlo usando el programa Excel. Vamos a asumir que puede copiar y pegar la lista de nombres de los estudiantes, en una columna de la hoja de cálculo (spreadsheet) de Excel. Después, en la columna próxima al nombre pegue la función =RAND() la cual es la forma cómo Excel pone un número al azar, entre 0 y 1 en las celdas. Luego, ordene ambas columnas -- la lista de nombres y los números al azar -- por números al azar. Esto reorganiza la lista en orden al azar, del número más bajo al número más alto. Entonces, todo lo que tiene que hacer es tomar los primeros 100 números en estas listas ordenadas.

B. *Muestra Sistemática:*

Puede usar este método cuando no es posible una selección al azar (vea arriba).

- Primero necesita empezar con una lista de personas. Vamos a decir que usted tiene una lista de clientes de la clínica de la comunidad con números de 1 a 400 y quiere una muestra de 40 de la lista. (Nota: la lista de números puede no estar en un orden específico, como por ejemplo alfabético, por estado, de seguro, número de identificación, u otros patrones regulares).

- Comience su muestra seleccionando un número al azar. Este número al azar será su punto de partida. Digamos, que selecciona al azar el número 3.
- Después, usted necesita calcular su *intervalo de muestra*. Esto se hace fácilmente, dividiendo su población por la muestra que necesita. En este caso usted quiere una muestra de 40 de la lista de 400 clientes. Entonces divide 400 por 40 ($400/40 = 10$). Su intervalo es 10. Ahora regresemos a su número al azar de 3. La primera persona seleccionada para estar en su muestra, será el cliente número 3. Su segunda persona será el cliente $3 + 10 = 13$, su tercera persona para escoger sería la cliente $13 + 10 = 23$, y así sucesivamente.
- Si usted llega al final de su lista y no tiene el tamaño de muestra que necesita, regrese al comienzo de la lista y continúe contando hasta cuando tenga el tamaño de muestra que necesita.
- También puede lograr la misma técnica de muestreo sistemático, aun cuando no tenga una lista de su población. Por ejemplo, si hace una encuesta a los pacientes de una clínica, usted puede tratarse a cada quinta persona que entra a la clínica. Es este caso, usted quiere acercarse a los pacientes a diferentes horas del día y la semana para asegurar que incluye la variedad de pacientes que vienen a recibir cuidado. En otras palabras, las madres que llevan sus niños a la clínica durante el día, son diferentes de las personas que vienen después del trabajo o de los pacientes que vienen tarde en la noche.

[Nota: Los siguientes dos ejemplos de técnicas de muestra, no le darán un ejemplo preciso que representa su población. Sin embargo, estas técnicas de muestra pueden ser útiles y apropiadas, si está tratando con poblaciones difíciles de alcanzar.]

C. *Muestra de "bola de nieve" (Snowball):*

Este proceso de muestreo puede ser útil si usted no tiene una lista de individuos para comenzar o está trabajando con poblaciones difíciles de encontrar, como por ejemplo, individuos que usan drogas ilegales o adolescentes que se escapan del hogar. La mayor ventaja de este proceso es que usted puede conseguir referencias para participantes potenciales que de otra manera, no sería posible encontrar. Incluya los siguientes pasos:

- Comience identificando a la persona que llena los criterios que busca.
- Luego, pregúnteles a ellos que le refieran o otros que también llenan los criterios, (amigos o conocidos).
- A medida que ellos identifican nombres, la bola de nieve va creciendo.
- Este modelo de muestra puede ser útil en identificar miembros de la población correcta y en conseguir el número de personas que usted necesita.

Tenga en mente que este proceso de muestra, introduce prejuicios. Los prejuicios son introducidos si las personas refieren a otros que son como ellos y tienen perspectivas y experiencias similares. Por medio de la muestra de "bola de nieve"

que va creciendo, puede terminar con un grupo de personas que no representan la población objetivo que usted busca estudiar y que son comunes únicamente entre este grupo social particular. Por ejemplo, si usted inicia una muestra de bola de nieve que crece, con un individuo que usa drogas intravenosas, su muestra final puede tener una proporción mucho mayor de individuos que usan drogas de lo que actualmente ocurre en la población en general. De manera que cualquier conclusión que saque de su muestra, como altos porcentajes de prisión, serán posiblemente, mucho más elevados de lo que realmente son, en verdad, para la población en total. Pero si su intención es alcanzar a tantos individuos que usan drogas como pueda conseguir, para poder describir el estado de salud y las perspectivas de los individuos que usan drogas intravenosas, entonces, esta es una forma apropiada de tomar una muestra de la población difícil de conseguir.

D. *Muestra de conveniencia:*

Este proceso de muestra, economiza tiempo y esfuerzo. También es rápido y menos costoso, pero da información que no refleja una población grande.

- En una muestra de conveniencia, se seleccionan a los individuos porque son de fácil acceso. Por ejemplo, ellos pueden ser clientes de su organización o reclutados en lugares que su población frecuenta regularmente (centros comerciales, lavanderías, salones de belleza o las oficinas de *Women, Infants and Children*)

E. *Muestreo estratificado (cluster):*

Este proceso de muestra economiza tiempo y esfuerzo, especialmente si la encuesta es administrada por alguien del grupo de socios de la comunidad. Este método se ha usado en encuestas de la comunidad, de personas que viven en ciertas áreas geográficas.

- Este método divide su población en grupos o estratos (clusters). Se seleccionan al azar un número de grupos y después los mismos son incluidos en la muestra.
- Por ejemplo, digamos que usted desea saber más acerca de la cobertura de seguro de salud en su comunidad. Los grupos más comunes son los barrios (o área postal o reportes del Censo). En lugar de coleccionar datos en toda el área geográfica, se escoge una subdivisión o área de la comunidad para representar a la comunidad completa.

3.5 Seleccione el método de encuesta

La selección del método más apropiado depende de un número de temas, incluyendo:

- Clase de preguntas por hacer
- Complejidad de las preguntas
- Tiempo para hacerlas

- Población objetivo
- Costo en tiempo y en dólares

Los siguientes son varias clases de métodos de encuesta:

- A. Auto-administradas: estas encuestas las completan las personas que responden por sí mismas, sin la ayuda de entrevistadores y se les puede dar a las personas en diferentes formas. Los siguientes son dos encuestas auto-administradas que revisaremos:
1. *Encuestas por correo*
 2. *Encuestas que se entregan directamente*
- B. Administradas por un entrevistador: Estas encuestas se completan con la ayuda de un entrevistador entrenado y se pueden entregar, de diferentes maneras, a las personas que responden. Las siguientes son dos de estas encuestas que revisaremos:
1. *Encuestas por teléfono*
 2. *Encuestas cara-a-cara*

	Ventajas	Desventajas
<p>Encuestas por correo: Encuestas que se envían por correo a individuos, hogares o negocios.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Bajas en costos en comparación con otros métodos de encuesta. Costos relacionados incluyen, impresión, estampillas y tiempo del personal para organizar los sobres. • Los participantes controlan el tiempo que necesitan para completar la encuesta. • Las personas pueden sentirse más cómodas compartiendo información sensitiva en forma anónima. • Por medio de este método es posible alcanzar más personas y tener una muestra más grande. 	<ul style="list-style-type: none"> • Los promedios de respuesta no son muy altos para encuestas por correo. Comúnmente los promedios son entre 20 y 30%. • Las personas que responden pueden no responder a todas las preguntas porque no hay quien clarifique las preguntas confusas. • Puede tomar un par de semanas antes de comenzar a recibir las encuestas. • Puede limitar el número de participantes de las encuestas. Únicamente individuos con ciertas habilidades para leer y escribir pueden responder.
<p>Encuestas que se entregan directamente: Son usadas cuando usted tiene una audiencia grande y atenta participando en una reunión. Las encuestas se distribuyen a esta audiencia. Este método permite contacto personal y oportunidad de explicar la importancia de la encuesta. Los participantes completan la encuesta y el investigador o un voluntario las recoge.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Los participantes controlan la rapidez y el tiempo que necesitan para llenar la encuesta. • Hay una mejor posibilidad que las personas completen la encuesta porque tienen a una persona que les explica el propósito y la importancia de la encuesta. • El personal que recoge las encuestas puede revisarlas para asegurar que estén completas. • Las encuestas pueden distribuirse donde quiera que hay una audiencia (en la sala de espera de la clínica, la lavandería, clases de educación de salud, clase de la escuela o un festival local). 	<ul style="list-style-type: none"> • Debido al tiempo que se toma hacer contactos personales con las personas que responden y distribuir la encuesta, tiene que limitar el tamaño a una muestra más pequeña. • Las personas del lugar seleccionado para la encuesta, pueden no representar la población en su totalidad.

