



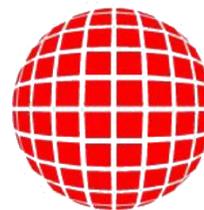
PRODUCTO Nº 2

INFORME FINAL

**“ESTUDIO DE MEDICIÓN DE AUDIENCIAS EN RADIOS DE LA ZONA
ANDINA – ÁREAS RURAL Y PERIURBANA”**

**METODOLOGÍA DE INVESTIGACIÓN SOBRE
VIOLENCIA DE GÉNERO**

Presentado por:



PConsulting
PROFESIONALES EN CONSULTORÍA

**Bolivia
Octubre, 2020**

Contenido

1. ANTECEDENTES	3
2. EL ENFOQUE	3
3. JUSTIFICACIÓN	3
4. VARIABLES A SER ESTUDIADAS.....	3
5. LAS PRUEBAS PILOTO REALIZADAS	4
6. DISEÑO METODOLÓGICO OPERATIVO	¡Error! Marcador no definido.
6.1. Qué es el diseño?	4
6.2. Universo y marco muestral.....	4
6.3. Diseño muestral	5
6.4. Tamaño de la muestra	5
6.5. Unidades de información	5
6.6. Informante	5
6.7. El operativo	5
6.8. Reclutamiento.....	5
7. TAMAÑO DE LA MUESTRA POR MUNICIPIO	6
8. PERSONAL NECESARIO	7
9. METODOLOGÍA DE CAPACITACIÓN, PRUEBA PILOTO Y SUPERVISIÓN	7
10. TRABAJO DE GABINETE	8
11. GENERACIÓN DE GRAFICAS	8
12. PRESUPUESTO ESTIMADO DEL PROYECTO POR MUNICIPIO	9
13. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	11
13.1. Conclusiones:	11
13.2. Recomendaciones	11

INFORME FINAL

1. ANTECEDENTES

El desarrollo de una metodología de investigación que sea apropiada para un conjunto de personas que no necesariamente tienen conocimientos en investigación social, presenta varios retos importantes, ya que este trabajo conlleva un conjunto de procedimientos que se caracterizan por la rigurosidad, diferenciándolo, de cualquier otro tipo de actividad, ya que no deja de ser investigación social y por ende, se basan en los mismos criterios de cualquier otra de investigación científica, donde los criterios de validez, confiabilidad y rigurosidad son esenciales y deben ser llevados adelante, como ya se mencionó, con base a un sentido de rigurosidad implícito.

En este proyecto se ha trabajado en una metodología que incluye el levantamiento de información de las percepciones sobre la temática de género y violencia de género.

2. EL ENFOQUE

El estudio permitirá desarrollar una metodología de investigación para la temática de género y violencia de género, que son metodologías de estudios de opinión, caracterizada por la utilización de preguntas abiertas, cerradas y tablas de respuesta múltiples en el desarrollo de un trabajo de campo, que permita extraer bases de datos y reportes específicos.

3. JUSTIFICACIÓN

La utilidad de los estudios de percepciones de violencia de género es la siguiente:

1. Permite establecer, cuánta información están recibiendo los y las ciudadanas sobre la temática de género y violencia de género.
2. Permite determinar los canales de comunicación que están siendo preferentemente utilizados para recibir esta información.
3. Permite establecer si en los municipios de estudio se está recibiendo los mensajes específicos sobre género y violencia de género
4. Permite establecer en los municipios de estudio, cuáles son los medios de comunicación por los que se reciben los mensajes.
5. Determina qué derechos de la mujer son más conocidos por la población.
6. Permite establecer la percepción sobre la igualdad de género en general.
7. Determina la percepción de la población sobre la igualdad de género en cada municipio.

Este conjunto de información se traducirá en una mejor gestión de los proyectos de género con su consiguiente impacto en la población y su mayor aporte a los esfuerzos que vienen desarrollando.

4. VARIABLES A SER ESTUDIADAS

1. Información recibida sobre la temática de género y violencia de género en el presente año
2. Medio de comunicación por el cual recibió la información.
3. Receptividad sobre la información de género y violencia de género.
4. Medio más adecuado para la transmisión de información de género y violencia de género.
5. Información recibida sobre violencia de género
6. Conocimientos sobre los derechos de las mujeres

7. Auto percepción sobre estos derechos
8. Percepción sobre el cumplimiento de estos derechos en el municipio de estudio.

