

CÓMO ELABORAR PROPUESTAS DE INVESTIGACIÓN

DANILO A. PALMA RAMOS

URL
001.42
P171
c.2



de investigación es
producto de un proceso de trabajo
que incluye varias actividades
importantes, de las cuales depende
su éxito o fracaso. En este punto,
conviene distinguir el éxito de
haberla elaborado bien, del éxito en
conseguir su aprobación, respaldo
institucional o apoyo financiero.

Daniilo Palma

Licenciado en Sociología (Universidad del Valle de Guatemala), y en Historia (Universidad de San Carlos de Guatemala). Maestría en Antropología (Universidad del Valle de Guatemala), y postgrado en Metodología de la Investigación (Universidad Pedagógica de Bogotá). Candidato a Doctor en Antropología (Universidad de París VIII). Colabora con el Instituto de Investigaciones Económicas y Sociales (IDIES) de la Universidad Rafael Landívar (URL) desde 1993 y actualmente investiga en las líneas de factores culturales y sociales en las cadenas de valor, y en metodologías de la investigación.

UPL
20.02
20.01
20.01

Índice

Introducción

Generalidades

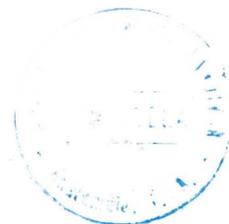
Estructura de la propuesta

Contenidos de la propuesta:
comentarios y sugerencias para su desarrollo

Apéndices

Referencias

3



Introducción

El Instituto de Investigaciones Económicas y Sociales (IDIES) es la unidad académica de la Universidad Rafael Landívar (URL) especializada en el estudio de problemas económico-sociales de Guatemala y su entorno, con el fin de contribuir a la formulación de políticas y estrategias que tiendan a mejorar las condiciones de vida de los guatemaltecos, especialmente de los sectores más vulnerables o excluidos de la sociedad.

Con tal fin, ejecuta una agenda de trabajo que incluye: diseño y realización de estudios económicos y sociales; publicaciones y eventos divulgativos científicos y didácticos; y docencia en cursos y seminarios de metodología de la investigación. Entre sus publicaciones, la Serie Reflexiones ha sido concebida para difundir trabajos de importancia coyuntural o instrumentos útiles para la investigación académica y profesional. Es así como en este número se ofrece una breve guía para elaborar propuestas de investigación.

La preparación de dichas propuestas es un trabajo normal y periódico en las facultades, escuelas, institutos y centros de investigación. Sin embargo, es frecuente que dentro de una misma entidad se utilicen diferentes formatos para elaborar los proyectos. Ello puede deberse a particularidades disciplinarias que exigen esquemas distintos para las diversas ciencias, técnicas y carreras; y en estos casos, la presente guía no pretende promover una homogeneidad espuria. Pero la diversidad puede deberse también, sobre todo entre quienes se inician en el quehacer de la investigación, a la falta de información puntual sobre exigencias lógicas, metodológicas y técnicas que toda propuesta de investigación debe satisfacer. Esta guía se enfoca en esas exigencias, sin menoscabo de las modificaciones y adaptaciones disciplinarias o especializadas que cada proyecto pudiera requerir.

Los investigadores experimentados no necesitan un instrumento como éste, pues poseen los conocimientos

y destrezas teóricas, metodológicas, empíricas y técnicas que les permiten elaborar sus propuestas sin mayor dificultad. Pero quienes se inician en la investigación se encuentran todavía en el proceso de adquirir y acumular dichos conocimientos y destrezas, y una guía como ésta puede resultarles de gran utilidad.

Este documento está, pues, dirigido a estudiantes, docentes y profesionales interesados en la fascinante aventura de la investigación, y trata de facilitarles la tarea de elaborar las propuestas respectivas. Por ello resulta necesario recalcar que esta guía de ninguna manera podría ser un sustituto de la formación e información teórica, metodológica, técnica y empírica que se requiere; ni podría ser un atajo que permita *disfrutar las glorias de la investigación sin las batallas de la investigación*. Al elaborarla, ha sido inevitable decidir qué incluir y qué no incluir en ella, pues no puede constituirse en un tratado de metodología de investigación o de evaluación. Y sin duda, otros autores tomarían decisiones diferentes.

Cabe aclarar que esta guía debe ser empleada en forma flexible, sin convertirla en una camisa de fuerza. De modo que, al mismo tiempo que la utiliza, el investigador¹ debe proseguir su proceso de formación académica y científica. La guía intenta ayudarlo también en este proceso, señalándole algunos medios importantes –en los pies de página– para procurarse la formación correspondiente, con el apoyo de catedráticos e investigadores de mayor experiencia. Se espera que procure el acceso a estos medios: los estudie, los analice y discuta, apropie sus contenidos y los aplique². El IDIES espera entonces, a través de esta publicación, estar cumpliendo con su misión: contribuir a atraer nuevos protagonistas a la extraordinaria aventura de la investigación, coadyuvar a su formación y entrenamiento, y promover la investigación al servicio de la sociedad.

1. En referencia a quien elabora y/o ejecuta la propuesta de investigación, en esta guía generalmente se utiliza el término "el investigador" en singular y masculino, sin embargo, el lector comprenderá que pueden ser varios investigadores, algunos de los cuales pueden ser hombres y otras serán mujeres.

2. En los pies de página sólo se indican los apellidos del autor y el año de publicación de la obra; los datos bibliográficos completos se encuentran en la bibliografía, al final de esta guía.

Generalidades

El término propuesta

El término *propuesta* tiene muchos significados. En el mundo académico y profesional, sin embargo, una *propuesta* es un documento que describe un proyecto de trabajo a realizar en un área o sector de interés; y que se elabora para solicitar aprobación, apoyo institucional y/o financiero para su ejecución.

Tal es el caso del Instituto de Investigaciones Económicas y Sociales (IDIES).

El proceso de elaboración de la propuesta

Una propuesta de investigación es producto de un proceso de trabajo que incluye varias actividades importantes, de las cuales depende su éxito o fracaso. En este punto, conviene distinguir el éxito de haber elaborado bien el proyecto, del de conseguir su aprobación, respaldo institucional o apoyo financiero. El primero es necesario, pero poco provecho tendría si no se lograra el segundo.

De allí que, a lo largo de su elaboración, es importante mantener a la vista varias preguntas que señalan condiciones y requerimientos importantes no sólo para prepararla adecuadamente sino también para lograr su aprobación, apoyo y financiamiento. La mayoría de estas preguntas tienen relevancia para propuestas de investigación que no son ofertas de consultorías específicas; sin embargo, aún para este segundo caso, sería conveniente atenderlas:

¿Se han tomado en cuenta las normas académicas, técnicas e institucionales, internacionales y locales, en la elaboración de la propuesta?

Esta guía es de carácter general y señala requisitos mínimos que toda propuesta debe cumplir. Sin perjuicio de ello, hay tratados especializados que exponen y explican muy pormenorizadamente las normas académicas y técnicas respecto de formato, estructura y contenido de las propuestas. El número de detalles a cuidar es grande y este no es el lugar apropiado para abordarlos; pero no se debe incurrir en el error de restarles importancia. Por lo mismo, al afrontar la tarea de elaborar la propuesta, estos tratados pueden y deben ser consultados, para mayor seguridad³.

¿Se tiene información acerca de fundaciones, agencias y programas, internacionales y locales, que podrían apoyar financieramente la propuesta? (¿O acerca de la entidad que requiere los servicios de consultoría?).