	Ventajas	Desventajas
<p>Encuestas por teléfono: Las encuestas se hacen por teléfono. Un entrevistador entrenado hace las preguntas de la encuesta.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • El entrevistador entrenado puede desarrollar un buen entendimiento con las personas que responden por teléfono. • Es posible que un mayor número de personas complete la encuesta porque tienen una persona que les explica su propósito e importancia. • Una encuesta por teléfono usualmente tiene preguntas sencillas con una selección limitada de respuestas. 	<ul style="list-style-type: none"> • Usted necesita números de teléfono precisos y actualizados. • Usted no puede controlar quién contesta el teléfono o puede responder una máquina de contestar o no tener respuesta. • Las encuestas por teléfono pueden ser costosas en términos de dinero y tiempo del personal. • Debido a que no hay una interacción cara-a-cara, las personas que contestan pueden sospechar la legitimidad de la encuesta. • Puede excluir de su muestra a personas que no tienen teléfono. • El promedio de respuestas es de alrededor del 50%.
<p>Encuesta cara-a-cara: Encuestas hechas en persona. Un entrevistador entrenado hace las preguntas de la encuesta.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • El entrevistador entrenado puede desarrollar un buen entendimiento con las personas que responden y explicar las preguntas de la encuesta. • Es posible que un mayor número de personas complete la encuesta, porque tienen quien les explique su propósito e importancia. • Pueden hacerse preguntas más largas y complejas y preguntas de prueba para conseguir respuestas detalladas. • Se pueden entrevistar participantes con bajos niveles de lectura y escritura. 	<ul style="list-style-type: none"> • Toma tiempo administrar esta clase de encuestas. • Encuestas cara-a-cara pueden ser muy costosas en términos de dinero y tiempo del personal.

Entrenando a los entrevistadores

Cuando conduce encuestas cara-a-cara o por teléfono es importante entrenar a sus entrevistadores. El propósito del entrenamiento es proveer al entrevistador con guías generales acerca de cómo administrar la encuesta en una manera consistente para todas las personas que responden. Es muy importante que lean las instrucciones y las preguntas, cómo están escritas y que no se desvíen de ellas. Finalmente, el entrenamiento también debe instruir al entrevistador acerca de cómo aclarar preguntas en forma apropiada sin influenciar las respuestas y cómo hacer las preguntas para examinar o de prueba.

3.6 Diseño de las preguntas de la encuesta

El próximo paso es determinar qué clase de preguntas debe hacer: cualitativas (open-ended) o cuantitativas (directed/close-ended) o ambas.

Una vez que determina la estructura de las preguntas, usted puede comenzar a hacer las preguntas. Las preguntas para la encuesta, deben estar directamente relacionadas con el proyecto, el propósito y los objetivos. Hacer demasiadas preguntas que no están relacionadas con la encuesta, fragmenta la encuesta.

Las siguientes son algunas consideraciones cuando diseña las preguntas para la encuesta:

- Las preguntas para la encuesta deben estar directamente en línea con su meta y objetivos para la evaluación de la comunidad. Incluir muchas preguntas interesantes, pero no relacionadas, puede distraer y no proveer la calidad de información que desea o necesita.
- Las preguntas y los niveles de lectura deben ser apropiados para los participantes.
- Pregunte acerca de temas con los cuales los participantes están familiarizados.
- Las encuestas que son administradas por los propios participantes, deben ser visualmente atractivas, impresas con claridad, bien organizadas y generalmente fáciles de completar.
- Las preguntas deben estar organizadas en forma lógica.
- Preste atención cuando escribe preguntas con los “patrones de saltar preguntas” (skip patterns). Los patrones de saltar preguntas, son los que guían a los participantes con qué pregunta proseguir contestando basado en la respuesta que dieron a la pregunta anterior.
- Evite preguntas que tienen dos preguntas en una.
- Evite preguntas que son dirigidas o cargadas, esto es, preguntas que parecen guiar a la persona, para responder de una manera específica.
- Cuando sea posible, use preguntas cortas y específicas. Evite preguntas largas y vagas.
- Asegúrele a las personas que responden, acerca de la confidencialidad de la encuesta. Escríbalo al comienzo de la encuesta y discúptalo antes de comenzarla.
- Establezca legitimidad dando información acerca de la agencia o agencias socias en su evaluación de la comunidad que patrocinan el proyecto de la encuesta.

Algunas ideas para lograr una alta tasa de respuestas

Recomendaciones generales:

- Haga amplia publicidad.
- Dé incentivos a los participantes.
- Distribuya su encuesta ampliamente para asegurar el más alto número de encuestas.

- Clarifique temas de confidencialidad. Esto puede animar a las personas para completar la encuesta (vea la *Section 3.9 Colecte y organice los datos de la encuesta* en la página A-36 para más información acerca de confidencialidad).

Es también una buena idea dar el nombre y la información para contactar a la persona que dirige la encuesta o la organización asociada que la apoya, esto es, en caso que la persona que responde quiera verificar la legitimidad de la encuesta o tenga preguntas específicas acerca de ésta.

3.7 Prueba antes de la encuesta

Antes de distribuir la encuesta a su audiencia específica, es buena idea hacer una prueba de la encuesta con un grupo pequeño de personas que representan a la población que quiere probar. El propósito de hacer esta pre-prueba es el de obtener las reacciones, las opiniones a las preguntas y la estructura de la encuesta, antes de enviarlas. Las respuestas a la pre-prueba y a los comentarios de las personas que responden, pueden indicarle si algunas preguntas están confusas o muy generales o si la encuesta fue muy larga. La pre-prueba también puede identificar preguntas que pueden ser inapropiadas o que no tienen respuesta.

3.8 Publique y distribuya la encuesta

Trate de dar publicidad a su encuesta un par de semanas antes de distribuirla. Permitir que las personas conozcan lo que está tratando de hacer y cómo los beneficiará la información, puede ayudarle a aumentar el promedio de respuestas. Distribuya la encuesta de acuerdo al horario fijado. Trate de mantenerse en los horarios que usted estableció, debido a que posponer la distribución de la encuesta puede acortar significativamente el tiempo que ha establecido para la recolección y el análisis de los datos.

3.9 Coleccione y organice los datos de la encuesta

Tan pronto como sus socios empiecen el proceso de coleccionar los datos de la encuesta, de repente usted tendrá una gran cantidad de datos para manejar. Es importante pensar acerca de esto mientras está en la fase de planificación. Específicamente, discuta lo siguiente con sus socios y tome nota de sus decisiones:

A. *¿Cómo lucirán los datos una vez que sean colectados?*

- Esto depende de cómo lucirá el instrumento para coleccionar los datos de la encuesta y qué clase de preguntas se hacen. Dependiendo de las preguntas, bien sean abiertas (open-ended) o cerradas (closed-ended), usted puede tener una combinación de respuestas cuantitativas y cualitativas de la encuesta.

B. *¿Cómo se coleccionarán los datos de la encuesta?* (Vea el Apéndice B: *Programas de Computación para Compilar y Analizar Datos*, página B-65, para programas de computación y recursos que pueden ayudarle a compilar los datos de su encuesta)

⇒ **Si los datos de la encuesta son cuantitativos**, usted deseará desarrollar una hoja de cálculo (spreadsheet) para contar las respuestas a cada pregunta. Esto puede ser tan simple como una tabla con las preguntas de la encuesta arriba y cada respuesta individual hacia abajo. La respuesta de cada persona, se coloca en columnas debajo de las preguntas de la encuesta. Esto le provee una manera fácil de hacer comparaciones y de ver patrones, entre las preguntas y las respuestas.

- La hoja de cálculo, (spreadsheet) debe desarrollarse al mismo tiempo que el instrumento para coleccionar datos.
- Un individuo o agencia debe tomar la responsabilidad de codificar las respuestas y de entrar los datos en la hoja de cálculo (spreadsheet).

⇒ **Si los datos de la encuesta son cualitativos**, usted podrá cortar y pegar todos los temas y puntos principales en un documento de textos (word processing). Esto puede ser un documento muy largo, dependiendo de cuántas preguntas abiertas (open-ended) incluyó usted en su encuesta. Los documentos muy largos, no son en realidad de gran ayuda, porque no hay manera de ver la relación o los temas comunes, a lo largo de las diferentes encuestas. De manera que usted puede organizar las respuestas cualitativas de la encuesta directamente de los datos, colocándolas en entradas de categorías mayores. Estas categorías son más comúnmente las preguntas que usted hizo en su encuesta. Así, usted tiene en su documento todas las respuestas de los participantes organizadas bajo cada pregunta. Para más información acerca del desarrollo de códigos para analizar, vea el *Paso 5: Determine Cómo Entender la Información (Analizar los Datos)* en la página 41 en el currículo "Elaborando una Evaluación de la Comunidad".

- Un individuo o agencia debe asumir la responsabilidad de crear el original (master file), desarrollar las categorías y cortar y pegar las respuestas en las categorías correspondientes.
- Un individuo o agencia debe tomar la responsabilidad de mantenerse al tanto de las encuestas que se han completado.

C. *¿Dónde se procesarán y compilarán los datos de la encuesta?*

- Planee el lugar donde estarán los datos todo el tiempo durante el proceso de colección de los datos. Esto elimina cualquier confusión que pueda presentarse cuando varios socios y agencias toman a su cargo la colección de los datos y las actividades de recopilación. También, aclara por adelantado qué pasos específicos se deben tomar para coleccionar, entrar, compilar y analizar los diferentes componentes de los datos.

