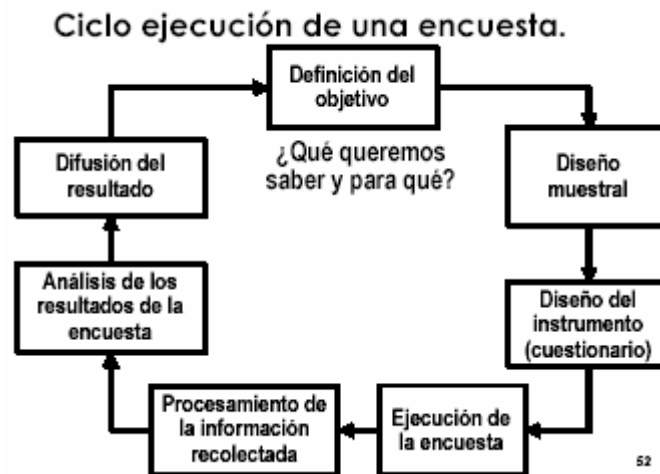


Metodología para llevar a cabo una encuesta

Las encuestas, como instrumentos que sirven para coleccionar información de la realidad, son parte del diagnóstico anticorrupción y no son un fin en sí mismo. En el caso de las encuestas de percepción, el método probado y más efectivo consiste en llevar a cabo encuestas directas y simultáneas a las diferentes partes involucradas en la corrupción, esto es a usuarios de servicios públicos; a empresas del sector privado y a funcionarios públicos.

Puede ser importante y útil que una institución del gobierno federal pueda desarrollar su propia capacidad para realizar cierto tipo de encuestas. Para ello, se pueden tener en cuenta los siete pasos principales del ciclo o proceso de implementación de una encuesta:



1. **Definición del objetivo**, que significa responder a la pregunta ¿qué se desea investigar y con qué propósito? Es el ¿qué y el para qué? De esto dependerá en gran parte los siguientes pasos a seguir.
2. El segundo paso (en esta versión simplificada), es la elaboración del **diseño muestral**, el cual dependerá del universo seleccionado y la cobertura que se pretende. Implica responder a la pregunta de ¿quién proveerá la información que se necesita?

Una **muestra** es la representación de una población objeto de estudio que se usa para establecer la percepción y experiencia de los ciudadanos. La muestra se define por el tamaño de la población, por las instituciones involucradas en la provisión de servicios, (ejemplo, agua potable, electricidad, recolección de basura), y por tipos sectores o actores sociales involucrados (usuarios de los servicios, sector privado, grupos de interés).

3. **Diseño del instrumento**, es el cuestionario a utilizar; lo que implica responder a la pregunta de ¿cómo se captará la información? Además se define el tipo de preguntas, si serán cerradas o abiertas, debe utilizarse un lenguaje claro, sencillo y directo, y adaptado a la idiosincrasia del encuestado. Debe contar con preguntas que se interrelacionen para permitir un análisis más profundo.
4. **Ejecución de la encuesta**. El encuestador debe tener credibilidad, habilidad para realizar las entrevistas y contar con un buen respaldo institucional que permita reducir los márgenes de posibles resistencias.

A la pregunta ¿cómo se lleva a cabo una encuesta para diagnosticar percepción de corrupción por la población?, cabe analizar alternativas como:

- Contratación de especialistas.
- Alianzas con instituciones locales como universidades, Organizaciones de la Sociedad Civil., centros de investigación, y otros.

Definir el papel del gobierno. Considerar alternativas como:

- Crear capacidad “en casa” para el diseño, procesamiento y análisis.
- Aplicación de encuestas por terceros con credibilidad para generar objetividad, sean locales o externos.

5. **Procesamiento de la información colectada.** Estará en función a la metodología definida previamente, donde debe prevalecer un enfoque objetivo e imparcial a fin de evitar problemas de manipulación o sesgo en este trabajo, base del informe final.

Requisitos esenciales para procesar información fiable.

- Asegurar la independencia en el diseño, ejecución y análisis de encuestas.
- Asegurar la integridad de las encuestas y su análisis.
- No permitir la manipulación de datos para fines políticos.

6. **Análisis de los resultados de las encuestas.** Se requiere independencia del poder de la institución que encomendó y/o financió el trabajo de la encuesta. No se debe ocultar información “negativa”. Se debe garantizar la transparencia, objetividad y consistencia técnica en el informe final.

Analizar la respuesta a la pregunta: ¿de quién son las encuestas y sus resultados?

- Cualquiera que contesta una encuesta debe tener derecho a los resultados.
- Los resultados y análisis deben ser difundidos de forma responsable y constructiva mediante una estrategia de comunicación social.

7. **Difusión del resultado.** Todos los que han participado y contribuido con la encuesta deben tener acceso a los resultados de la misma. La divulgación debe ser amplia, clara, educativa y de fácil acceso. Esto generará credibilidad para acciones posteriores, como la realización de talleres de diagnósticos participativos y luego la implementación del plan de acción.

Un plan de comunicación debe contemplar el impacto y el uso de los resultados en:

- Papel de la prensa.
- Papel del gobierno.
- Papel de la sociedad civil.

Concluyendo, los datos que se colectan a través de una encuesta, permiten:

- Identificar las áreas más vulnerables del gobierno a la corrupción.
- Establecer las prioridades para formular una estrategia de lucha contra la corrupción y de gestión abierta y participativa.
- Ofrece datos para establecer una base de partida para evaluar las reformas institucionales implementadas.-

Ejemplos de encuestas

Encuestas diagnósticas de gobernabilidad en Paraguay:

En el caso de Paraguay, el diagnóstico anticorrupción sirvió de base para diseñar el plan de acción, y dentro de éste, fueron seleccionadas algunas iniciativas, entre las que figura el Nuevo Sistema de Contrataciones Públicas, cuyo estudio de caso se detalla más adelante en este módulo. Este estudio de diagnóstico, se basó en la ejecución y posterior cruzamiento de la información de encuestas a tres sectores: funcionarios públicos, ciudadanos usuarios y empresarios privados.

Se pueden ver ejemplos de encuestas en las siguientes direcciones electrónicas:

- Encuesta de funcionarios públicos
http://www.worldbank.org/wbi/governance/pdf/guide_pdfs/05g-paraquay_po_survey.pdf
- Encuesta de hogares
http://www.worldbank.org/wbi/governance/pdf/guide_pdfs/05h-paraquay-hh_survey.pdf
- Encuesta empresarial
http://www.worldbank.org/wbi/governance/pdf/guide_pdfs/05i-paraquay_ent_survey.pdf