Las personas interesadas en investigar deben reunir información actualizada y confiable acerca de las fundaciones, agencias y programas internacionales y locales que podrían patrocinarlos:

- algunas de estas instituciones son ampliamente conocidas y tienen oficinas abiertas al público en esta capital y en ciudades de países vecinos;
- otras anuncian oportunidades en la prensa escrita o posters (desplegados);
- unas se promueven a través de Internet; tienen sitios WEB en los que se puede obtener información o direcciones donde se puede continuar buscándola; y
- sobre otras se puede indagar a través de los agregados culturales de las embajadas de países patrocinadores.

La información reunida sobre la fundación, agencia o programa debería, de ser posible, incluir:

- naturaleza de la entidad,
- filosofía,
- objetivos,
- tipos de programas prioritarios que opera o apoya,
- áreas geográficas prioritarias,
- vinculaciones institucionales en Guatemala y el mundo,
- direcciones, teléfonos, faxes, e-mail, etc., y
- calendarios de recepción, de negociación, de avisos de aprobación, etc.

Esto debe permitir seleccionar candidatos a patrocinadores, para someter la propuesta a su consideración, aprobación y apoyo.

¿Se ha aprovechado la asesoría o información de la entidad cuya aprobación y apoyo se busca?

Una vez identificados los posibles patrocinadores, o la entidad interesada en determinada consultoría, debe hacerse contacto con ellos, para:

- conocer con mayor detalle acerca de los formatos que utilizan para recibir las propuestas,
- el idioma en que se debe elaborar la propuesta,
- los requisitos que se tienen que cumplir,
- la documentación que hay que adjuntar,
- direcciones, teléfonos, faxes, e-mail, etc.,
- calendarios y horarios de recepción,
- funcionarios y representantes para consultas y negociación,
- calendarios y formas de avisos de aprobación, y
- otros detalles a cumplir.

La propuesta, ¿es congruente con los programas y objetivos de la entidad cuya aprobación y apoyo se busca?

La información puntual acerca de la entidad cuyo apoyo se busca debe permitir elaborar la propuesta en forma tal que contribuya a obtener una respuesta positiva. Ello incluye que los contenidos y objetivos sean no sólo compatibles con los de la entidad, sino que su realización represente una contribución real al logro de los objetivos de ésta.

A veces, la entidad condiciona su respuesta positiva a que se incluya en el estudio algunos componentes de su interés. El investigador debe sopesar la naturaleza e implicaciones de éstos: si no perjudican el carácter científico del estudio, ni comprometen la seguridad y el bienestar de los investigadores o de la comunidad, puede incluirlos.

Lo anterior no significa que se renuncie a la propuesta propia para ocuparse solamente de lo que le interesa a la entidad. Ninguna institución que apoya seriamente la investigación pretendería eso, salvo cuando está contratando alguna consultoría específica. De modo que es usual y normal que se atienda este tipo de requerimientos sin renunciar a los objetivos propios. Por supuesto, para manejar estos aspectos adecuadamente es necesario establecer una comunicación directa con quienes representan técnicamente a la entidad. A veces, el requerimiento del posible patrocinador, de incluir otros objetivos en el estudio, permite negociar mayor apoyo financiero o plazos más favorables.

3. Ver Linton (1978), Krathwohl (1988); Sierra Bravo (1999); Zorrilla y Torres (1986), Rojas Soriano (1984), Valadez y Bamberger (1994), y Gordillo (2002).

¿Se está utilizando una estrategia adecuada para buscar el apoyo de esa institución?

- Algunos programas de apoyo a la investigación, que canalizan localmente ayuda de grandes fundaciones internacionales, aceptan propuestas de investigación de individuos particulares.
- Otros, desde un principio, solamente aceptan propuestas de instituciones reconocidas como: universidades, institutos y centros de investigación.

Es importante saber si la institución cuya puerta se está tocando acepta propuestas de personas particulares o solamente de institutos y entidades reconocidas. En este último caso las personas individuales pueden, mediante arreglos especiales, procurar el apoyo de algún centro de investigación y luego someter su propuesta a través de éste. En tales circunstancias, el interesado debe indagar con los representantes del centro acerca de las particularidades teóricas, metodológicas o técnicas que la propuesta pudiera requerir.

Para elaborar la propuesta, ¿se han utilizado los formatos provistos por la entidad cuya aprobación y apoyo se busca?

- Algunas fundaciones y agencias que apoyan programas de investigación reciben la propuesta inicial en la forma que el investigador la elaboró; pero luego requieren que sea presentada en el formato oficial.
- Otras solo aceptan propuestas en sus formatos oficiales.
- Unas aceptan parte de la propuesta en el formato de quien la presenta, pero requieren formatos específicos para el presupuesto, el cronograma o el currículum vitae de cada investigador.

Esta es otra razón para establecer comunicación con los representantes de la agencia potencialmente patrocinadora, para presentar la propuesta en la forma más adecuada.

Al elaborar la propuesta, ¿se están tomando en cuenta los criterios de evaluación y ponderación de la entidad cuyo apoyo se busca?

Algunas entidades que financian propuestas de investigación, y/o requieren servicios de consultoría, generalmente aplican criterios y ponderaciones de evaluación de los contenidos de la propuesta. La calificación depende de que ésta haya sido elaborada atendiendo dichos criterios y ponderaciones. Por lo tanto, el investigador debe indagar específicamente acerca de la forma en que la agencia evaluará el proyecto.

La propuesta, ¿tiene una secuencia y un desarrollo lógico, de sección a sección?

Aunque se tome en cuenta un esquema o formato al elaborar una propuesta de investigación, ésta no debería consistir en una serie de secciones (títulos, subtítulos e incisos con algunos renglones debajo de cada uno) sin solución de continuidad entre ellas. Debe tener, en cambio, un hilo conductor de argumentaciones, una fluidez lógica, una unidad orgánica; todo debe estar conectado lógicamente y significativamente con lo demás. No debe contener saltos, lagunas, incongruencias, contradicciones, razonamientos incompletos o repeticiones innecesarias⁴. Tanto quien redacta como quien revisa la propuesta debe tener cuidado con estos aspectos.

Estos son algunos de los principales elementos de la calidad de la propuesta que son evaluados por quienes la califican; también se espera que los investigadores que dirigirán su ejecución posean esta calidad y la fomenten entre sus colaboradores más jóvenes.

¿Provee la propuesta suficientes detalles para un revisor acucioso?

La propuesta no sólo debe tener unidad y continuidad lógica, sino también suficiente información para que el posible patrocinador pueda juzgar y calificar su idoneidad. Un revisor acucioso buscará precisamente esa información; así como detalles que algunos investigadores tratan a veces de ocultar, de hacer invisibles o de pasar por alto. Las ambigüedades y omisiones tarde o temprano acarrearán resultados negativos. La honestidad exige que la propuesta sea clara, concisa y precisa y el revisor así la espera antes de aprobarla, de allí la necesidad de cuidar detalles como los siguientes:

- algunos detalles clave se refieren a la experiencia y capacidad teórica, metodológica, de campo y analítica de los investigadores;
- otros, se refieren a la distribución del tiempo entre las diversas etapas y actividades del cronograma;
- también suelen, los revisores, examinar muy cuidadosamente el presupuesto, la lógica de los costos, especialmente todo lo relativo a honorarios, viáticos fijos, costos inflados o imaginarios, etc.; y
- especial atención les merecen aspectos metodológicos tales como las variables o aspectos sobre los que se recolectará la información, la validación del instrumental, la delimitación de universos (o ámbitos) y el diseño muestral (o la selección de casos y tipos de informantes), así como las formas de procesamiento y análisis proyectadas.

Se requiere tácitamente la máxima calidad gramatical posible en la propuesta⁵.