D. *¿Qué pasa con la confidencialidad de las personas que responden?*

- Es muy importante asegurar la confidencialidad de los datos. Con cualquier clase de encuesta es buena idea evitar coleccionar información de identificación acerca de las personas que responden, como el nombre, dirección, teléfono, número de expediente médico, o número del seguro social. Esto es especialmente importante cuando la encuesta se hace a poblaciones que son difíciles de conseguir, como por ejemplo, con personas que usan drogas. Si usted necesita coleccionar sus direcciones o número de teléfono para poder administrar la encuesta, comuníqueles claramente a las personas que responden, que usted no usará esta información en ningún informe, como tampoco la compartirá con ninguna otra persona.
- Después de coleccionar los datos de las personas que responden, a quienes se les menciona como sujetos o seres humanos, hay unas pocas reglas importantes de considerar cuando recibe sus respuestas:
 - Mantenga cualquier información de identificación en un lugar con llave, esto es (nombre, número de teléfono y dirección). Esto puede ser simplemente un cajón del gabinete con seguro o una palabra clave para entrar en el computador, lo cual asegura que nadie tendrá acceso a las respuestas confidenciales de su población muestra.
 - Mantenga la información de identificación en un solo lugar. Esto asegura que menos personas tengan acceso a la información privada.
 - Una vez que colecta los datos, retire cualquier información de identificación asociada con estos. Por ejemplo, si los datos son de una encuesta cuantitativa, asígnele a cada persona que responde, en su hoja de cálculo (spreadsheet) un número único. Usted puede comenzar con "1" y asignar un número diferente a cada encuesta que entra en la hoja de cálculo. Si usted necesita saber a quien le fue asignado cada número, mantenga una hoja de papel con los nombres y números, en el mismo cajón con llave.
 - Destruya la lista con los nombres y la información de contacto, lo más pronto posible, para evitar revelar la información accidentalmente o sin intención. Alguna de la información que colecciona puede ser muy sensitiva. Por ejemplo, si trabaja con personas que abusan de drogas, usted podría ser citado por un abogado para entregar todos sus documentos.

Referencias:

Aday, L.A. (1996). *Designing and Conducting Health Surveys: A Comprehensive Guide*. San Francisco, CA: Jossey-Bass Publishers.

American Statistical Association, Section on Survey Research Methods. (1999). *Designing A Questionnaire*. Retrieved January 26, 2004 from: <http://www.amstat.org/sections/srms/brochures/designquest.pdf>

Australian Bureau of Statistics. (2000). *Education Resources: Sampling Methods—Random Sampling*. Retrieved January 22, 2004 from: <http://www.abs.gov.au/websitedbs/D3310116.NSF/0/116e0f93f17283eb4a2567ac0021351>

California Department of Health Services and Northern California Grantmakers AIDS Task Force (1998). *Good Questions/ Better Answers: A Formative Research Handbook for California HIV Prevention Programs*. Retrieved February 22, 2004 from: <http://www.caps.ucsf.edu/capsweb/goodquestions/>

Carter, K.A. & Beaulieu, L.J. (1992). *Conducting A Community Needs Assessment: Primary Data Collection Techniques*. Gainesville, FL: University of Florida—Institute of Food and Agricultural Sciences. Retrieved February 3, 2004 from: <http://edis.ifas.ufl.edu/pdffiles/HE/HE06000.pdf>

Taylor-Powell, E. (1998). *Sampling*. University of Wisconsin, Cooperative Extension-Program Development and Evaluation. Retrieved October 29, 2003 from: http://cecommerce.uwex.edu/pdfs/G3658_3.PDF

Taylor-Powell, E. (1998). *Questionnaire Design: Asking Questions with a Purpose*. University of Wisconsin, Cooperative Extension-Program Development and Evaluation. Retrieved October 29, 2003 from: http://cecommerce.uwex.edu/pdfs/G3658_2.PDF

Taylor-Powell, E. & Herman, C. (2000). *Collecting Evaluation Data: Surveys*. University of Wisconsin, Cooperative Extension-Program Development and Evaluation. Retrieved October 29, 2003 from: http://cecommerce.uwex.edu/pdfs/G3658_10.PDF

Warheit, G.J., Bell, R.A. & Schwab, J.J. (1977). *Needs Assessment Approaches: Concepts and Methods*. Rockville, MD: National Institute of Mental Health.

Sección 4: Entrevistas Con Personas Claves de la Comunidad (Key Informant Interviews)

Propósito

Las entrevistas con personas claves de la comunidad son entrevistas cualitativas y profundas con personas que saben lo que pasa en la comunidad. El propósito de las entrevistas con personas claves, es coleccionar información de un grupo de personas, incluyendo líderes de la comunidad, profesionales o residentes, que tienen por experiencia propia conocimiento de la comunidad. Estos expertos de la comunidad, con su conocimiento y entendimiento particular, pueden ofrecer mejores ideas acerca de la naturaleza del problema y hacer recomendaciones para las soluciones.

Las siguientes son dos técnicas usadas para hacer entrevistas con personas claves:

- Entrevistas por teléfono
- Entrevistas en persona

Cuándo hacer entrevistas con personas claves

- Para conseguir información de un número limitado de expertos bien conectados y bien informados acerca de un tema o problema importante para la comunidad.
- Para tener un mejor entendimiento de la motivación y las creencias de los residentes de la comunidad en un tema particular.
- Para conseguir información de personas con diversos orígenes y opiniones y poder hacer preguntas profundas y de prueba.
- Para discutir temas delicados, lograr respuestas francas de los entrevistados acerca del tema o para conseguir la información a fondo que necesita. Las discusiones individuales o en un grupo pequeño (máximo 2 ó 3 personas) crean un ambiente cómodo donde las personas pueden tener una discusión franca y profunda.
- Para lograr más respuestas sinceras y profundas. La dinámica del grupo de enfoque, puede prohibir tener discusiones acerca de temas delicados o para conseguir la información profunda que se necesita. Algunas veces la dinámica del grupo previene que algunos participantes den sus opiniones en voz alta acerca de temas delicados.

La planificación de entrevistas con personas claves

Hay varios pasos involucrados en el planeamiento e implementación de las entrevistas de personas claves como medio para la colección de datos. Revise las siguientes actividades y prepare de acuerdo con el grupo socios.

- 4.1 *Coleccione y revise los datos existentes*
- 4.2 *Determine qué información necesita*
- 4.3 *Determine la población objetivo y discuta unas posibles personas claves*
- 4.4 *Seleccione a las personas claves*
- 4.5 *Escoja la clase de entrevista*
- 4.6 *Desarrolle un instrumento de entrevistas*
- 4.7 *Determine los métodos de documentación*
- 4.8 *Seleccione al entrevistador o entrevistadores*
- 4.9 *Conduzca las entrevistas con las personas claves*
- 4.10 *Compile y organice los datos de las entrevistas con las personas claves*

4.1 Coleccione y revise los datos existentes

Coleccione y revise los datos de investigación e informes existentes, antes de determinar qué información adicional necesita coleccionar de las personas claves, debido a que la información que usted busca puede ya existir. Usted puede juntar una gran cantidad de información acerca de una comunidad o tema de salud, de diferentes fuentes.

4.2 Determine qué información necesita

El primer paso en la preparación para su entrevistas con personas claves es identificar la información que usted desea conseguir. El *Paso 3: Identifique la Información (Datos) que Necesita* en "Elaborando una Evaluación de la Comunidad", (página 19) le guiará a lo largo de este proceso, le dará información de cómo prepararse mejor y cómo formular las preguntas principales que le gustaría que fueran respondidas. Una vez que ha escrito las preguntas principales, el próximo paso es, determinar la clase de datos que va a necesitar. Por ejemplo, ¿desea coleccionar datos acerca de las prácticas de la comunidad, sus opiniones, o servicios existentes y la utilización de servicios? La clase de datos que necesita le ayudará a identificar las mejores personas para entrevistar.

4.3 Determine la población objetivo y discuta unas posibles personas claves

Antes de seleccionar a las personas claves, es importante describir su población de interés, o población objetivo. Esta población podría incluir a todos los residentes que viven en una ciudad particular o zona postal, o podría ser una parte o grupo dentro de esa área geográfica (como minorías raciales/ étnicas, adolescentes o mujeres). Una vez que usted esté claro acerca de la población a la que va a entrevistar, puede discutir mejor la posibilidad de personas claves con conocimientos y con enlaces en la población de interés.

4.4 Seleccione a las personas claves

Seleccione con cuidado a las personas claves. Recuerde que las personas claves deben tener información directa acerca de su comunidad, sus residentes y los temas o problemas que usted trata de investigar. Las personas claves pueden ser una variedad de personas, incluyendo representantes de agencias, residentes de la comunidad, líderes de la comunidad o dueños de negocios.

El primer paso en el proceso de selección es el de identificar y crear una lista de potenciales personas claves, individuos o grupos que usted desea entrevistar para conseguir información acerca de su población de interés. Cuando elabore la lista trate de incluir un grupo diverso de representantes, con diferentes historias y de diferentes grupos o sectores. Esta diversidad dá un amplio campo de perspectivas. Por ejemplo, su lista puede incluir a personas de diferentes sectores, como administradores de servicios de salud, líderes religiosos, oficiales del gobierno, madres jóvenes, minorías o defensores de los jóvenes.

