ICAP International Center for Alcohol Policies
Analysis. Balance. Partnership.

ICAP POLICY TOOLS SERIES

HERRAMIENTAS ICAP

Guía Para Evaluar Programas de Prevención

(DICIEMBRE DE 2010)

channel research

Reconocimientos

El Centro Internacional en materia de Políticas sobre el Alcohol (ICAP, www.icap.org) y Channel Research (http://www.channelresearch.com/) desean agradecer a los colegas que trabajan en empresas de producción de bebidas alcohólicas, en asociaciones comerciales y en SAO por su seria colaboración en el proceso de desarrollo de estas Herramientas. En especial, agradecemos al Foro Europeo para el Consumo Responsable (EFRD, www.efrd.org) por su colaboración y por permitirnos adaptar sus pautas de evaluación.

El Centro Internacional de Políticas sobre el Alcohol (International Center for Alcohol Policies, ICAP) es una organización sin fines de lucro cuya misión consiste en promover la comprensión del rol que el alcohol ocupa en la sociedad a través del diálogo y las asociaciones que incluyen a la industria de las bebidas alcohólicas, la comunidad de la salud pública y otros interesados en la política sobre el alcohol y en ayudar a reducir el abuso del alcohol en el ámbito internacional. ICAP recibe el apoyo de los principales productores internacionales de bebidas alcohólicas.

Channel Research es una empresa consultora que se especializa en llevar a cabo evaluaciones de impacto alrededor del mundo. Dicha empresa utiliza su experiencia de trabajo en ambientes inestables y su conocimiento de las metodologías de evaluación más recientes para asistir a diferentes organizaciones en el desarrollo de sistemas de monitoreo y evaluación a medida. Channel, con sede en Bruselas y una oficina en Burundi, ha sido convocada por ICAP para ayudar a desarrollar esta caja de herramientas.

© Centro Internacional en materia de Políticas sobre el Alcohol, 2010

Estas Herramientas fueron diseñadas para quienes trabajan en la industria de las bebidas alcohólicas: productores, asociaciones comerciales y organizaciones sobre aspectos sociales (SAO) que actualmente llevan a cabo o piensan realizar programas de prevención de daños relacionados con el alcohol.

Las Herramientas proporcionan información general acerca de lo que abarca la evaluación de programas de prevención, la disposición de los pasos necesarios y la identificación de las diferentes opciones disponibles.

El **Anexo A** es una guía paso a paso acerca de cómo se pueden aplicar estas Herramientas para evaluar dos ejemplos específicos de iniciativas: una campaña de concienciación sobre el uso de conductores designados y un programa educativo sobre el alcohol en el ámbito escolar.

El **Anexo B** ofrece vínculos a guías de evaluación existentes y dos ejemplos de programas exitosos, que incluyen educación sobre el alcohol, detección e intervenciones breves, conducción bajo los efectos del alcohol y atención responsable.

Índice

1. Introducción: ¿Por qué son importantes las evaluaciones? . . . 2
1.1 Descubrimiento de la verdad detrás de ciertos mitos sobre la evaluación . . . 2
2. ¿Qué es la evaluación? . . . 4
2.1 Objetivo de la evaluación . . . 4
2.2 Tipos de evaluación . . . 5
2.2.1 Evaluaciones basadas en procesos . . . 5
2.2.2 Evaluaciones basadas en resultados . . . 5
2.2.3 Evaluaciones basadas en el impacto . . . 6
3. Realización de evaluaciones . . . 7
3.1 ¿Quién debe evaluar? . . . 7
3.2 Planificación de una evaluación . . . 8
3.3 Recopilación de datos . . . 10
3.3.1 Encuestas . . . 11
3.3.2 Observaciones . . . 11
3.3.3 Entrevistas . . . 12
3.3.4 Grupos de enfoque . . . 12
4. Análisis e interpretación de los datos . . . 13
4.1 Asociación, causalidad y confusión . . . 13
4.1.1 Asociación . . . 13
4.1.2 Causalidad . . . 13
4.1.3 Confusión . . . 14
4.2 Resultados a corto y largo plazo . . . 14
4.3 Suministro del contexto adecuado . . . 15
5. Informe y distribución . . . 16
6. Advertencias y riesgos de la evaluación . . . 18
6.1 La evaluación conlleva riesgos . . . 18
6.2 Los resultados pueden no ser transferibles . . . 18
6.3 La evaluación puede competir por recursos estrictos . . . 18
Anexo A. Guía paso a paso para evaluar programas de prevención . . . 19
Estudio de caso 1: Evaluación de una campaña de concienciación acerca del uso de conductores designados . . . 19
Estudio de caso 2: Evaluación de un programa educativo sobre el alcohol en el ámbito escolar . . . 23
Anexo B. Material de lectura adicional . . . 27
Guías generales para la planificación y la evaluación del programa . . . 27
Interpretación de hallazgos . . . 27
Evidencia de programas efectivos . . . 27
Programas educativos sobre el alcohol (General) . . . 27
Programas educativos sobre el alcohol (Normas sociales) . . . 27
Programas contra la conducción bajo los efectos del alcohol . . . 27
Programas para jóvenes . . . 27
Programas de atención responsable . . . 28
Detección e intervenciones breves . . . 28