4. Copi (1970). Cohen (1957). 5. Comes (1974), de Cegama (1963), Caminos (2001), y Martín Vivaldi (1982).

¿Ayuda la propuesta al revisor que tiene prisa en encontrar las partes críticamente importantes?

Toda propuesta tiene que estar estructurada con títulos, subtítulos, incisos y, si fueren necesarios, sub-incisos. Éstos permiten dirigir la atención del revisor o lector hacia las partes críticamente importantes. En el numeral anterior se han sugerido algunas de estas partes, pero cada programa o institución puede dar mayor importancia a unas que a otras. Por ello, al preparar la propuesta el investigador debe asegurarse de haber tomado en cuenta los criterios de evaluación y ponderación que los revisores aplicarán para calificarla. De modo que el índice debe estar muy bien elaborado. Y los subtítulos, incisos y sub-incisos utilizados deben señalar los componentes y elementos que mayor peso tienen para el revisor o la entidad. Además del índice, se puede utilizar ayudas visuales como recuadros, diagramados especiales, negrillas, subrayados, itálicas, viñetas, ilustraciones, letras de tipo diferente, etc.

¿Tienen los investigadores propuestos los perfiles y las trayectorias apropiados para ejecutar el estudio?

Este es otro aspecto crítico para que una entidad decida aprobar y apoyar una propuesta de investigación. Se refiere no a quienes la han elaborado sino a quienes efectivamente la ejecutarán. Y se refiere no a asuntos protocolarios o formales, como tener un cierto título o diploma, sino a las capacidades y destrezas específicas de los investigadores. Cuando la propuesta es presentada por una institución o entidad no se puede ni debe esgrimir el prestigio de ésta como un sustituto de aquéllas. El perfil y la trayectoria reales de quienes realizarán la investigación son, en suma, factores principales del éxito o fracaso de la propuesta, no sólo al momento de procurar el apoyo financiero sino al ejecutarla.

¿Tiene la entidad proponente el perfil y la trayectoria adecuados para presentar, hospedar o ejecutar la propuesta de investigación?

A veces los investigadores propuestos tienen los perfiles y las trayectorias apropiados para ejecutar una propuesta, pero puede ser que la entidad que la ha presentado no los tenga. Ello no significa que la entidad no tenga perfiles y trayectorias apropiados para otras propuestas; pero el asunto aquí es: ¿los tiene para esta propuesta en particular? Este también puede ser un factor crítico del éxito o fracaso al momento de procurar el apoyo financiero.

Seguramente hay otros aspectos importantes que se deben tomar en cuenta al elaborar y presentar una propuesta para procurar su financiamiento. La lista anterior no pretende ser exhaustiva, sino señalar algunos de los factores decisivos. El responsable de elaborar la propuesta debe conocer el medio en que trabaja y las entidades cuya puerta tocará, a fin de tomar en cuenta todo aspecto relevante⁶.

6. El ocuparse de estos aspectos es lo que algunos especialistas denominan etapas de prefactibilidad y factibilidad en la elaboración del Proyecto.

Estructura de la propuesta

El documento que denominamos propuesta usualmente consta de las siguientes partes o secciones.

Portada
Presentación
Resumen
Índice general

1. El problema

1.1 Formulación del problema

- Importancia y alcances
- Delimitación del estudio propuesto

1.2 Revisión y análisis bibliográfico y documental

- Literatura más reciente e importante acerca del problema
- Limitaciones de estudios previos y formas de superarlas
- Enfoques teóricos del problema
- Resumen del estado del arte del estudio del problema

1.3 Objetivos de la investigación propuesta

- Generales
- Específicos

2. Plan de trabajo

2.1 Consideraciones generales

2.2 Etapas del trabajo, principales actividades de cada etapa

2.3 Aspectos metodológicos

- Tipo de estudio
- El diseño
- Universo (ámbitos) y muestra (informantes)
- Técnicas e instrumentos
- Prueba y afinación del instrumental
- Procesamiento de la información y análisis de resultados

2.4 Cronograma y control

2.5 Informes de avance e informe final

3. Recursos

3.1 Humanos

- Organización
- Descripción de funciones
- Personal

3.2 Locales, instalaciones, equipo y otros recursos

3.3 Presupuesto

4. Apéndices

os documentos académicos y técnicos normalmente se presentan en hojas tamaño carta, elaborados en computadora, con letra tipo Arial o Times New Roman tamaño 12 puntos en el texto y 10 puntos en pies de página, a 1.5 de interlineado (salvo en citas y pies de página, que deben ir a renglón cerrado)⁷. Además, deben tomarse en cuenta los siguientes elementos al elaborar la propuesta.

1. Portada

La portada debe incluir, en la parte superior, la identificación de la institución y entidad que está presentando la propuesta. En medio, debe tener el título del estudio a realizar. Un poco más abajo debe indicar a quién se le está presentando; y en el último renglón, el país, el mes y el año (Apéndice 2).

2. Presentación

En la hoja siguiente a la portada se puede incluir una breve presentación de la propuesta, con más detalles que en la portada tales como quién la elaboró, a solicitud de quién o de cuál unidad o departamento, quiénes asesoraron su preparación y el código o número de registro de la propuesta (si fuere procedente). Esta presentación debe estar centrada horizontal y verticalmente.

3. Resumen

Las propuestas, de hecho, presentan resúmenes elaborados con base en esquemas o formatos diferentes. No hay una receta universal. Krathwohl⁸ sugiere el siguiente formato, que debe redactarse en una sola página:

1. *Título:*
2. *Área temática, tópico y sub-tópico de investigación*
3. *Dirección, teléfono, dirección electrónica y fax de quien presenta la propuesta*
4. *Duración del proyecto*
5. *Monto total de fondos solicitados: (si la duración*

es mayor que un año, indicar los fondos necesarios para cada año; y luego, el total).

6. *Descripción resumida de la propuesta (abstract, en no más de 250 palabras), contestando las siguientes preguntas:*

- *¿Cuál es el propósito específico de este estudio? ¿Qué conocimiento se persigue?*
- *¿Cómo se realizará el estudio? (descripción no técnica del tipo de estudio, diseño, metodología, lugares, datos demográficos, étnicos, etc.*
- *¿Qué diferencia podrían hacer los resultados del estudio? ¿Para quién? (¿Qué podríamos averiguar, como resultado de este estudio, que no sepamos ahora? ¿Qué podríamos hacer, como resultado de este estudio, que no podamos hacer ahora? ¿Para quién será este estudio importante? ¿Mejoramientos o aumentos de qué, implicaría este estudio?*

Generalmente el resumen se redacta al final, cuando se ha completado la elaboración de la propuesta.

4. Índice general

El índice general debe presentar los mismos títulos y subtítulos de la sección 3 de esta guía (desde 1. El problema, hasta Apéndices). Lo usual es que los índices generales contengan sólo títulos y subtítulos (de uno y dos dígitos), sin incisos. Sin embargo, revisores y lectores interesados encuentran con mayor facilidad las secciones críticas de la propuesta cuando además el índice contiene incisos (de tres dígitos).

Aunque el índice general se puede redactar al inicio de la elaboración de la propuesta, sólo se podrán indicar los números de páginas en que aparece cada título, subtítulo o inciso, cuando la propuesta esté terminada.

7. Ver otros detalles sobre márgenes, interlineado, numeración de páginas; uso de mayúsculas, negrillas, comillas, subrayados e itálicas; notas de pie de página, referencias y citas en Gordillo (2002).

8. Krathwohl (1988:111).

5. El problema

Según la mayoría de tratados especializados⁹ la sección de la propuesta que se denomina El Problema es crítica para los revisores y evaluadores de propuestas, de modo que quien la elabora debe prestarle cuidadosa y esmerada atención.