5. LAS PRUEBAS PILOTO REALIZADAS

Para la realización del proyecto se efectuaron cuatro pruebas piloto de los instrumentos, las dos primeras estaban referidas a la utilización del Googleform como herramienta, la tercera al contenido de la boleta o instrumento de recolección de información y la cuarta a la pregunta específica sobre los derechos de las mujeres y la técnica a ser desplegada para su abordaje.

En el primer caso, la prueba fue efectuada en la localidad de Palca y se midió la eficiencia del instrumento en Googleform, para ver si éste podría aplicarse al operativo como instrumento central. Se detectó además, que a pesar de que la señal de teléfono celular era buena, la señal de internet bajaba a calidad 2G. Sin embargo, no se detectaron problemas para el llenado y envío de la información, aunque existió un retraso de 1 a 2 segundos en la remisión final del formulario. Si bien este primer formulario estaba aún en construcción, se logró demostrar que podría ser utilizado como instrumento principal en sustitución del formulario impreso.

La segunda prueba que fue realizada en Mecapaca, comunidad Carreras, la señal de teléfono celular como de internet se mantenían estables en 4G y no existió problemas para el envío de las llamadas y se constató que la ubicación de Google Maps emitía una señal óptima para el correspondiente monitoreo. Sin embargo, el formulario final no había sido aprobado, así que se decidió efectuar una tercera prueba.

Finalmente en Achocalla se efectuó un total de 12 boletas entre 3 personas y se evaluó el contenido de la boleta. En este escenario, se encontró que la intención de investigar sobre los derechos de las mujeres con base a la técnica de **“Si Espontáneo” - “Si, más o menos, no”**, es decir, preguntar primero que derechos de la mujeres conocía y esperar la respuesta espontánea. Seguidamente preguntar uno por uno el listado de derechos, tenía la tendencia a sesgar la respuesta, ya que las personas tendían a responder a todas las opciones como que si las conocieran, lo que inducía evidentemente a las respuestas. En este sentido, se decidió modificar el formato de las preguntas, colocando un listado de respuestas extraídas de un sondeo en redes sociales, donde se consultó a un conjunto de 22 personas, cuáles derechos de las mujeres conocían, respuestas que fueron codificadas y sistematizadas antes de incorporarlas en el formulario. En este sentido y una vez ajustado el diseño del operativo, se concluyó que lo óptimo sería efectuar tres preguntas independientes sobre los tres derechos más importantes, para así además evidenciar la tendencia sobre esta variable.

6. DISEÑO METODOLÓGICO OPERATIVO

6.1. ¿Qué es el diseño?

El diseño metodológico operativo es un esquema general de cómo se llevará adelante una investigación, es decir, la forma operativa concreta que se empleará para la planificación del trabajo, preparación del levantamiento, el proceso de levantamiento de la información, la supervisión, el trabajo de gabinete y la generación de reporte, etc. y que contempla los siguientes aspectos:

6.2. Universo y marco muestral

Por las características del proyecto, se tomará como marco muestral el Censo Nacional de Población y vivienda de 2012.

6.3. Diseño muestral

Para el estudio se contemplará un sólo proceso de levantamiento, con una sola muestra por municipio.

6.4. Tamaño de la muestra

Por las necesidades del estudio en lo referente a la medición de audiencias, la muestra estará conformada por muestras independientes por cada municipio, como se describe en el cuadro N° 1:

Cuadro N° 1: Distribución de la muestra por municipio.

Nº	LOCALIDAD	POBLACIÓN	MUESTRA TOTAL
1	Palca	12690	80
2	Sapahaqui	9777	60
3	Luribay	8866	60
4	Achocalla	17413	80
5	Viacha	62497	100
6	Coro Coro	8302	60
7	Patacamaya	17303	80
8	SicaSica	24113	80
9	Umala	6864	60
10	Caracollo	17534	80
11	Paria	9821	60
12	Challapata	21225	80
13	Huari	10709	80
14	Betanzos	25240	80
15	Chaquí	7365	60
16	Puna	16396	80
Total		276115	1180

Fuente: Elaboración Propia

6.5. Unidades de información

Las unidades de información estarán compuestas por los hogares y adicionalmente se trabajará con base a conglomerados en las ferias de pueblo.

6.6. Informante

El informante será, exclusivamente toda persona que viva en el municipio, mayor a los 15 años hasta los 80.

6.7. El operativo

El operativo será llevado adelante en un mismo fin de semana, de no existir feria en el fin de semana, se podrá completar el levantamiento en el día de feria más próximo.