Segundo, usted necesita reducir su lista. Revise su lista e identifique una o dos personas del mismo sector que usted cree pueden proveer la información que necesita. Sin embargo, tenga en mente que su grupo final debe tener una combinación de personas claves de la comunidad para poder asegurar una variedad de perspectivas. Por ejemplo, si investiga la actividad de las pandillas juveniles (gangs) en una comunidad, usted podría acercarse y solicitar la opinión de una gran variedad de expertos con conocimientos del problema, como son líderes de la iglesia, dueños de negocios, representantes de grupos de vigilancia, personal de los parques y de recreación, padres, defensores de jóvenes, la policía y los maestros.

La diversidad de las personas claves es importante. Si usted entrevista únicamente a personas de un solo origen o sector, puede terminar con resultados que representan una perspectiva o con prejuicios. Entrevistar personas claves de un amplio sector le permite ver una perspectiva variada y otros temas o problemas subyacentes.

El número de personas que usted entrevista depende en su mayoría, de su necesidad de datos, tiempo disponible y recursos. Típicamente, el máximo de entrevistas que necesita será entre 15 a 25 entrevistas.

4.5 Escoja la clase de entrevista

El próximo paso, es el de seleccionar una técnica para obtener información de cada uno de las personas claves, bien sea por teléfono o en persona. La técnica que usted use depende más de la disponibilidad y la preferencia de las personas claves como también de su tiempo disponible, recursos y otras posibilidades logísticas. Sin embargo, estas técnicas no son mutuamente exclusivas; ambas opciones se pueden usar eficazmente.

Las siguientes son descripciones de cada una de éstas:

A. Entrevistas por teléfono:

Las entrevistas por teléfono pueden ser las más convenientes y menos consumidoras de tiempo, para entrevistar personas claves muy ocupadas. El defecto más grande de este acercamiento, es la falta de interacción personal, que de otra manera, sería posible, con una entrevista en persona. Sin embargo, si usted desarrolla una herramienta estructurada de preguntas primordiales para entrevistar a las personas claves, la entrevista por teléfono puede proveer toda la información de valor que busca.

Haciendo los arreglos para una entrevista por teléfono:

Una vez que usted ha recopilado su lista de personas claves de la comunidad, distribuya esta lista a su grupo de socios y pregúnteles que identifiquen a los individuos que conocen. Si es apropiado, el socio, puede coleccionar información clave llamándolos directamente y dando una breve explicación del proyecto de evaluación de la comunidad, animándolos a participar en la entrevista y facilitando la comunicación entre ellos y el entrevistador. El entrevistador designado para entrevistar a la persona clave, podrá entonces comunicarse con ellos, para establecer un horario conveniente para la entrevista.

Cuando se comunique con las personas claves, resalte la importancia de sus opiniones y hágales saber con anticipación el tiempo que necesita. Las entrevistas por teléfono no deben durar más de 15 a 25 minutos, debido a que es difícil hacer entrevistas más largas con personas muy ocupadas. Sin embargo, una vez que las personas estén comprometidas, pueden estar dispuestos a hablar por más tiempo. Es buena idea, hacer su horario de una hora por lo menos, para permitir entrevistas que pueden tomar un poco más de tiempo.

B. Entrevistas en persona:

Las entrevistas en persona son las más comunes. Esta forma que es más intensa en tiempo, requiere un horario adicional y planificación logística. La ventaja de esta técnica es que provee un intercambio libre de ideas y permite hacer preguntas más complejas y conseguir respuestas más detalladas.

Cómo hacer arreglos para las entrevistas en persona:

Nuevamente, pregunte a su grupo de socios si ellos conocen a algunos de las personas claves y permítalos establecer el primer contacto. El entrevistador asignado para entrevistar a las personas claves, podría entonces establecer un horario y lugar conveniente para la entrevista. Como regla general es importante no hacer horarios con muchas entrevistas en un solo día. Después de cada entrevista, el entrevistador debe tomar tiempo para hacer apuntes adicionales y organizar las respuestas o impresiones iniciales, para esto debe asignarse tiempo

después de cada entrevista. Las entrevistas en persona, usualmente duran entre 20 a 30 minutos. Nuevamente, una vez comprometidos, las personas claves pueden estar dispuestas a hablar por más tiempo.

Persistencia es la llave. Conseguir una persona muy ocupada no es fácil. ¡Anticipe este desafío y no se desanime! Esto es verdad para ambas, las entrevistas por teléfono y las entrevistas en persona. Continúe llamando hasta el día determinado para dejar de llamar.

4.6 Desarrolle un instrumento de entrevistas

Prepare un instrumento de entrevistas para guiar la discusión y asegurar que sus preguntas sean contestadas. El instrumento de entrevistas típicamente contiene un guión y una lista de preguntas abiertas (open-ended) relevantes al tema que se va a discutir. Comience con las preguntas que mejor representan los hechos, después siga con las que representan las opiniones o creencias de la persona. Termine, con preguntas acerca de recomendaciones generales. No tenga temor de hacer durante su entrevista, preguntas de prueba, porque éstas ayudan a aclarar los comentarios de la persona y a conseguir información detallada.

Los siguientes son los componentes más importantes del instrumento de entrevistas:

- **Introducción:** Antes de comenzar la entrevista preséntese y dé información acerca de su proyecto. Como regla general, la introducción que usted escribe: 1) ayuda a establecer el propósito de la entrevista; 2) explica quién participa en el proceso (grupo de socios de la comunidad); 3) establece credibilidad para su entrevista y para usted como entrevistador; 4) explica por qué su colaboración es importante en coleccionar la información que necesita y 5) explica qué pasará con la información colectada y cómo se beneficiará la comunidad.
- **Preguntas claves:** Escriba en borrador de 5 a 10 preguntas importantes para conseguir la información que tiene que coleccionar. Las preguntas claves deben estar diseñadas para revelar más información acerca de los temas o problemas de su comunidad. Haga preguntas que saquen ventaja de la experiencia y punto de vista único de la persona.
- **Preguntas de prueba:** Las preguntas de prueba animan a los participantes a reflexionar más profundamente acerca del significado de sus comentarios. Estas preguntas, son también útiles para hacer pensar a las personas acerca de la causa o la raíz del problema que usted está investigando.
- **Preguntas para cerrar la entrevista:** Estas preguntas dan oportunidad para que las personas claves provean cualquier información adicional o comentarios. También pregunta a las personas claves acerca de sus recomendaciones o soluciones para resolver el problema.

- **Resumen:** Si el tiempo lo permite, rápidamente haga un resumen de los comentarios más importantes que escuchó durante la entrevista y pregúntele a la persona, si usted cubrió los puntos más importantes. Pregúntele también si hay algo más que él desea agregar y que usted no le ha preguntado. Finalmente dé las gracias por el tiempo que le han concedido.

Después de completar las entrevistas, es buena idea enviar tarjetas de “agradecimiento” a los entrevistados.

4.7 Determine los métodos de documentación

Compile la información de la entrevista para asegurar eficacia en la colección de datos, calidad y consistencia, a lo largo de todas las entrevistas. Usted quiere asegurar que toda la información que necesitaba conseguir, ha sido coleccionada.

Hay dos métodos que usted puede usar para coleccionar las respuestas de las entrevistas:

- **Tomar apuntes:** Los entrevistadores deben planear tomar apuntes durante la entrevista, como también directamente después de la entrevista. Es prudente escribir en máquina o en la computadora las preguntas claves que usted escribió en borrador (aproximadamente 5 a 10) dejando suficiente espacio entre una y otra pregunta, para escribir a mano las respuestas más importantes de la persona clave mientras conduce la entrevista.

Sin embargo, tomar apuntes al mismo tiempo que entrevista a alguien, puede ser un desafío. Los entrevistadores, pueden involucrarse en la conversación y no tomar apuntes. La mejor recomendación, es planear tomar apuntes durante la entrevista, pero no permitir que esto interfiera con la conversación. Inmediatamente después de cada entrevista, el entrevistador debe tomar tiempo para revisar sus apuntes de taquigrafía y agregar comentarios importantes o puntos que se discutieron. Es buena idea hacer esto inmediatamente después de la entrevista, cuando todo está fresco en la memoria. Esperar por varias horas o un día puede significar perder una cantidad de información valiosa.

- **Grabar:** Los entrevistadores pueden también usar una grabadora para documentar los puntos más importantes que mencionaron los entrevistados. Esta forma permite al entrevistador involucrarse libremente en la conversación sin preocuparse de tomar apuntes. El entrevistador puede tomar apuntes breves durante la entrevista, escribirlas y organizarlas al finalizar de la entrevista. También, puede usar la grabación para llenar los espacios vacíos. Es necesario completar un consentimiento de la persona clave para grabar la entrevista. Por esta razón, es buena idea, discutir la posibilidad de la grabación antes de hacer la entrevista enfatizando que: 1) la

entrevista será grabada para que ninguna de las ideas y discusiones se pierda; 2) la entrevista no será grabada, si ellos prefieren no hacerlo en esta forma y 3) la cinta de la grabación, no tendrá su nombre y se mantendrá en un sitio seguro.