El término problema tiene varios significados diferentes, aún en el marco de las propuestas académicas y profesionales. En el ámbito estrictamente académico un problema puede ser la carencia de conocimiento confiable acerca de las relaciones entre ciertas variables, la falta de datos para comprobar cierta hipótesis, la incongruencia entre predicciones de una teoría y datos empíricos, la imposibilidad de decidir entre dos interpretaciones teóricas rivales, la dificultad de validar ciertos indicadores para ciertas variables o dimensiones, o simplemente la falta de datos. En el ámbito profesional, público o privado, se pueden elaborar listados enormes de problemas estructurales y coyunturales de comunidades, sectores de servicios, programas, instituciones, empresas, carreras y especialidades.

Con respecto al problema del que debe ocuparse una propuesta:

- quien elabora una propuesta de investigación académica de interés personal puede escoger un problema estrictamente académico; en este caso –si lo desea– deberá encontrar un posible apoyo institucional y/o un posible patrocinador;
- quien prepara una propuesta para realizar una consultoría bajo convenio o contrato, sin embargo, usualmente debe ocuparse de problemas estipulados por las personas o entidades que solicitan estos servicios, y que no necesariamente son académicos o del interés personal del consultor.
- quien diseña una propuesta de investigación científico-social para solicitar el apoyo de agencias y entidades de desarrollo debe seleccionar un problema que sea importante no sólo para la agencia o entidad cuyo apoyo busca, sino también para los sectores sociales, instituciones y programas –estatales o privados– involucrados.

A veces, quien elabora una propuesta ya tiene información sobre los programas privados y estatales, e instituciones de apoyo a la investigación a las que interesan estos problemas sociales. En este caso se puede proceder a preparar la sección *El Problema* sin necesidad de mayores indagaciones; pero cuando se carece de esa información, es necesario procurarla.

En todo caso, el diseño de la sección El Problema debe cumplir las siguientes tareas:

- mostrar la importancia y generalidad del problema para los sectores afectados, para las entidades e instituciones involucradas, y para las agencias de desarrollo. Para ello debe, en lo posible, utilizar estadísticas mundiales, continentales, regionales y nacionales que muestren la cobertura geográfica, la magnitud y la incidencia social del problema (debería incluir mapas y tablas estadísticas);
- citar o hacer referencia a documentos de agencias de desarrollo y de entidades privadas y públicas, en los cuales se destaca la importancia del problema y se indican los programas y recursos que se han invertido o se están invirtiendo al respecto;
- destacar cómo se manifiesta el problema actualmente en la región y sectores sociales específicos que la propuesta enfocará;
- delimitar geográfica (espacial), temporal, social, étnica, sectorial e institucionalmente, el estudio que propone realizar;
- no gastar espacio ni argumentos en lo obvio.

6. Revisión y análisis bibliográfico y documental

Los estudiosos e investigadores sociales con mayor experiencia saben que difícilmente hay un problema que no haya sido analizado o estudiado, al menos parcialmente, por alguien antes. No obstante, algunas propuestas de investigación científico-social no mencionan ni reconocen esos estudios previos, o no le dan importancia a sus aportes; ello puede deberse a descuido, falta de seriedad o cierto grado de arrogancia. Las agencias de desarrollo que financian investigaciones sociales, sin embargo, esperan que las propuestas estén vinculadas al conocimiento científico y técnico, y por ende, que reconozcan con seriedad tales aportes.

Por ello, quien elabora una propuesta de investigación científico-social para solicitar el apoyo de estas agencias, debe preocuparse de realizar un sondeo en:

- centros de investigación,
- centros de documentación,
- internet,
- bibliotecas y
- bases de datos.

9. Ver pie de página 3.

Debe integrar listados de las publicaciones, documentos y archivos de estudios previos del problema, sin excluir investigaciones que están en proceso; e identificar la literatura más importante y más reciente acerca del tema. Luego, debe proceder a su revisión. Esta actividad es reconocida

como fase o investigación de gabinete y su propósito es recolectar la mejor información secundaria que existe.

El producto de esa revisión debe ser un resumen bueno por la calidad de sus contenidos y por su brevedad. Debe mencionar los autores, estudios, año de publicación; y sus principales contribuciones o aportes —en los órdenes teórico¹⁰, metodológico¹¹ y empírico¹²— al conocimiento y manejo del problema. Pero luego de capitalizar sus contribuciones, se deben señalar sus limitaciones.

Los enfoques teóricos son particularmente importantes, como se verá adelante, pues proveen el vínculo entre el conocimiento previo que se tiene acerca del problema y las preguntas e hipótesis formuladas para estudiarlo más y mejor. El análisis de los métodos, técnicas e instrumentos utilizados también puede proveer claves importantes para proponer un mejor estudio. Y el análisis de los hallazgos (resultados empíricos) de estos estudios también permite evaluar su validez y alcances.

El resumen también debe explicar qué se proyecta hacer para superar las limitaciones y mejorar el conocimiento y comprensión del problema y sus implicaciones. Si los estudios previos no tienen limitaciones, ¿para qué proponer uno nuevo? Y si el investigador no tiene la capacidad teórica, metodológica y empírica para detectar esas limitaciones, no debería ser responsable de formular la propuesta, ni de ejecutarla, pues tampoco sabrá como superarlas.

7. Objetivos

Es convencional incluir objetivos generales y particulares en una propuesta. Para los especialistas, sin embargo, si las secciones anteriores han sido bien desarrolladas, se

10. Zetterberg (1981), Sjoberg y Nett (1986), Stinchcombe (1970), Winton (1978) ayudarán a entender cómo se realiza el análisis teórico. Schutz (1974), Viet (1965), Berger y Luckman (1972), Ritzer (1995), Ginér (2001) exponen las teorías clásicas y contemporáneas más importantes.

11. Festinger y Katz (1979), Goode y Hatt (1988), Duverger (1969), Sellitz et al (1965), Briones (2001) exponen los métodos y técnicas básicos de la investigación social.

12. Se refiere a los resultados concretos de los estudios realizados antes, y que generalmente aparecen en revistas científicas, journals, artículos especializados de internet y trabajos de bibliotecas electrónicas.

pueden obviar los objetivos generales e ir directamente a la formulación de los objetivos particulares.

Estos últimos deben ser, en primer lugar, realistas y viables; en segundo lugar, concretos y específicos. Algunos manuales sugieren incluir como mínimo dos y como máximo cinco objetivos particulares; y no incluir aquellos que no formarán parte del desarrollo metodológico de la propuesta.

Los objetivos deben hacer explícito cualquier producto o logro importante que el estudio persigue; nada relevante debe quedar implícito. Se debe ordenar los objetivos por su potencial de contribución —de mayor a menor— al logro o realización del propósito del estudio. Una o dos oraciones deberían ser suficientes para redactar un objetivo: si ya se ha escrito más de cuatro renglones y no se ha logrado expresarlo puntualmente algo anda mal y debe intentarse de nuevo.

Respecto de los objetivos, Krathwohl recomienda adoptar una actitud flexible y aceptar que éstos pueden expresarse en forma de hipótesis o preguntas¹³, dependiendo de la naturaleza del estudio.

- Si los estudios son experimentales, o cuasiexperimentales, los objetivos pueden ser hipótesis, desde luego conectadas a cuerpos teóricos conocidos. Este es un punto de contacto importante entre la revisión bibliográfica, el resumen de los enfoques teóricos sobre el problema y la formulación de objetivos, preguntas e hipótesis en la propuesta. Se utiliza el conocimiento que se tiene (acumulado en las teorías y datos empíricos) para procurar —a través de nuevas investigaciones, preguntas, hipótesis, datos, análisis— más y mejor conocimiento. Desde luego, si se incluyen hipótesis como objetivos, éstas deben ser comprobables (falsificables, contrastables).
- Si el estudio propuesto es exploratorio, los objetivos pueden ser preguntas.