1. Introducción: ¿Por qué son importantes las evaluaciones?

Las medidas preventivas focalizadas en el alcohol proporcionan información, aumentan los conocimientos y conciencian, y apuntan a ayudar, a modificar conductas en un esfuerzo por reducir daños potenciales relacionados con el consumo de alcohol. Tales medidas se centran en los tres elementos de los patrones de consumo:[1]

- Personas "de riesgo"
- Comportamientos de riesgo
- Contextos y entornos de alto riesgo

Las medidas incluyen educación sobre el alcohol, medidas contra la conducción bajo los efectos del alcohol, capacitación para aquellos que venden y sirven alcohol, iniciativas para reducir la violencia y el crimen (especialmente en establecimientos autorizados y en la economía nocturna), e intervenciones orientadas a identificar y modificar el consumo perjudicial.

Las empresas que producen bebidas alcohólicas, sus asociaciones comerciales y las organizaciones sobre aspectos sociales (SAO) han realizado importantes inversiones en esos esfuerzos de prevención. En muchos casos, tales intervenciones se implementaron con amplio éxito. **No obstante, el éxito aún no se ha documentado lo suficiente.** Como consecuencia, las medidas como mensajes de responsabilidad, educación sobre el alcohol o capacitación de camareros generalmente son objetivos convenientes para los defensores de una mayor regulación alrededor de las bebidas alcohólicas.

Lo que falta es una *base de evidencia* acerca de la eficacia de muchas intervenciones focalizadas. Esa base de evidencia sólo se puede lograr a través de la evaluación adecuada.

Estas Herramientas ofrecen orientación acerca de la realización de la evaluación; desde la planificación hasta la recopilación de datos y la interpretación de los hallazgos. Los Anexos proporcionan vínculos a material de lectura adicional y ejemplos paso a paso de programas de evaluación en áreas específicas (una campaña de concienciación sobre el uso de conductores designados y un programa educativo sobre el alcohol en el ámbito escolar).

1 Stimson, G., Grant, M., Choquet, M., & Garrison, P. (Eds.). (2007). Drinking in context : Patterns, interventions, and partnerships. New York: Routledge. Disponible en: www.icap.org/Publications/DrinkingInContext

Centro Internacional en materia de Políticas sobre el Alcohol (ICAP). (2008). Guide to creating integrative alcohol policies. Serie de guías sobre políticas de ICAP, disponible en: www.icap.org/PolicyTools/ICAPPolicyGuides

Centro Internacional en materia de Políticas sobre el Alcohol (ICAP). (2008). Quick reference guide to the ICAP Blue Book: Implementing alcohol policy and targeted interventions. Serie de guías sobre políticas de ICAP, disponible en: www.icap.org/PolicyTools/ICAPPolicyGuides

1.1 Descubrimiento de la verdad detrás de ciertos mitos sobre la evaluación

Existe la creencia de que los programas de evaluación pueden no representar el uso más eficaz del tiempo y los recursos. Vale la pena desmentir cinco mitos comunes que rodean las evaluaciones:

- ***Mito 1: Es suficiente implementar un programa sin evaluarlo.***

  INCORRECTO. Los programas que no se han evaluado, no tienen mucha importancia. La evaluación es la única manera de demostrar que una iniciativa o enfoque determinado ha tenido éxito. Nada disipa mejor el mito de que la educación, la capacitación de camareros y otros esfuerzos son simplemente detalles decorativos que la demostración clara y sencilla, con hechos y cifras, de que las iniciativas respaldadas por la industria pueden ser tan eficaces como cualquier otra y que se desarrollan de acuerdo con las mismas normas. Esto no significa que los programas sin evaluar no ayuden a la sociedad, pero la falta de evaluación atrae argumentos acerca de que el esfuerzo no es importante y priva a los patrocinadores de programas y a los investigadores de datos que podrían ayudar a desarrollar futuras intervenciones.

- ***Mito 2: Es mejor emplear recursos en implementar iniciativas que en la evaluación.***

  INCORRECTO. Si bien los recursos son escasos, y puede resultar tentador concentrarse exclusivamente en la implementación, ninguna intervención está completa sin la evaluación adecuada. Una intervención individual bien evaluada, que puede estar respaldada por evidencia en lo que respecta a su eficacia, puede ser más valiosa que varias iniciativas sin evaluación. Esto último puede hacer dudar a los contribuyentes potenciales acerca de si las iniciativas funcionaron o de qué lecciones se pueden aprender para desarrollar nuevos programas.

- ***Mito 3: Dado que ya hay evidencia que muestra que diferentes tipos de iniciativas (p. ej., medidas contra la conducción bajo los efectos del alcohol, campañas de normas sociales e intervenciones breves) pueden ser eficaces, no es necesario evaluar cada programa nuevo de manera individual.***

  INCORRECTO. La evidencia de éxitos anteriores es un argumento sólido a favor de la elección de un enfoque o tipo de intervención determinado. No obstante, sólo porque un enfoque específico funcionó en el pasado no significa que funcionará nuevamente. Es posible que el contexto social, las condiciones, los grupos meta y muchos otros factores sean diferentes en cada caso. Por lo tanto, toda intervención se debe evaluar por lo que es, ya que es la única manera de demostrar si realmente ha funcionado en el entorno específico.

- ***Mito 4: La evaluación es muy compleja y requiere la participación de expertos externos.***

  INCORRECTO. La evaluación de un programa simplemente significa formular las preguntas correctas y reunir la información de manera segura. Esto puede estar a cargo de un experto externo, pero también existen evaluaciones más sencillas que se pueden realizar internamente. La elección de la evaluación a utilizar depende de varias consideraciones, que incluyen los recursos disponibles y la complejidad del problema en cuestión. Este tema se trata en la **Sección 2.2: Tipos de evaluación**.

- ***Mito 5: La evaluación sólo muestra si una intervención ha tenido éxito o no shows whether an intervention has succeeded or failed.***

  INCORRECTO. Si bien la determinación del éxito o el fracaso es uno de los objetivos principales de la evaluación, se pueden aprender muchas otras cosas. Una evaluación permite mejorar los esfuerzos de prevención de modo que se puedan implementar con mayor eficacia en el futuro. Si una evaluación se encuadra correctamente y formula las preguntas adecuadas, puede descubrir una gran cantidad de información valiosa adicional (consulte la **Sección 2.1: Objetivos de la evaluación**).

2. ¿Qué es la evaluación?

La evaluación ofrece un medio para determinar si una iniciativa ha sido meritoria con respecto a la provisión de lo que se pretendía y se esperaba. No obstante, una buena evaluación también puede responder otras preguntas importantes.

TÉRMINOS CLAVE:

- ***Colaboración: describe los recursos (humanos y financieros) empleados en la iniciativa.***

  Aquí se incluyen los recursos humanos (cantidad de personas involucradas y tiempo empleado) y financieros que participaron en el desarrollo y la implementación de una iniciativa específica.

- ***Producción: se refiere a los productos tangibles desarrollados para la iniciativa.***

  Por ejemplo, panfletos o material informativo que se puede haber desarrollado, anuncios de televisión que pueden haber salido al aire, o servicios (como asesoramiento) que se pueden haber proporcionado para utilizar durante la iniciativa.