4.8 Seleccione al entrevistador o los entrevistadores

Determine entre sus socios quienes tienen las habilidades o experiencia en hacer entrevistas. Los entrevistadores deben ser personas que saben escuchar, tienen buenas habilidades de comunicación, pueden tomar apuntes detalladas, tienen orientación por los detalles y se sienten cómodos conociendo y hablando con nuevas personas. Por consistencia, es mejor designar únicamente a uno o dos entrevistadores.

4.9 Conduzca las entrevistas con las personas claves

La herramienta de entrevista que su socio desarrolle, ayudará a estructurar la discusión y a presentar en secuencia cuidadosa las preguntas claves. Los entrevistadores pueden practicar y familiarizarse con el guión y las preguntas antes de reunirse con las personas claves.

Comenzando la entrevista:

El entrevistador debe comenzar agradeciendo a la persona por la entrevista y enfatizando la importancia de la reunión. En este momento, el entrevistador puede hacer cualquier clarificación y responder preguntas acerca de la evaluación de la comunidad y el propósito de la entrevista. Sin embargo, deben tenerse en cuenta algunas consideraciones cuidadosas, para no influenciar o levantar prejuicios hacia las respuestas de la persona.

Los entrevistadores deben escuchar atentamente por ideas recurrentes, nuevas opiniones o creencias. Ellos deben tomar apuntes subrayando los puntos más importantes que se dieron. A través de la entrevista, es importante que los entrevistadores mantengan el tiempo adecuado. Para poder comparar los datos colectados e identificar temas importantes, es importante lograr las respuestas a ciertas preguntas claves de *cada* persona entrevistada.

Al final de la entrevista, pregúntele la persona clave si tiene preguntas o comentarios finales. Hágale saber qué pasará con la información y termine la entrevista agradeciéndole por su tiempo.

4.10 Compile y organice los datos de las entrevistas con las personas claves

Tan pronto su socio inicie el proceso de coleccionar los datos importantes de la entrevista con la persona clave, usted de repente tiene que manejar una gran cantidad

de datos. Es importante pensar acerca de esto mientras está en la fase de planificación. Específicamente usted deseará discutir lo siguiente con sus socios y escribir sus decisiones:

- A. *¿Cómo lucirán los datos de la persona clave una vez sean colectados?*
- Esto depende de cómo aparece la herramienta de entrevista de la persona clave y qué clase de preguntas hace usted. Usted puede tener un amplio margen de respuestas de la persona clave.
- B. *¿Como serán copilados los datos de la persona clave?* (Para mayores detalles acerca de programas de informática y recursos de computadoras, vea el *Apéndice B: Programas de Computación para Compilar y Analizar Datos* en la página B- 65, el cual puede ayudarle a reunir la información de su entrevista).

La entrevista de las personas claves que usted colectó, será cualitativa. Después de terminar la entrevista con la persona, el entrevistador debe escribir los apuntes y cualquier comentario o impresiones adicionales. En los siguientes dos días, el entrevistador o la persona asignada, debe pasar a la computadora los apuntes de la entrevista, usando la grabación (si se aplica) para llenar los espacios vacíos. Todos los apuntes de la entrevista, las anécdotas y puntos de discusión deben ser pasados a un documento de tratamiento de textos (word processing). Sin embargo, este puede ser un documento realmente largo, dependiendo de cuántas entrevistas se hicieron y cuánto tiempo duró cada una. Realmente, los documentos muy largos no ayudan, porque no hay manera fácil de ver la relación a través de las discusiones. Por lo tanto, el entrevistador puede considerar organizar los datos cualitativos, en categorías mayores, al momento de hacer las entradas al texto. Estas categorías son, comúnmente, las preguntas que usted hizo en la entrevista. Así, usted termina con un documento, que incluye todas las discusiones con los entrevistados, organizado bajo cada pregunta.

- Un individuo o agencia, deberá asumir la responsabilidad de crear el original del documento (master file), desarrollar las categorías y cortar y pegar los apuntes dentro de las categorías correspondientes.
 - Un individuo o agencia debe asumir la responsabilidad de mantener las cintas grabadas.
- C. *¿Dónde se procesarán y se compilarán los datos de la persona clave?*
- Planee donde estarán los datos durante el proceso de recolección de datos. Esto elimina cualquier confusión que pueda presentarse cuando varios socios de su grupo y agencias, se hacen responsables de la colección de los datos de las encuestas y de la compilación de actividades. También, clarifica desde un principio, los pasos específicos que necesitan tomarse para coleccionar, entrar los datos en la computadora, compilar y analizar los diferentes datos.

- Una vez que sus socios piensen acerca de los puntos arriba mencionados, usted tendrá una idea clara de dónde empezarán a ser coleccionados los datos de las entrevistas y dónde terminarán.

D. *¿Qué pasa con la confidencialidad o anonimato de las personas claves?*

- Asegurar confidencialidad o anonimato de las personas es muy importante. Dependiendo de la naturaleza del tema, hágale saber a las personas claves que usted no usará sus nombres o cualquier otra información que los identifique (como su título y organización) en su informe final o publicación. Asegúreles que sus respuestas se mantendrán confidenciales; los resultados se enfocarán en el contenido de la discusión más que en identificar a quien lo dijo. Esto puede animar a los participantes, hacerlos sentir más cómodos y con deseos de compartir opiniones acerca de su tema de interés.
- Después de coleccionar los datos de los individuos (a quienes se les refiere como seres humanos), hay unas pocas reglas importantes de considerar cuando maneja sus respuestas:
 - Mantenga cualquier información de identificación en un lugar con llave (como nombre, organización, título, número de teléfono o dirección). Esto puede ser en un cajón del archivo con llave o una palabra clave para entrar en el computador, lo cual asegura que nadie tendrá acceso a las respuestas confidenciales.
 - Mantenga la información de identificación en un solo lugar. Esto asegura que menos personas tendrán acceso a la información privada.
 - Una vez que los datos sean compilados, retire la información de identificación asociada con ellos. Cuando pase la información de la persona clave en la grabadora, asigne a cada persona en su documento un número único. Usted puede comenzar con el "1" y asignar un número diferente a cada persona clave. Mantenga sus apuntes de la entrevista y cualquier documento impreso en el mismo cajón del archivo con llave.

Ventajas y desventajas de las entrevistas con personas claves de la comunidad

Ventajas	Desventajas
<ul style="list-style-type: none"> • Se pueden coleccionar datos detallados y ricos en significado de una manera relativamente fácil y a bajo costo. • Permite a los entrevistadores establecer una relación con las personas claves y clarificar preguntas. • Provee una oportunidad para aumentar o reforzar las relaciones con personas claves que son importantes en la comunidad. • Puede aumentar el reconocimiento, interés y entusiasmo acerca del tema. • Si lo necesita, puede comunicarse con las personas claves para clarificar los temas. 	<ul style="list-style-type: none"> • Puede ser difícil seleccionar las personas claves “correctas”, debido a que representan diferentes orígenes y puntos de vista. • Puede ser un desafío hacer entrevistas con personas muy ocupadas o difíciles de encontrar. • Puede ser difícil de generalizar los resultados a la población general a menos que entreviste varias personas claves.

Referencias:

Carter, K.A. & Beaulieu, L.J. (1992). *Conducting A Community Needs Assessment: Primary Data Collection Techniques*. Gainesville, FL: University of Florida—Institute of Food and Agricultural Sciences. Retrieved February 3, 2004 from: <http://edis.ifas.ufl.edu/pdf/files/HE/HE06000.pdf>

Mountain States Group, Inc (1999). *Community Engagement-Needs Assessment: Conducting Key Informant and Focus Group Interviews*. Boise, ID: Mountain States

Group. Retrieved February 11, 2004 from:
<http://deltarhpi.ruralhealth.hrsa.gov/tools2.shtml>

The Access Project (1999). *Getting the Lay of the Land on Health: A Guide for Using Interviews to Gather Information*. Boston, MA: The Access Project. Retrieved January 27, 2004 from: www.accessproject.org/downloads/final%20document.pdf

University of Illinois Extension—Program Planning and Assessment (n.d.). *Needs Assessment Techniques: Using Key Informant Interviews*. Urbana, IL: University of Illinois. Retrieved February 11, 2004 from:
<http://www.aces.uiuc.edu/~PPA/NeedsAsmnt.htm>

USAID Center for Development and Information Evaluation (December 1996). *Conducting Key Informant Interviews*. Retrieved January 27, 2004 from:
http://www.dec.org/pdf_docs/pnabs541.pdf

Sección 5: Foros de la comunidad (Community Forums)

Propósito

Un foro de la comunidad es una discusión abierta donde los residentes de la comunidad se reúnen para presentar temas importantes que les afecta, como los problemas de salud. El propósito primario de estas discusiones comunitarias es el de obtener aportaciones de un amplio sector de residentes y representantes de la comunidad, en relación con sus necesidades e identificación de recursos para resolver los problemas de salud.