8 Plan de trabajo

8.1 Consideraciones generales

Esta parte de la propuesta debe ocuparse del formato: ¿requiere la agencia posiblemente patrocinadora que el plan se presente conforme un cierto formato o hay libertad de presentar la propuesta en otros formatos?

- Si se debe utilizar el formato de la agencia entonces el plan de trabajo debe ser incluido siguiendo las instrucciones, títulos, subtítulos de secciones, ren-

13. Nótese que Krathwohl no está diciendo que una pregunta es una hipótesis.

14. Sobre hipótesis y comprobación, véase Hempel (1981), Rudner (1973), Zetterberg (1981).

glones (filas), columnas, celdas, etc. Es conveniente establecer comunicación con representantes de la agencia que puedan asesorarle en la utilización del formato.

- Si hay libertad para presentar el plan de trabajo de otra manera, se sugiere utilizar las secciones, títulos, subtítulos e incisos que aparecen más adelante.
- En cualquier caso, se debe describir paso a paso el procedimiento, a partir de los objetivos; operacionalizar (definir en términos observables) los términos abstractos; desarrollar las partes clave de la metodología de investigación; mantener los procedimientos y diseño dentro de límites realistas (en cuanto a recursos, tiempo, ética y aspectos institucionales).
- Normalmente, un plan de trabajo para realizar una investigación requiere como mínimo tres etapas. Cada una de éstas puede ser dividida en subetapas o actividades principales, como mejor convenga a la propuesta. Las tres etapas principales de un plan de trabajo de investigación son: inicial o preparatoria; de recolección de información primaria; y de análisis y resultados.

8.2 Descripción del plan de trabajo en la propuesta

Tipo de estudio y diseño

Explique el tipo de estudio propuesto:

- sincrónico/diacrónico.
- cualitativo¹⁵ /cuantitativo o mixto;
- ético/émico;
- descriptivo/exploratorio/comprobatorio;
- de caso/comparativo; etc.¹⁶

Explique el tipo de diseño propuesto:

- pre-experimental;
- experimental;
- cuasi-experimental¹⁷.

Explique las ventajas del tipo de estudio y diseño propuestos.

Universo/s o ámbito/s

- Si el estudio es cuantitativo o mixto, delimite y caracterice (describa) los universos.
- Si el estudio es cualitativo, émico, de caso, descriptivo, describa los ámbitos del estudio.

Muestras o tipos de informantes

- Si en el numeral anterior describió universos, describa las muestras o el sistema que aplicará para determinarlas.¹⁸

- Si en el numeral anterior describió ámbitos,¹⁹ indique los tipos y número de informantes que el estudio comprende.

Técnicas de recolección de datos

Indique las técnicas²⁰ que empleará y explique por qué:

- observación,
- observación-participante,
- entrevista,
- encuesta,
- grupos focales,
- talleres participativos, etc.

Instrumental

Indique los instrumentos²¹ que aplicará para cada técnica y explique por qué:

- guías de observación,
- guías de entrevista,
- boleta o cuestionario de encuesta,
- guía de conducción de grupos focales,
- fichas de registro de datos de grupos focales,
- cuestionarios auto-administrados,
- fichas de talleres participativos,
- (una combinación de varias de éstas).

Indique qué temas o tipos de datos se obtendrán con cada técnica e instrumento y explique por qué.

Prueba y afinación del instrumental

La agencia patrocinadora cuenta con expertos en investigación que siempre están atentos a los aspectos de validez, confiabilidad y objetividad.²² De modo que el plan de trabajo de la propuesta debe incluir actividades de prueba del instrumental en condiciones de campo, es decir recolección de datos de prueba. También debe incluir discusiones, con otros investigadores, de los resultados de la prueba del instrumental.

Integración e inducción de los recolectores de datos

Indique los tipos y el número de recolectores de datos que requerirá, cómo los capacitará, cómo los organizará y cómo los supervisará.

Lugares del trabajo de campo

Indique los lugares donde se recolectará la información (breve descripción y justificación, itinerario, etc.). Sería muy conveniente incluir mapas.

15. Ver Rodríguez, Gil y García (1996). 16. Ver obras señaladas en el pie de página número 10 y Gujarati (2003). 17. Ver Campbell y Stanley (1978). 18. Ver Kish, en Festinger y Katz (1979). 19. Ver Junker (1972). 20. Ver Rodríguez, Gil y García (1996), Festinger y Katz (1979), y Sellitz et al (1965). 21. Idem pie de página número 18. 22. Ver Zetterberg (1981).

Procesamiento de la información y análisis de datos

Describa cómo se realizarán el procesamiento de la información (resumen y presentación en tablas y cuadros de salida) y el análisis de resultados (contrastación con objetivos, preguntas e hipótesis, y con los enfoques teóricos).

- Si la investigación es cuantitativa o mixta, indique los paquetes computarizados a utilizar; los tipos de análisis univariados y multivariados que se realizarán; y los coeficientes estadísticos a procurar²³.
- Si es cualitativa y se utilizará algún software especial, indique cuál es y/o el tipo de análisis cualitativo que hará²⁴.

Informe de resultados

Describa la estructura y contenidos del informe final de resultados que elaborará y presentará a la agencia patrocinadora²⁵.

Cronograma e informes

Elabore un cronograma utilizando el formato de la agencia u otro formato. Es útil dividir el cronograma en tres etapas: la inicial o preparatoria, la de recolección de información; y la de análisis e informe de resultados. El cronograma debe incluir las actividades principales de cada etapa (lado izquierdo de la hoja) y el tiempo que insumirán (al lado derecho de la hoja). Cuando se conocen las fechas de inicio y la duración del plan de trabajo, se pueden asignar fechas específicas a las actividades del cronograma. De otra manera, se indican sólo los días, semanas o meses que tomará realizar cada actividad. Si las condiciones lo permiten, debe elaborarse el cronograma con ciertas holguras; de otra manera, habrá que prepararse para cumplir con fechas inamovibles.

Además de las actividades principales de cada etapa, el cronograma debe incluir también la elaboración y presentación de informes de avance:

- normalmente se elabora y se presenta un Primer informe de avance al completarse la etapa inicial o preparatoria, es decir, hasta la capacitación de los recolectores de datos (inclusive). Obviamente, este informe describe todas las actividades realizadas y presenta los productos obtenidos;
- también se suele preparar y presentar un Segundo informe de avance al completarse la segunda etapa, es decir, la recolección de la información (o trabajo de campo, como también se le llama). Este informe relata la realización del trabajo de campo conforme el itinerario establecido, los problemas y soluciones, y los resultados;
- como actividad final, el cronograma debe incluir la elaboración y presentación del Informe final de resultados de la investigación.

Si la agencia patrocinadora acepta este cronograma, la presentación de los Informes puede servir como momento de referencia para los desembolsos de apoyo a la realización del estudio (ver 9.4. Formas sugeridas de desembolsos del financiamiento para la ejecución de la propuesta).

Control

Las propuestas más serias, además de cronogramas, presentan un sistema de control para monitorear el avance del estudio, generalmente PERT o Gantt²⁶.

9. Recursos

En esta parte de la propuesta detalle los recursos humanos, materiales y financieros que se requieren para ejecutarla.