6.8. Reclutamiento

Para el reclutamiento, el locutor buscará a personal de su confianza, (1 o 2 encuestadores) que le ayuden en el levantamiento de la información, y de ser necesario, se recurrirá a Iglesias, centros educativos o deportivos, (con base al instructivo específico adjunto al presente informe).

6.8.1. Metodología de capacitación y prueba piloto

Tanto para la capacitación como para la prueba piloto se desarrollará una metodología específica para el proyecto, que se incluye como manual en los anexos a este informe.

6.8.1.1. **Boleta:** La boleta será digital (on line). En el caso de los municipios donde no exista servicio de internet o este sea muy deficiente, se levantará en físico y luego el locutor junto a sus encuestadores recurrirán a algún sitio con conexión a internet, para transcribir la información al aplicativo.

6.8.1.2. **Modalidad de levantamiento:** Para el trabajo de levantamiento, el encuestador pedirá al encuestado que le ayude a llenar la encuesta en su celular, convirtiendo así, al encuestado, en el primer sistema de supervisión. De esta forma, la encuesta se hará “lado a lado” y no frente a frente.

6.8.1.3. **La supervisión:** El locutor asumirá la función de supervisor y en este sentido, se trasladará a cada lugar de levantamiento con su equipo completo y en ningún momento se desvinculará de ellos, verificando “in situ”, el llenado correcto de las boletas.

6.8.2. Trabajo de gabinete

El trabajo de gabinete debe ser llevado adelante por el locutor, quién deberá extraer la base de datos de la plataforma del Googleform y copiarla a la base de datos de “Salida de Excel” y actualizar las tablas dinámicas ya pre diseñadas para cada pregunta. Luego deberá exportar las gráficas a la presentación de Power Point. Todo este trabajo está explicitado al detalle en el “*Manual de Usuario*” adjunto al presente informe

6.8.3. Bases finales

Para finalizar la salida de Googleformen Excel, deberá ser presentada como base final del trabajo, remarcando por colores diferentes las partes que corresponden a audiencia, género y educación financiera.

7. TAMAÑO DE LA MUESTRA POR MUNICIPIO

Para la realización del estudio, se deberá levantar una muestra distribuída por rangos de sexo, como se describe en el siguiente cuadro:

Cuadro Nº 2: Distribución de la muestra por municipio y sexo.

Nº	LOCALIDAD	POBLACIÓN	MUESTRA		
			MUESTRA TOTAL	Varones	Mujeres
1	Palca	12690	80	39	41
2	Sapahaqui	9777	60	29	31
3	Luribay	8866	60	29	31
4	Achocalla	17413	80	39	41
5	Viacha	62497	100	49	51
6	Coro Coro	8302	60	29	31
7	Patacamaya	17303	80	39	41
8	SicaSica	24113	80	39	41
9	Umala	6864	60	29	31
10	Caracollo	17534	80	39	41
11	Paria	9821	60	29	31
12	Challapata	21225	80	39	41

13	Huari	10709	80	39	41
14	Betanzos	25240	80	39	41
15	Chaquí	7365	60	29	31
16	Puna	16396	80	39	41
Total		276115	1180	574	606

Fuente: Elaboración Propia

8. PERSONAL NECESARIO

Para el trabajo se requiere contar con el siguiente personal:

- Un locutor responsable de la investigación en cada municipio
- Dos a tres encuestadores

El tamaño del equipo que realizará el trabajo de campo, depende de consideraciones metodológicas: como el tamaño de la boleta, el tiempo de levantamiento de las boletas, la cantidad de boletas a ser levantadas, las boletas por día a ser realizadas por encuestador, etc. En ese contexto, la cantidad de personal necesario para el proyecto por municipio, es la siguiente:

Cuadro Nº 3: Personal necesario para las encuestas, por municipio.

Nº	LOCALIDAD	POBLACIÓN	MUESTRA	ENCUESTADORES
1	Palca	12690	80	2
2	Sapahaqui	9777	60	1
3	Luribay	8866	60	1
4	Achocalla	17413	80	2
5	Viacha	62497	100	2
6	Coro Coro	8302	60	1
7	Patacamaya	17303	80	2
8	SicaSica	24113	80	2
9	Umala	6864	60	1
10	Caracollo	17534	80	2
11	Paria	9821	60	1
12	Challapata	21225	80	2
13	Huari	10709	80	2
14	Betanzos	25240	80	2
15	Chaquí	7365	60	1
16	Puna	16396	80	2
Total		276115	1180	26

Fuente: Elaboración Propia

9. METODOLOGÍA DE CAPACITACIÓN, PRUEBA PILOTO Y SUPERVISIÓN

Tanto para la capacitación, la prueba piloto y la supervisión se han desarrollado metodologías específicas para el proyecto, que se las incluye inextensas en los anexos y se refieren a:

- 9.1. **Boleta:** La boleta será digital (*on line*) con base al aplicativo Googleform, que se adjunta al presente informe en los anexos, juntamente a su respectivo manual de usuario. En el caso de los municipios donde no exista servicio de internet, se procederá como ya se mencionó líneas arriba.