Durante las discusiones los participantes tienen oportunidad de determinar prioridades acerca de los problemas que son más importantes para ellos y desarrollar soluciones potenciales. El crear un sentido de propiedad e identificar una serie de pasos de acción en una reunión pública, es un paso importante para asegurar la acción y el apoyo permitiendo la resolución de problemas, entre los residentes de la comunidad, las personas a cargo de hacer decisiones y las organizaciones locales.

La colección de datos usados para un foro de la comunidad involucra una serie de discusiones durante las cuales los participantes discuten sus necesidades y preocupaciones. Este método permite obtener una vista panorámica de las preocupaciones de la comunidad.

Conduzca un foro de la comunidad, cuando usted quiera

- Coleccionar información rápidamente acerca de un tema urgente o problema de un gran número de personas de la comunidad.
- Involucrar a los residentes de la comunidad, en el proceso de evaluación de la comunidad, dándoles la oportunidad de presentar sus preocupaciones.
- Identificar y asociarse con los residentes de la comunidad que pueden y quieren ayudar.
- Involucrar a los residentes en enunciar las prioridades y desarrollar el plan de acción.

La planificación de foros de la comunidad

Hay varios pasos claves en la planificación e implementación de los foros comunitarios, como son, los métodos para la colección de datos. Revise las siguientes actividades y haga los preparativos de acuerdo con sus socios.

5.1 Reúna y revise datos existentes

5.2 Determine qué información necesita

5.3 Determine quién debe participar

- 5.4 *Planee un foro comunitario*
- 5.5 *Desarrolle un plan de publicidad y promoción*
- 5.6 *Reclute un moderador y una persona para tomar apuntes*
- 5.7 *Conduzca el foro comunitario*
- 5.8 *Compile y organice los datos del foro comunitario.*

5.1 Reúna y revise los datos existentes

Colecte y revise datos y reportes de investigación existentes, antes de determinar qué información adicional necesita coleccionar del foro comunitario, debido a que la información que busca ya puede existir. Usted puede reunir cantidades de información acerca de una comunidad o un tema de salud de diferentes fuentes.

5.2 Determine qué información necesita

El primer paso en la preparación de los foros comunitarios es identificar la información que usted quiere reunir. El *Paso 3: Identifique la Información (Datos) que Necesita* en el currículo de "Elaborando una Evaluación de la Comunidad" (página 19) le guía a lo largo del proceso y le dirige acerca de cómo preparar mejor y formular las preguntas primarias que necesita que sean contestadas. Una vez que usted ha elaborado las preguntas primarias, el próximo paso es determinar qué clase de datos necesita. Por ejemplo, ¿desea coleccionar datos en las prácticas de la comunidad, opiniones de la comunidad o en servicios existentes y utilización de los servicios?

5.3 Determine quién debe participar

Los foros de la comunidad deben estar abiertos a todas las personas en la comunidad que deseen asistir. Usted debe esforzarse en invitar a personas de diversos orígenes. Estos individuos pueden ser residentes, representantes de la comunidad, maestros, dueños de negocios en el área, o agencias de servicios de personal. Es especialmente importante invitar a personas que tienen un interés especial en el problema particular que usted trata, y permitir que ellos presenten sus preocupaciones.

5.4 Planee un foro comunitario

Se recomienda formar un grupo de planificación para ayudar a la coordinación del foro comunitario. El propósito del grupo de planificación es el de proveer apoyo, delegar responsabilidades y trabajar en el plan de publicidad y promoción. El grupo de planeación debe consistir de sus socios, como también de líderes de la comunidad y residentes. La siguiente es la lista de tareas que involucra planear un foro comunitario:

- *Elabore un borrador de preguntas y una agenda.*
Determine qué información va a coleccionar durante el foro comunitario. Esto ayudará a estructurar las preguntas. Como regla general usted debe hacer las preguntas que lleguen al fondo de los temas, las preocupaciones y las barreras. También son importantes las preguntas que identifican los recursos para el cambio y las posibles soluciones.
- *Determine la fecha y la hora.*
Seleccione el día y la hora más conveniente para los residentes de la comunidad. En su decisión tenga en mente a las personas que tienen un interés especial en el problema. Evalúe su comunidad y determine el día y la hora en la cual usted puede conseguir mejor representación y participación. Algunas comunidades han tenido éxito con reuniones durante las primeras horas de la noche y los sábados en la mañana. Sin embargo, usted debe preguntar informalmente a algunos de los residentes de la comunidad para determinar el mejor día y hora.
- *Ubicación o lugar.*
Seleccione un sitio ubicado en las cercanías de la comunidad en la que usted está trabajando y que sea de fácil acceso usando el transporte público. El lugar seleccionado, debe tener un estacionamiento disponible para acomodar a los invitados al foro. Sugerimos lugares como, la iglesia local, un centro comunal, un parque o una escuela.
- *Sitio y acomodaciones del cuarto.*
Seleccione un lugar suficientemente grande para recibir a sus invitados y con acceso para personas que usan sillas de ruedas. El cuarto de la reunión debe también tener el equipo necesario para las discusiones (como pantalla, podio y micrófono). Traiga materiales adicionales como caballete, rotafolios (flipcharts) y marcadores. Finalmente escoja un cuarto que pueda ser re-configurado de manera que si es necesario, usted puede dividir el grupo grande, en grupos más pequeños para una discusión más significativa.
- *Idioma / Servicios de Interpretación.*
Puede necesitar intérpretes para atraer y facilitar la participación y las opiniones de grupos diversos. Agencias locales de la comunidad puedan estar dispuestas a proveer estos servicios y el equipo necesario para la interpretación. El grupo de planificación puede jugar un papel importante en asegurar estos servicios.
- *Incentivos.*
Los incentivos pueden ayudar a aumentar el número de participantes a los foros comunitarios. Los incentivos pueden incluir cuidado de los niños, comidas / refrescos, certificados de regalo o rifas. Sin embargo, para asegurar mayor participación, es esencial ofrecer cuidado de los niños y comidas / refrescos.

5.5 Desarrolle un plan de publicidad y promoción

Un plan estratégico de publicidad y promoción es necesario para alcanzar el mayor número de participantes. La publicidad debe comenzar 4 a 6 semanas antes de los foros de la comunidad. Considere desarrollar los siguientes componentes de un plan de publicidad o promoción para sus foros de la comunidad:

- *Defina los objetivos:* Determine la clase de mercadeo que necesita para tener éxito. Identifique objetivos específicos como: ¿cuántos residentes quiere usted que asistan al foro de la comunidad? ¿Cuántos foros comunitarios desea tener?
- *Declare los mensajes y los beneficios:* Sea claro acerca del propósito de los foros comunitarios. Los mensajes que desarrolla deben incluir, los beneficios a corto y largo plazo, que los residentes o la comunidad puede recibir como resultado de su participación.
- *Determine los materiales de publicidad y los medios de comunicación:* Discuta qué clase de publicidad usar; volantes, anuncios de servicios públicos, carta de noticias/ anuncios en el periódico o comerciales en los canales locales de televisión. También discuta otros recursos que usted puede usar para distribuir materiales de publicidad, como restaurantes locales, centros de comercio, salones de belleza, centros comunales, lavanderías o tiendas de mercado. También es importante utilizar los medios de comunicación, lo más que pueda (periódicos locales y estaciones de radio).
- *Defina las estrategias de publicidad:* Use técnicas específicas para que su audiencia alcance información acerca de los foros comunitarios. Puede ser buena idea asociarse con organizaciones en el área que puedan ayudar con la publicidad (iglesias, centros de la comunidad, o escuelas).
- *Cree un tiempo límite:* Al crear un plazo de tiempo usted podrá ver las tareas que necesitan completarse, cada una de las responsabilidades de los miembros activos, y la fecha en que debe completarse cada tarea. Esto le ayudará a no desviarse de las muchas de las actividades publicitarias.

5.6 Reclute un moderador y una persona para tomar apuntes

Moderador:

Los siguientes son algunas de las habilidades y responsabilidades de un moderador. Un moderador:

- Se siente cómodo y familiarizado con el proceso del foro de la comunidad.
- Tiene experiencia facilitando grupos o reuniones.
- Crea y mantiene un ambiente cómodo para los participantes.
- Permanece neutral a lo largo de la discusión. No ofrece opiniones o sentimientos personales acerca del tema en discusión.

- Mantiene control sobre el grupo y el tema que se discute. Tiene cuidado de no tratar la discusión o parecer agresivo o controlador.
- Sabe escuchar. Entiende lo que se dice y sabe cuándo hacer preguntas de prueba. Estas preguntas de prueba, hacen que los participantes extiendan sus opiniones y clarifiquen sus comentarios.
- Es buen observador. Reconoce cuando los participantes están listos para hablar y les da oportunidad de compartir sus comentarios.
- Mantiene el entusiasmo y el interés del grupo.
- Respeta a los participantes y sus opiniones.
- Puede comunicarse claramente por escrito o verbalmente.
- Tiene buen sentido del humor.

Persona para tomar apuntes:

La mayor responsabilidad de la persona que toma los apuntes, es escribir lo que está pasando en el evento y tomar nota de los comentarios de los participantes. La persona que toma apuntes puede tener un papel clave, en hacer que el proceso de la discusión sea visible para los participantes. Usando un caballete y cartulinas grandes de voltear, la persona que toma los apuntes puede escribir en forma legible los comentarios que hacen los participantes, teniendo cuidado de usar las palabras exactas o descripciones hechas por los participantes, para que ellos se sientan “dueños” del proceso de discusión. Finalmente, la persona que toma apuntes o el moderador puede preguntar a las personas por clarificación si los comentarios no están claros.