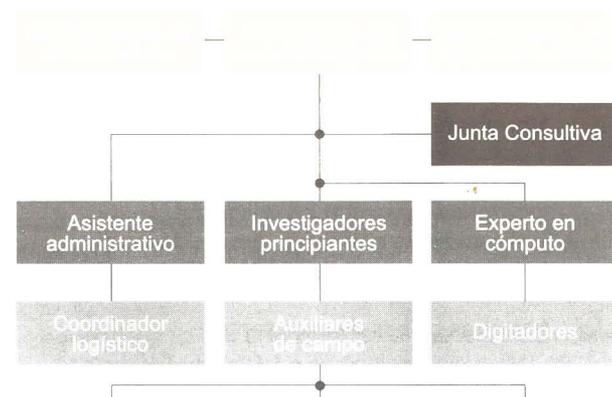
9.1 Humanos

En esta sección, incluya un detalle de tres subtítulos: organización del equipo de investigación, breve descripción de funciones y personal.

Organización del equipo de investigación

Cada propuesta requiere la integración de un equipo *ad hoc* para su naturaleza, objetivos y plan de trabajo. Sin embargo, las propuestas de investigación, para su ejecución, tienen en común ciertos requerimientos mínimos de organización. Además de éstos, cada propuesta tendrá otros, específicos, para poderla realizar. La determinación del organigrama exacto que se requiere para la ejecución es una tarea importante. El diagrama siguiente muestra una organización mínima adecuada para las condiciones locales y regionales en que suelen efectuarse las propuestas de investigación:

Organización mínima sugerida



23. Ver Briones (2001), Davies (1975), Mora y Araujo (1971), Schwartzman (1977), Wainerman (1976), Winton (1978), Glass y Stanley (1980), Siegel (1986), y Gujarati (2003).
24. Ver Junker (1972), Spradley (1979), y Collier (2000). 25. Ver Sierra Bravo (1999) y Gordillo (2002). 26. Ver Espinoza Vergara (1987), y Collantes Diaz (1982).

Breve descripción de funciones

Usualmente, y en forma breve, se agregan algunas funciones principales de cada cargo (excepto de los representantes de la agencia patrocinadora y de la institución que apoya a la investigación). Por ejemplo:

- el director general será responsable de la ejecución del estudio ante la agencia patrocinadora y ante la institución que lo apoya; planificará las actividades y coordinará su realización (y etc., etc.);
- la Junta Consultiva (si fuere necesaria o conveniente), estará integrada por representantes (invitados) de... (indicar aquí las instituciones, programas y sectores relacionados con el problema, cuyos representantes serán invitados a formar parte de la Junta; no menos de tres ni más de ocho, a fin de mantener manejable la situación). Se celebrará una reunión con ellos cada... (x semanas) para informarles sobre el avance del estudio y recabar sus sugerencias y recomendaciones para lograr mejores resultados;
- el asistente administrativo relevará al director en la realización de todas las tareas administrativas propias del estudio, incluyendo la coordinación con la agencia patrocinadora y la institución que lo apoya;
- el experto en cómputo será responsable del diseño y operación del software necesario para la captación, procesamiento y análisis de los datos que el estudio genere o recolecte; supervisará la digitación de los datos y la elaboración de tablas y cuadros de salida, en coordinación con los investigadores principales.
- el coordinador logístico será responsable de todo lo relacionado con transporte, materiales, equipo, instalaciones, etc.;
- los investigadores principales, junto con el director, serán responsables de la elaboración de la matriz de variables e indicadores, así como de los instructivos técnicos y el instrumental de recolección de datos. Diseñarán y dirigirán el procesamiento y análisis de datos; y elaborarán los informes de avance y el informe final de resultados del estudio.
- los auxiliares de campo, dirigidos por los investigadores principales, y conjuntamente con ellos, realizarán las diferentes tareas de recolección de información, aplicando las técnicas e instrumentos pre-establecidos.
- los digitadores serán responsables, bajo la dirección de los investigadores principales y del experto en cómputo, del llenado de las bases de datos, el procesamiento de la información y la elaboración de tablas y cuadros de salida.

Personal

Generalmente, la propuesta debe indicar los nombres de quienes desempeñarán los puestos de director general, investigadores principales y experto en cómputo. Además de los nombres, para cada persona se agregarán dos o

tres renglones sobre su especialidad, experiencia y capacidades (en la sección de Anexos se debe incluir el Curriculum Vitae de cada uno). Desde luego, debe haber congruencia entre las capacidades de la persona propuesta y las funciones del puesto.

- Director general, Fulano de Tal, doctor en..., autor de..., experto en..., etc.;
- Asistente administrativo, Zutano, etc.;
- Investigadores principales, Mengano, metodólogo, etc.; Perencejo, experto en microempresa, etc.
- Experto en cómputo, Perengano, etc.

En referencia a puestos como coordinador logístico, investigadores de campo, digitadores, solamente se indica el perfil de las personas que los ocuparán: nivel educativo, carrera, experiencia; y a veces edad, sexo y grupo étnico. A este respecto, debe tomarse en cuenta que los entrevistadores y conductores de grupos focales, por ejemplo, requieren mayor escolaridad y experiencia que los encuestadores, y a veces deben ser de cierta edad, sexo, grupo étnico e idioma materno.

9.2 Locales, instalaciones, equipo y otros recursos

La propuesta debe indicar la ubicación y dirección de la sede física principal de la investigación y, si las hubiere, de sus subsedes. También debe describir las instalaciones y el equipo con que se cuenta, mostrando que son adecuados para la ejecución de los trabajos que requiere el estudio. En particular, debe describir:

Equipo electrónico:

- Computadores de escritorio y portátiles, capacidad de éstos,
- paquetes procesadores y software de procesamiento y análisis de datos,
- impresoras,
- scanners,
- cámaras fotográficas o videocámaras digitales,
- grabadoras magnetofónicas,
- cañoneras, retroproyectores,
- sistemas de sonido,
- fotocopidora,
- otros.

Equipos de comunicación:

- teléfonos móviles y estacionarios,
- radio-telefonos, • faxes, • e-mail,
- localizadores, • otros.

Medios de transporte:

- vehículos (tracción doble y simple),



- motocicletas y bicicletas
- transporte aéreos y acuáticos

Amueblado y equipo de oficina.

Materiales de oficina y de campo.

9.3 Presupuesto

Los rubros más importantes del presupuesto en una propuesta de investigación son: honorarios, viáticos, transporte, material y equipo, comunicación, informes y publicaciones, costo de elaboración de la propuesta, imprevistos y overhead –que usualmente espera recibir la institución que apoya la propuesta–. Algunas agencias aceptan un monto global del paquete completo; otras requieren el monto de cada rubro y un total; unas más solicitan un desglose detallado en cada rubro. Este es uno de los aspectos que quien elabora la propuesta debe aclarar con los representantes de la agencia posible patrocinadora.

De cualquier forma, sólo se puede arribar al total de cada rubro, o al total global, partiendo de todos los detalles. Para determinar los costos de cada elemento detallado, sin embargo, es necesario tener información fresca sobre los niveles salariales y de viáticos del mercado para diferentes tipos de puestos; sobre los precios del transporte y el combustible; sobre costos de comunicación, de materiales y de publicaciones, etc.

- Las agencias que financian investigaciones saben que una propuesta que estime costos por debajo de los del mercado, y de la competencia, puede resultar en insuficiencia de recursos para cumplir con todo el trabajo y mantener el nivel de calidad pactado. Sólo bajo circunstancias especiales –como contar con recursos instalados que permitan economías de escala– se justificará hacer presupuestos con montos más bajos que los que exige el mercado.
- Las agencias que financian investigaciones también saben que sus recursos son limitados y no se van a inclinar por propuestas infladas.
- Por lo tanto, lo prudente es no estar por debajo de los precios del mercado de la competencia ni muy por encima de ellos. En todo caso, el currículum vitae de cada investigador y la calidad de la propuesta deberían ser garantía de la seriedad de su ejecución y de la calidad de sus resultados, y justificar así los costos estimados.