- 9.2. **Modalidad de levantamiento:** Para el trabajo de levantamiento, el encuestador pedirá al encuestado que le ayude a llenar la boleta en su celular, convirtiendo así, al encuestado en el primer sistema de supervisión.
- 9.3. **Los supervisores:** Será el locutor de la radio quien deberá revisar todo el material enviado para llevar adelante el trabajo.
- 9.4. **La prueba piloto:** Para la prueba piloto cada equipo asistirá a algún lugar concurrido del municipio (plaza, campo deportivo, mercado), efectuando tres boletas por encuestador, labor destinada a que se familiaricen con el uso del instrumento.
- 9.5. **La supervisión:** La función de supervisión la asumirá el propio locutor y se trasladará a cada lugar de levantamiento con su equipo completo y en ningún momento se desvinculará de ellos, verificando **in situ**, el 100% de las boletas levantadas. Supervisará el llenado correcto de las mismas, asignando tanto los rangos de sexo, como los lugares de encuesta.
- 9.6. **Registro fotográfico:** Para constancia del trabajo, al terminar sus boletas, los encuestadores pedirán a los encuestados sacarse una selfie con ellos. Además, paralelamente, el supervisor sacará fotografías a su equipo de encuestadores en el momento de realización de su trabajo.
- 9.7. **Cartografía:** Para la determinación del lugar donde se efectuarán las encuestas en cada municipio, se ha desarrollado una cartografía que está en un archivo de Power Point para una mejor utilización, en el cual se identifica los manzanos a ser cubiertos por la encuesta y adicionalmente, su ubicación por altitud y longitud de cada punto.

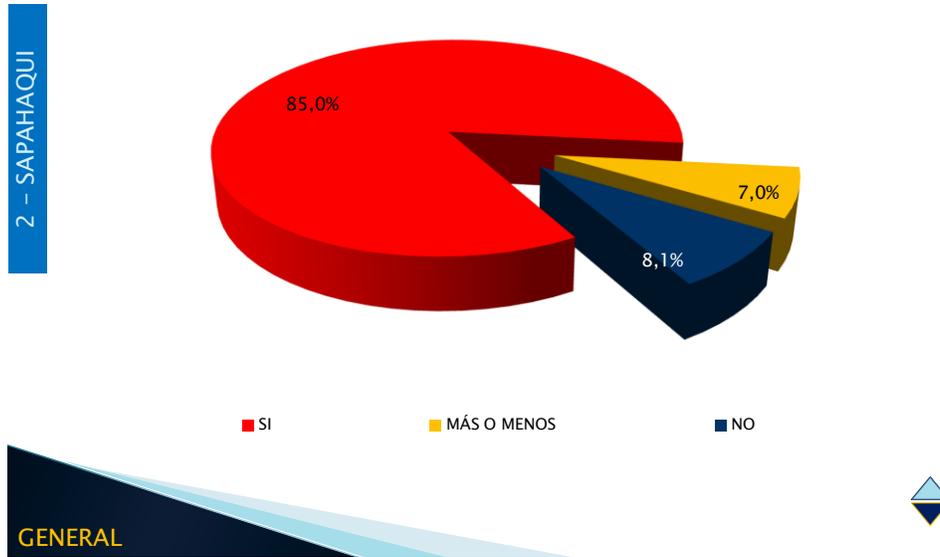
10. TRABAJO DE GABINETE

Para el proyecto se ha generado un archivo en Excel llamado “Salida de Excel” que incluye una base de datos y 20 pestañas, que incluyen tablas dinámicas para cada pregunta. La labor de gabinete consistirá en bajar la salida de Excel del Googleform y luego pegar ésta en la pestaña “Pegar Aquí” en el archivo “Salida de Excel”. Una vez realizada esta labor se deberá actualizar las tablas dinámicas, que generarán automáticamente los cuadros y las tablas.