5.7 Conduzca el foro comunitario

Llegue temprano para arreglar el cuarto y el equipo necesario. Tenga la lista para firmar en un lugar visible y asegúrese que cada persona la firme. Obtener la información de contacto de cada participante es importante para enviarles los resúmenes de la reunión y para involucrar a los participantes en las siguientes actividades.

Antes de comenzar con el foro comunitario un representante designado por los socios debe dar la bienvenida, clarificar el propósito del foro, brevemente revisar la agenda y mencionar las reglas de la reunión. Después de esta presentación y resumen, el moderador puede comenzar con las preguntas que han sido preparadas por adelantado. El tiempo recomendado para la discusión es de 2 horas.

Para tener una discusión de significado, mantenga el grupo más pequeño de 30 a 40 personas. Si asiste un número mayor de residentes, será necesario dividirlos en grupos pequeños. Dependiendo del tamaño de la audiencia, usted puede necesitar más de un moderador y una persona para tomar apuntes. El propósito del moderador, es el de guiar e involucrar a los participantes en una discusión de significado. La responsabilidad de la persona que toma apuntes, es la de escribir los temas importantes permitiendo al moderador, involucrarse en tratar la discusión.

La siguiente es una plantilla (template) de agenda usada por *Partnership for the Public's Health-*

*H e a l t h L e a d e r s h i p T r a i n i n g
P r o g r a m e n L o n g B e a c h ,
p a r a i n v o l u c r a r a l o s
r e s i d e n t e s d e l a c o m u n i d a d*
en una discusión acerca de temas y preocupaciones de salud.

Agenda para el foro de la comunidad

Materiales necesarios para esta sesión: caballete, cartulinas grandes para escribir, marcadores, cinta adhesiva y pegatinas (stickers) de color rojo.

- I. Bienvenida y presentaciones (10 minutos)
 - A. Declare el propósito de la discusión del foro de la comunidad.
 - B. Introduzca al grupo patrocinado, al facilitador y a la persona que toma apuntes.
 - C. Revise la agenda.

- II. Sesión de discusión (1 hora, 15 minutos)
 - A. Dé información general y las instrucciones para el grupo, incluyendo las reglas de la reunión.
 - B. Preguntas para la discusión:
Las siguientes son preguntas sugeridas para involucrar a los participantes en la discusión, acerca de los temas y preocupaciones de salud de la comunidad:
 1. ¿Qué significa la salud para usted?
 2. ¿Cuáles son los 3 temas de salud más importantes en su comunidad?
 3. ¿Cuáles son las soluciones potenciales para estos problemas?
 4. Identifique algunos valores de la comunidad (fortalezas) que pueden ayudar a tratar estos temas.

- III. Sesión de informe de la discusión (25 minutos)
 - A. Haga un resumen de los temas discutidos. Resalte los temas de prioridad identificados por los participantes.
 - B. Plantee un plan de acción preliminar basado en las soluciones y los valores que la comunidad identificó.
 - C. Anuncie la próxima reunión para hacer seguimiento a los pasos identificados en esta reunión.

- IV. Cierre de la reunión (10 minutos)
 - A. Últimos pensamientos y reconocimientos.

Seguimiento del foro de la comunidad

Haga un resumen del foro de la comunidad, incluyendo los temas de prioridad discutidos y las listas de “los pasos siguientes” dirigidos a los temas más importantes de salud. Envíe el resumen por correo a todos los participantes, agradeciéndoles sus ideas y haciéndoles saber de nuevas oportunidades para su futuro participación (por ejemplo, reuniones de planificación para discutir los problemas identificados).

5.8 Compile y organice los datos del foro de la comunidad

Tan pronto sus socios comiencen el proceso de colección de los datos del foro de la comunidad, usted tendrá que manejar una gran cantidad de datos. Es importante pensar acerca de esto, mientras está en la fase de planificación. Específicamente, usted deseará discutir lo siguiente con sus socios y anotar su decisión:

- A. *¿Cómo lucirán los datos del foro de la comunidad una vez colectados?*
 - Usted tendrá apuntes de cada uno de los foros que organice. Las discusiones y los apuntes pueden variar de acuerdo con los diferentes foros de la comunidad.
- B. *¿Cómo se compilarán los datos del foro de la comunidad?* (Por favor vea el *Apéndice B: Programas de Computación para Compilar y Analizar Datos*, página B-65 para más detalles acerca de programas de computadoras y recursos de computación que pueden ayudarle a compilar los datos de la encuesta).

Los datos que se colectan del foro de la comunidad son cualitativos. Después de finalizar el foro, la persona que toma los apuntes debe escribir, todos los comentarios o impresiones adicionales. En los siguientes días, la persona que tomó los apuntes o la persona asignada para hacerlo, debe escribir a máquina sus apuntes. Todas los apuntes, anécdotas, y puntos de discusión deben ser entrados en un programa de tratamiento de textos (word processing). Esto tiene el potencial de ser un documento bastante largo, dependiendo de cuántos foros de la comunidad se efectuaron y cuánto duraron. Realmente, los documentos largos no ayudan mucho, debido a que es difícil ver en ellos la relación entre los diferentes foros que se efectuaron. Por esta razón, la persona que toma los apuntes debe organizar los datos cualitativos en categorías mayores, desde el momento que entra la información (data entry). Estas categorías son comúnmente las preguntas que se hicieron en el foro de la comunidad. Así, usted termina con un documento de las discusiones de todos los residentes, organizadas bajo cada pregunta.

- Un individuo o agencia debe tomar reponsabilidad por la creación del documento original (master file), desarrollando las categorías y cortando y pegando los apuntes en las categorías correspondientes.
- Un individuo o agencia debe tomar la reponsabilidad de guardar los apuntes.

C. ¿Dónde se procesarán y compilarán los datos del foro de la comunidad?

- Planifique con anticipación, durante el proceso de colección de datos, de dónde vienen y adónde van los datos todo el tiempo. Esto elimina cualquier confusión que pueda surgir, cuando múltiples miembros y agencias toman a su cargo la colección y compilación de los datos del foro de la comunidad. Además, clarifique por adelantado los pasos específicos que deben tomarse para coleccionar, entrar, compilar y analizar las diferentes partes de los datos.

Ventajas y desventajas de los foros de la comunidad

Ventajas	Desventajas
<ul style="list-style-type: none"> • Puede aumentar el reconocimiento y conocimiento sobre un tema. • Relativamente fácil y de bajo costo. • Permite la participación de la comunidad en un tema. • Los participantes pueden identificar nuevas áreas o temas no considerados previamente. • Los foros pueden ayudar a identificar nuevos líderes que pueden ayudar en la planificación y la implementación de un proyecto o iniciativa. 	<ul style="list-style-type: none"> • Puede ser difícil organizar una serie de reuniones públicas con los residentes de la comunidad y otras personas que usted quiere incluir. • Los participantes pueden no ser representativos de la mayoría de la población, de manera que los que asisten pueden no reflejar las opiniones de la comunidad entera o a las audiencias objetivo. • Los participantes vienen con sus propias expectativas y agendas.

Referencias :

Douglah, M. (2002). *Focus Groups Workshop Workbook*. University of Wisconsin-Cooperative Extension-Program Development and Evaluation. Retrieved October 29, 2003 from: <http://www.uwex.edu/ces/pdande/evaluation/pdf/FocusWkbk.pdf>

Kansas University Work Group on Health Promotion and Community Development (2003). *Chapter 3, Section 3: Conducting Public Forums and Listening Sessions*. Lawrence, KS: University of Kansas. Retrieved February 15, 2004 from: http://ctb.ku.edu/tools/en/sub_section_main_1021.htm

University of Florida—Institute of Food and Agricultural Sciences. (1992). *Conducting A Community Needs Assessment: Primary Data Collection Techniques*. Gainesville, FL: University of Florida. Retrieved February 3, 2004 from:
<http://edis.ifas.ufl.edu/pdffiles/HE/HE06000.pdf>

University of Illinois Extension—Program Planning and Assessment. (n.d). *Using Community Meetings*. Urbana, IL: University of Illinois. Retrieved February 21, 2004 from: www.aces.uiuc.edu/~PPA/pdf_files/ComMeet1.PDF

Warheit, G.J., Bell, R.A. & Schwab, J.J. (1977). *Needs Assessment Approaches: Concepts and Methods*. Rockville, MD: National Institute of Mental Health.

Sección 6: Observación Directa y Fotografía- Evaluación Rápida (Direct Observation and Photovoice-Rapid Appraisal)

Propósito

La observación directa y la fotografía ayudan a describir visualmente las condiciones de la comunidad. Las observaciones y fotografías son métodos rápidos y fáciles de evaluar que se pueden usar para coleccionar datos locales.