Cuando el presupuesto se elabora al detalle, tiene un aspecto semejante al que sigue:

Presupuesto detallado

I. Honorarios	
• Director General \$\$\$ /mes x 12 meses.	\$\$
• Asistente Administrativo \$\$\$ /mes x 12 meses	\$\$
• Investigador principal \$\$\$ /mes x 12 meses x 2	\$\$
• Experto en cómputo \$\$\$ /mes x 4 meses	\$\$
• Coordinador logístico \$\$\$ /mes x 12 meses	\$\$
• Investigador de campo \$\$\$ /mes x 4 meses x 6	\$\$
• Digitador \$\$\$ /mes x 2 meses x 4	\$\$
II. Viáticos	
• A \$\$ /día/persona x 5 personas x 60 días	\$\$
III. Transporte	
• Alquiler de vehículos (doble tracción) \$\$\$ /mes x 2 meses	\$\$
• Combustible y lubricante	\$\$
• Depreciación vehículos	\$\$
IV. Material y equipo	
• Papel de impresora, fotocopiado, encuadernación, tonner, tinta, diskettes, etc.	\$\$
VI. Informes y publicaciones	\$\$
VIII. Gastos administrativos (Imprevistos y overhead*)	\$\$

*Algunas agencias que financian investigaciones no aceptan el renglón de imprevistos ni el de overhead. Pero en vista de que realmente es importante contar con un fondo para imprevistos, se suele incluir en el presupuesto como Gastos Administrativos.

- Con respecto al overhead, los investigadores deben alcanzar un acuerdo con la institución de apoyo, acerca del por ciento del costo total de la propuesta que aceptarán en este renglón. Puede suceder que una agencia exija un overhead tan alto, y que el presupuesto crezca tanto, que se corra el riesgo de que el patrocinador potencial no la financie. En estos casos es preferible buscar un apoyo institucional diferente.
- Con respecto a los imprevistos, se estima entre cinco y diez por ciento del costo total de la propuesta. A mayor monto del costo total, el por ciento dedicado a imprevistos puede ser menor.

Resumen

Cuando la agencia patrocinadora no requiere presupuestos detallados, sino montos de los rubros principales y total, el aspecto del presupuesto es el siguiente:

Presupuesto sin detalle	
1. Honorarios	\$\$
2. Viáticos	\$\$
3. Transporte	\$\$
4. Material y equipo	\$\$
5. Comunicación	\$\$
6. Informes y publicaciones	\$\$
7. Costo de elaboración de la propuesta	\$\$
Subtotal	\$\$\$
8. Gastos administrativos (5 % sobre el subtotal)	\$\$

Aunque una agencia requiera el presupuesto con desglose de cada rubro, también se debe incluir el resumen.

Nota importante para la elaboración del presupuesto: el asunto del IVA.

- Algunas agencias patrocinadoras de investigaciones, de conformidad con la legislación fiscal guatemalteca, requieren facturas contables para documentar sus desembolsos. Si fuere así, entonces, al calcular los costos de la ejecución de la propuesta se debe agregar el valor del Impuesto al Valor Agregado (IVA).

- Si el patrocinador requiere facturas contables pero la institución que apoya el estudio está exonerada del pago de IVA, los investigadores deben aclarar con los representantes de la institución lo relativo a dicho pago y los documentos contables de la ejecución de su propuesta.
- También puede suceder que algunas agencias patrocinadoras no acepten un rubro de IVA u otros impuestos, y la institución que apoya no esté exonerada de ese impuesto. En este caso, una posible solución sería distribuir su valor en los diversos rubros y renglones del presupuesto. Todos estos detalles deben ser aclarados de antemano entre los investigadores y los representantes del patrocinador y de la institución de apoyo; y resueltos en forma legal y adecuada.

9.4 Forma sugerida de desembolsos del financiamiento para la ejecución de la propuesta

Algunas agencias tienen su propio sistema de fechas para desembolsar los fondos en apoyo a la ejecución, de la propuesta. En estos casos es importante informarse con anticipación acerca de este sistema, para incorporarlo en la propuesta. Otras agencias esperan que la propuesta contenga alguna forma sugerida de desembolsos, como la siguiente:

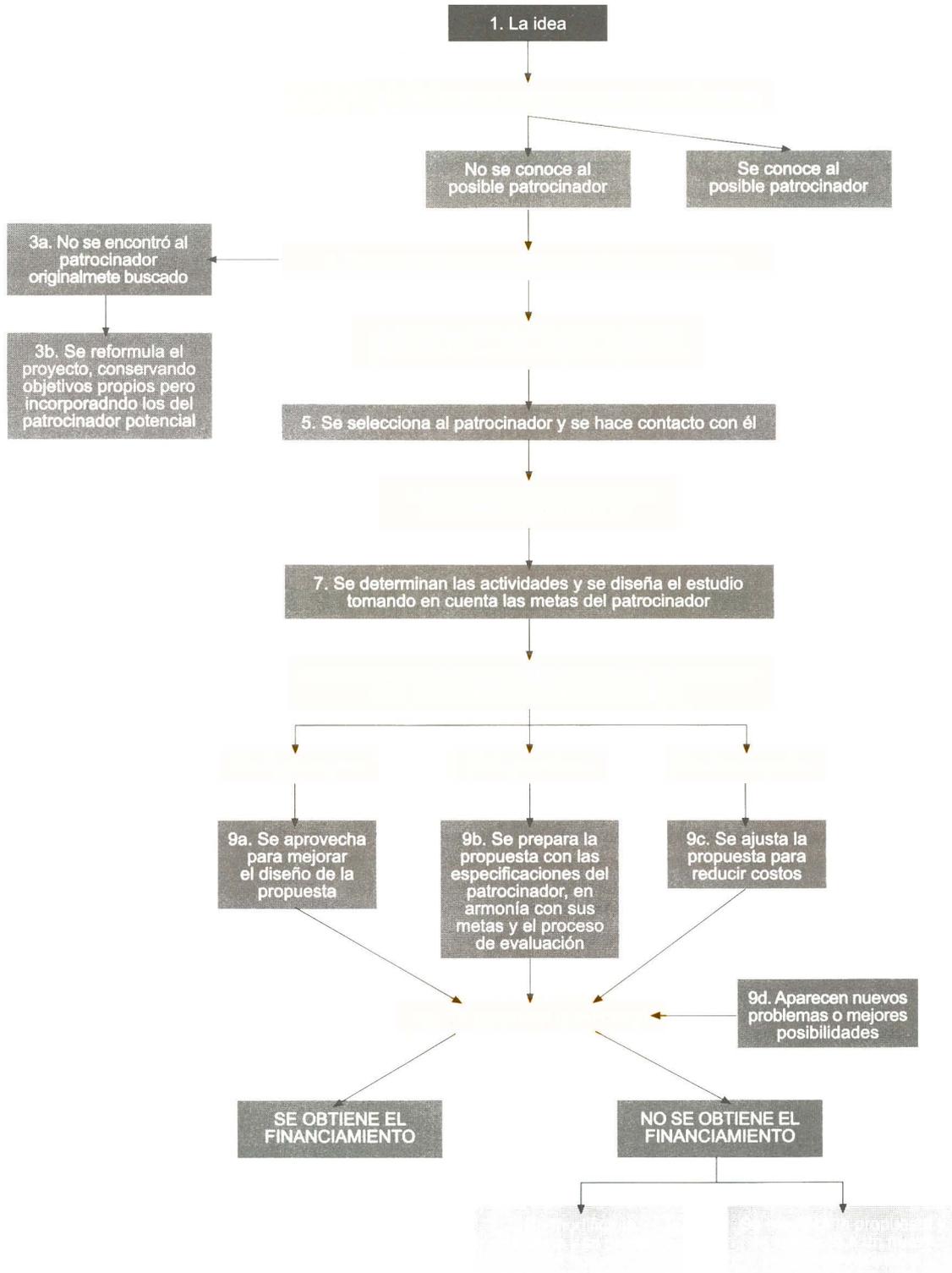
- un primer desembolso, por ejemplo el 40 por ciento del total del costo de ejecución, contra entrega del Primer informe de avance. Es importante recibir el monto de fondos necesarios para poder realizar todas las actividades de la etapa siguiente, la de campo (incluyendo viáticos, transportes, combustibles, salarios anteriores y siguientes, reproducción de materiales, comunicación, etc.);
- un segundo desembolso, por ejemplo el 30 por ciento del total, contra entrega del Segundo informe de avance; y
- finalmente, el 30 por ciento restante, contra entrega del Informe final de resultados de la investigación, a entera satisfacción de la agencia patrocinadora.