11. GENERACIÓN DE GRAFICAS

Las gráficas prediseñadas tendrán la siguiente apariencia:

CUADRO # 4



Esta gráfica es sólo de simulación

Para la graficación, se ha creado una plantilla especial en Power Point, el cual contempla, los títulos y el formato deseado de las gráficas prediseñadas para cada pregunta. En ese sentido, el trabajo consistirá en copiar las gráficas de las tablas dinámicas de cada pregunta y pegarla en el Power Point, cuya explicación detallada se encuentra en el **Manual De Usuario**.

12. PRESUPUESTO ESTIMADO DEL PROYECTO POR MUNICIPIO

Para establecer la viabilidad del proyecto, es preciso estimar el presupuesto requerido para el operativo, el mismo que se describe a continuación:

PRESUPUESTO ESTIMADO

Nº	LOCALIDAD	POBLACIÓN	MUESTRA	COSTO POR BOLETA EN BS.	NO DE ENCUESTADORES	COSTO ENCUESTAS en Bs.	ESTIPENDIOS LEVANTAMIENTO	TARJETAS CELULAR	BOLETAS FÍSICAS Y MATERIALES	OTROS EVENTUALES	COSTO TOTAL MUNICIPIO
1	Palca	12690	80	5	2	400	60	40	0	30	530
2	Sapahaqui	9777	60	5	1	300	30	20	36	30	416
3	Luribay	8866	60	5	1	300	30	20	36	30	416
4	Achocalla	17413	80	5	2	400	60	40	0	30	530
5	Viacha	62497	100	5	2	500	60	40	0	30	630
6	Coro Coro	8302	60	5	1	300	30	20	36	30	416
7	Patacamaya	17303	80	5	2	400	60	40	0	30	530
8	SicaSica	24113	80	5	2	400	60	40	0	30	530
9	Umala	6864	60	5	1	300	30	20	36	30	416
10	Caracollo	17534	80	5	2	400	60	40	0	30	530
11	Paria	9821	60	5	1	300	30	20	36	30	416
12	Challapata	21225	80	5	2	400	60	40	0	30	530
13	Huari	10709	80	5	2	400	60	40	48	30	578
14	Betanzos	25240	80	5	2	400	60	40	0	30	530
15	Chaquí	7365	60	5	1	300	30	20	36	30	416
16	Puna	16396	80	5	2	400	60	40	48	30	578
Total		276115	2180								

13. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Las conclusiones y recomendaciones son las siguientes:

13.1. Conclusiones:

Este proyecto ha buscado desarrollar una metodología lo más amigable posible para los futuros ejecutores, tomado en cuenta el hecho de que los mismos, no necesariamente serán personas con experiencia de trabajo investigativo. En este contexto, se han desarrollado las siguientes variables de investigación:

1. Información recibida sobre la temática de género y violencia de género en el presente año
2. Medio de comunicación por el que recibió la información.
3. Receptividad sobre la información de género y violencia de género
4. Medio más adecuado para la transmisión de información de género y violencia de género.
5. Información recibida sobre de género y violencia de género
6. Conocimientos sobre los derechos de la mujer
7. Auto percepción sobre estos derechos
8. Percepción sobre el cumplimiento de estos derechos en el municipio de estudio.

Para el trabajo se requerirá la conformación un sólo equipo, conformado por el locutor más 1 o 2 encuestadores de apoyo (dependiendo el municipio), la encuesta será realizada en Googleform y las salidas de éste, serán copiadas a las presentaciones de power point ya diseñadas para el efecto.

Las fases del trabajo descritas en la presente metodología, tienen adjunto un manual o una infografía (instructivo), que describe exactamente la forma en la que éste debe ser realizado, ya sea que se refiera al trabajo de gabinete o de campo

13.2. RECOMENDACIONES

Para la ejecución del presente proyecto se debe tener en cuenta los siguientes elementos:

1. Será importante ver la posibilidad de realizar un trabajo de levantamiento de la información de manera simultánea en todos los municipios, para evitar que fenómenos o eventualidades externas puedan generar distorsiones en la percepción ciudadana, puesto que un acontecimiento importante podría modificar la percepción de los encuestados. Si no se levanta la información al mismo tiempo, cierta parte de la muestra estará influenciada por este acontecimiento y la otra parte estará exenta de esta influencia, lo que podría distorsionar los resultados.
2. Debe tenerse muy en cuenta que las fases operativas fundamentales del proyecto la constituyen la capacitación del personal y la supervisión, por lo tanto, los locutores deberán seguir los manuales respectivos para este efecto, e implementar las técnicas descritas en ellos.