Use observación directa o fotografía cuando desea

- Conseguir información acerca de los alrededores y los recursos de una comunidad, que no están disponibles de otra manera.
- Aprender más y entender un comportamiento continuado, situación o actividad. Por ejemplo, observando a jóvenes relacionarse con sus compañeros y observar como ellos reaccionan a las presiones de los compañeros.
- Para conseguir evidencia física de un problema. Las fotografías pueden visualmente documentar las actividades y condiciones de la comunidad, que no se pueden capturar completamente en informes escritos. Por ejemplo, las fotografías que documentan los anuncios sobre cigarrillos cerca de las escuelas, pueden revelar mensajes dañinos dirigidos a los jóvenes.
- Documentar la diversidad étnica y creencias de salud, en forma no obstructiva.

6.1 Observación Directa

En nuestra vida diaria nosotros observamos diferentes comportamientos, situaciones, y acciones pero en una manera muy casual. Nosotros vemos y oímos cosas pero muy raramente documentamos lo que observamos. La observación directa nos permite, en una forma más estructurada, grabar lo que vemos en nuestra comunidad. Por este medio, podemos observar y grabar muchas cosas como, estructuras físicas, comportamientos y acciones y los servicios de salud en la comunidad. Por ejemplo, uno puede observar la disponibilidad de suministros de accesorios para relaciones sexuales seguras. Esto puede involucrar enviar observadores entrenados para verificar qué tan fácil es para los jóvenes tener acceso y posibilidad de comprar condones en las farmacias. Los observadores pueden notar dónde se venden los condones y dónde están localizados o expuestos en el almacén.

Métodos de documentar las observaciones:

Usted puede documentar sus observaciones usando uno o varios de los siguientes métodos:

1) *Guías de Observación.* Estas son formas impresas ya elaboradas que tienen una lista de los objetos observados y proveen suficiente espacio en blanco, para hacer las anotaciones de las observaciones.

2) *Lista de Comprobación y de Apuntes*. Estas hojas o formas generalmente tienen preguntas Sí / No, o una escala de índices para evaluar las estructuras físicas alrededor de la comunidad. También se pueden usar para evaluar actividades peligrosas, como la venta o uso de drogas en un área específica.

3) *Apuntes de Campo*. Esta es la forma menos estructurada de los métodos de documentación presentados arriba. Un cuaderno de apuntes se usa para anotar el ambiente y/ o los comportamientos. Usualmente se deja en blanco un margen amplio al lado derecho del cuaderno para escribir apuntes adicionales y para facilitar mas adelante, el análisis de las observaciones. Los apuntes de campo usualmente tienen el día, el lugar y cualquier información relevante explicando lo observado.

Quiénes pueden ser los observadores:

Los observadores pueden ser cualquier persona de la comunidad incluyendo:

- Socios o miembros activos
- Residentes de la comunidad
- Representantes
- Miembros profesionales
- Estudiantes internos / graduados
- Voluntarios

Conduciendo las observaciones directas:

Después de decidir qué es lo que se va a observar en la comunidad y quiénes serán los observadores, comience a efectuar sus observaciones directas. Primero, es importante crear un plazo de tiempo en el que todas las observaciones deben hacerse y cuándo debe comenzar el análisis de los datos y los apuntes de observación. Segundo, establezca una buena relación con la comunidad y déjeles saber lo que está haciendo. Tercero, capacite a los observadores acerca del propósito de las observaciones, cómo serán usadas y las cosas que tiene que ver y anotar. Debe incluirse en la capacitación un resumen de las formas de observación, cómo coleccionarlas y entrar los datos en las formas. Finalmente, permita tiempo suficiente para que los observadores hagan observaciones directas. Asegúrese que recibe un número significativo de observaciones antes de analizar sus conclusiones.

Resumen:

Las observaciones directas pueden proveer una gran cantidad de información acerca de la comunidad. El usar las observaciones en combinación con otros datos cuantitativos, puede proveer un cuadro vívido de las fortalezas de la comunidad, como también de sus problemas y necesidades.

6.2 Documentación por fotografía (Photovoice)*

El sistema llamado *Photovoice*, es un método único que combina la fotografía y la acción social. El sistema provee cámaras a los residentes de la comunidad en vez de dárselas a profesionales o personas de afuera. Así, los residentes de la comunidad tienen oportunidad de reflejar visualmente sus alrededores, y más importante, dar una idea acerca de sus vidas, experiencias y problemas de la comunidad, por medio de las fotografías. Por ejemplo, por medio de las fotografías, los residentes de la comunidad pueden documentar el número de anuncios de alcohol y vendedores en su comunidad y usar estas conclusiones para restringir licencias de alcohol en el área.

De acuerdo a la persona que desarrolló el sistema, *Caroline C. Wang*, photovoice tiene tres objetivos:

- 1) Permite que los residentes de la comunidad muestren sus fortalezas y problemas.
- 2) Fomenta el diálogo acerca de temas importantes por medio de las fotografías.
- 3) Provee una representación visual de las experiencias y los problemas de la comunidad y de esta manera involucra a los legisladores.

El sistema *Photovoice*, permite a los residentes identificar temas importantes y toma pasos para mejorar su comunidad por medio de técnicas fotográficas. Provee cámaras a los residentes y les permite tomar fotografías y acompañarlas con historias acerca de los temas de la comunidad, desde su punto de vista personal. Finalmente, este proceso también permite organizar y comunicar lo encontrado con sus legisladores.

Planificando el método de Photovoice

Las etapas de planificación de Photovoice incluyen:

- Conceptualización del problema.
- Definiendo las metas y objetivos de Photovoice.
- Capacitar a los residentes de la comunidad sobre temas éticos detrás de este acercamiento, su poder, las maneras de ver las fotografías y dar tutorías para usar las cámaras.
- Desarrollo de las ideas iniciales para tomar fotografías.
- Tomando las fotografías.
- Facilitando discusiones de grupo acerca de las fotografías tomadas.
- Reflexión crítica y diálogo.

* This section was adapted, in part, from Caroline Wang's "*Photovoice: Social Action Through Photography*". Retrieved February 16, 2004 from: <http://www.photovoice.com/index.html>.

1. Seleccionar las fotografías para la discusión. Esto involucra seleccionar las fotografías que reflejan mejor los problemas de la comunidad y las ventajas disponibles.
2. Contextualizar – Contar la historia acerca de lo que significan las fotografías. Los residentes describen el significado de las fotografías.
3. Codificar los temas y teorías que emergen de las fotografías tomadas.

- Documentar las historias.
- Alcanzando a los legisladores, patrocinadores, medios de comunicación y otras personas que pueden movilizarse para crear cambio.

Resumen

Photovoice es un instrumento único, que muestra a la comunidad, desde el punto de vista de los residentes. Es un método que permite que las personas definan y hagan sobresalir, por ellas mismas, lo que está pasando en su comunidad y que se necesita cambiar. En lugar de buscar ayuda de afuera, los participantes desarrollan activamente sus propias ideas de las posibles soluciones y abogan con los legisladores apropiados.

Ventajas y desventajas de la observación directa y photovoice

Ventajas	Desventajas
<ul style="list-style-type: none"> • Relativamente fáciles y de bajo costo. • Los datos pueden reunirse rápido. • Pueden crear opiniones de la comunidad y participación. • Proveen descripciones y visiones de imágenes que dan significado a los datos cuantitativos. 	<ul style="list-style-type: none"> • Las fotografías y los apuntes pueden ser difíciles de interpretar y de resumir. • La experiencia completa de la comunidad puede ser difícil de representar.

Referencias

Wang, C. (1998). *Photovoice: Social Change Through Photography*. Retrieved February 16, 2004 from: <http://www.photovoice.com/>

Summerhill, W.R. & Taylor, C.L. (1992). *Observation, Records, and Traces as Alternatives to Direct Questioning in Collecting Evaluation Data*. University of Florida, Institute of Food and Agricultural Sciences. Retrieved February 19, 2004 from: http://edis.ifas.ufl.edu/BODY_PD015

Taylor-Powell, E. & Steele, S. (1996). *Collecting Evaluation Data: Direct Observation*. University of Wisconsin, Cooperative Extension-Program Development and Evaluation. Retrieved October 29, 2003 from: http://cecommerce.uwex.edu/pdfs/G3658_5.PDF

Taylor-Powell, E. & Steele, S. (1996). *Collecting Evaluation Data: An Overview of Sources and Methods*. University of Wisconsin, Cooperative Extension-Program Development and Evaluation. Retrieved October 29, 2003 from: http://cecommerce.uwex.edu/pdfs/G3658_4.PDF

USAID Center for Development and Information Evaluation. (1996). *Using Direct Observation Techniques*. Retrieved January 27, 2004 from: http://www.childrensvaccine.org/files/USAID_DirectObse.pdf

USAID Center for Development and Information Evaluation. (1996). *Using Rapid Appraisal Methods*. Retrieved January 27, 2004 from: http://www.childrensvaccine.org/files/USAID_RapidAppraisal.pdf

California Department of Health Services and Northern California Grantmakers AIDS Task Force (1998). *Good Questions/ Better Answers: A Formative Research Handbook for California HIV Prevention Programs*. Retrieved February 22, 2004 from: http://www.caps.ucsf.edu/capsweb/goodquestions/section3/3b_field.html