4. Apéndices

Algunas agencias requieren que los datos del curriculum vitae del director, de los investigadores principales y del experto en cómputo (y otros) sean incluidos en formatos proporcionados por la agencia. Si no es así, es aconsejable que en la sección de apéndices de la propuesta se incluyan dichos currícula.

Si la ejecución de la propuesta requiere autorizaciones, ofertas de apoyo, licencias, pagos, etc., estos documentos deben ser incluidos en la sección de apéndices. También se pueden incluir fotografías, recortes de prensa o diagramas que apoyan la propuesta pero son muy extensos para ser insertados en el cuerpo de ésta.

Proceso de financiamiento de un proyecto





Universidad
Rafael Landívar
Tradicón Jesuita en Guatemala

20

IMPACTO DEL DR-CAFTA EN LA INDUSTRIA DEL CALZADO EN GUATEMALA

Propuesta de investigación
presentada a la

FUNDACIÓN INTERNACIONAL PARA EL DESARROLLO

Guatemala, junio de 2005

Berger, P.L. y T. Luckman (1972). **La construcción social de la realidad**. Buenos Aires: Amorrortu.

Briones, G. (2001). **Métodos y técnicas de investigación para las Ciencias Sociales**. México: Trillas.

Caminos, M. A. (2001). **Aportes para la expresión escrita**. Buenos Aires: Magisterio de Río de la Plata.

Campbell, D. y J. Stanley (1978). **Diseños experimentales y cuasi-experimentales en la investigación social**. Buenos Aires: Amorrortu.

Cohen, M. (1957). **Introducción a la Lógica**. México: Fondo de Cultura Económica.

Collantes Díaz, A. (1982). **El PERT**. México: Limusa.

Coller, X. (2000). **Estudio de casos**. Madrid: Centro de Investigaciones Sociológicas.

Comes, P. (1974). **Técnicas de expresión 1: Guía para la redacción y presentación de trabajos científicos, informes y tesinas**. Barcelona: Oikos-Tau.

Copi, I. (1970). **Introducción a la Lógica**. Buenos Aires: EUDEBA.

Davies, J. (1975). **Análisis elemental de encuestas**. México: Trillas.

De Cegama, J. L. (1963). **El arte de escribir con facilidad**. México: Olimpo.

Duverger, M. (1969). **Métodos de las Ciencias Sociales**. Barcelona: Ariel.

Espinoza Vergara, M. (1987). **Programación**. Buenos Aires: Hvmánitas.

Festinger, L. y D. Katz (1979). **Los métodos de investigación social**. Buenos Aires: Paidós.

Giner, S. (2001). **Teoría Sociológica moderna**. Barcelona: Ariel.

——(2001). **Teoría Sociológica clásica**. Barcelona: Ariel.

Glass, G. y J. Stanley, (1980). **Métodos estadísticos aplicados a las Ciencias Sociales**. Madrid: Prentice-Hall.

Goode, W. y P. Hatt (1988). **Métodos de investigación social**. México: Trillas.

Gordillo Castillo, E. (2002). **Guía general de estilo para la presentación de trabajos académicos**. Guatemala: Centro de Estudios Urbanos y Rurales, Universidad de San Carlos.

Gujarati, D. N. (2003). **Econometría**. México: McGraw-Hill.

Hempel, C. (1981). **Filosofía de la Ciencia Natural**. Madrid: Alianza.

Junker, B. (1972). **Introducción a las Ciencias Sociales: el trabajo de campo**. Buenos Aires: Marymar.

Kish, L. (1979). *Selección de la muestra*. En: Festinger, L. y D. Katz. **Los métodos de investigación en las Ciencias Sociales**. Buenos Aires: Paidós, pp. 171-232.

Krathwohl, D. R. (1988). **How to prepare a research proposal, guidelines for funding and dissertations in the Social and Behavioral Sciences**. New York: Syracuse University Press.

Linton, M. (1978). **Manual simplificado de estilo para la preparación y redacción de artículos de Psicología, Pedagogía, Ciencias y Literatura**. México: Trillas.

Martín Vivaldi, G. (1982). **Del pensamiento a la palabra, curso de redacción**. Madrid: Paraninfo.

Mora y Araujo, M. (1971). **Medición y construcción de índices**. Buenos Aires: Nueva Visión.

Ritzer, G. (1995). **Teoría Sociológica: Clásica (Vol. I) y Contemporánea (Vol. II)**. México: McGraw-Hill.

Rodríguez, G. et al (1996). **Metodología de la investigación cualitativa**. Málaga: Aljibe.

Rojas Soriano, R. (1984). **Guía para realizar investigaciones sociales**. México: Plaza y Valdez.

Rossi, P. & H. Freeman (1982). **Evaluations, a systematic approach**. Beverly Hills: Sage.

Rudner, R. (1973). **Filosofía de la Ciencia Social**. Málaga: Aljibe.

Schutz, A. (1974). **Estudios sobre la teoría social**. Buenos Aires: Amorrortu.

Schwartzman, S. (1977). **Técnicas avanzadas en Ciencias Sociales**. Buenos Aires: Nueva Visión.

Seltitz, C. et al (1965). **Métodos de investigación en las relaciones sociales**. Madrid: Rialp.

Siegel, S. (1986). **Estadística no-paramétrica aplicada a las Ciencias de la Conducta**. México: Trillas.

Sierra Bravo, R. (1999). **Tesis doctorales y trabajos de investigación científica**. Madrid: Paraninfo.

Sjoberg, G. y R. Nett (1986). **Metodología de la investigación social**. México: Trillas.

Spradley, J. (1979). **The Ethnographic Interview**. Forth Worth: Harcourt Brace Jovanovich Collage Publishers.

Stinchcombe, A. (1970). **La construcción de teorías sociales**. Buenos Aires: Nueva Visión.

Valadez, J. & M. Bamberger (1994). **Monitoring and evaluating social programs in developing countries**. Washington D.C.: The World Bank, EDI Development Studies.

Viet, J. (1965). **Los métodos estructuralistas en las Ciencias Sociales**. Buenos Aires: Amorrortu.

Wainerman, C. (1976). **Escalas de medición en Ciencias Sociales**. Buenos Aires: Nueva Visión.

Winton, Ch. (1978). **Teoría y mediciones en Sociología**. México: Limusa.

Zetterberg, H. (1981). **Teoría y verificación en Sociología**. Buenos Aires: Nueva Visión.

Zorrilla, S. y M. Torres (1986). **Guía para elaborar la Tesis**. México: Interamericana.