- ***Resultado: describe los logros de una iniciativa y sus efectos inmediatos o directos en aquellos que participaron en ella.***

  Por ejemplo, los participantes de una campaña específica, ¿saben más que antes?, ¿modificaron sus actitudes?, ¿se pueden observar efectos inmediatos en su comportamiento?

- ***Impacto: ve más allá de los resultados inmediatos de una iniciativa e identifica efectos a largo plazo, como también las consecuencias involuntarias o imprevistas.***

  Por ejemplo, una evaluación de impacto podría examinar si los efectos positivos inmediatos de una intervención en un comportamiento se mantuvieron con el paso del tiempo.

2.1 Objetivo de la evaluación

Las evaluaciones de programas de prevención cumplen ciertas funciones:

1. Medir los resultados y el impacto del programa
   - ¿El programa alcanzó los objetivos definidos?
   - ¿Llegó al público deseado?
   - ¿La dimensión del resultado fue la esperada?
   - ¿El programa tuvo consecuencias inesperadas o imprevistas?
   - ¿Son coherentes los resultados con los de programas similares?
2. Informar acerca de la planificación y el diseño de programas futuros
   - ¿Cuáles son las fortalezas y debilidades de un enfoque determinado?
   - ¿Qué problemas de implementación surgieron?
   - ¿Los criterios de medición son apropiados y adecuados?
   - ¿Los resultados afectan las influencias confusas (p. ej., otras intervenciones que podrían haberse orientado al mismo problema o grupo meta)?
   - ¿Surgieron nuevas ideas? Si la respuesta es sí, ¿se pueden probar?
3. Proporcionar lecciones internas importantes para aquellos que dirigen los programas

   Por ejemplo, las evaluaciones pueden ofrecer comentarios sobre si los gastos en recursos financieros y humanos necesarios para el programa fueron justificables:
   - ¿Se usaron los fondos de manera correcta?
   - ¿Se produjo un rendimiento de la inversión?
4. Garantizar transparencia y responsabilidad

   Especialmente cuando se utilizan fondos externos en una iniciativa, las evaluaciones ayudan a justificar el proyecto. También se pueden utilizar como una forma de compromiso de las partes interesadas, lo que ayuda a ganar la participación de miembros de la comunidad, autoridades locales y del público meta.
   - ¿Se establecieron sistemas adecuados a fin de garantizar una generación de informes sólida, supervisión, etc.?
   - ¿Se aprendieron lecciones útiles para incorporar a futuras iniciativas?
5. Ofrecer lecciones más amplias acerca de buenas prácticas
   - ¿Qué lecciones se pueden aprender de este enfoque?
   - ¿Se tratan las lecciones de opciones de política?
   - ¿Los resultados respaldan evidencias existentes?

PREGUNTAS para la evaluación:

1) ¿Funcionó la intervención? ¿Con qué eficacia?
2) ¿Se puede mejorar el diseño y el rendimiento?
3) ¿Se justifican los gastos en la implementación?
4) ¿Se aprendieron lecciones útiles para incorporar a futuros programas?
5) ¿Puede contribuir esta intervención a una buena práctica?

2.2 Tipos de evaluación

La mayoría de las evaluaciones se agrupan en tres categorías:

- **Basadas en procesos**
- **Basadas en resultados**
- **Basadas en el impacto**

La selección del tipo de evaluación más adecuado se rige por diversos factores, que incluyen la disponibilidad de recursos y el grado de necesidad de la evaluación para fines internos o externos (consulte la **Sección 3.1: ¿Quién debe evaluar?**):

- Las evaluaciones basadas en procesos son útiles para analizar cómo se implementa una intervención o si arroja las mediciones necesarias.
- Las evaluaciones basadas en resultados y en el impacto son las mejores para realizar un seguimiento de los resultados de una intervención.
- La evaluación de procesos puede ser útil internamente, mientras que centrar el foco en los resultados y en el impacto puede ayudar a justificar la intervención interna y externamente.

Cualquiera sea el modelo de evaluación que se utilice, los datos se deben recopilar de manera sistemática. Los datos pueden ser

- **cuantitativos** (p. ej., contar la cantidad de muertes por conducir bajo los efectos del alcohol o el porcentaje de conciencia sobre un riesgo)
- **cualitativos** (p. ej., registrar puntos de vista subjetivos sobre si un programa cambió percepciones)

Las evaluaciones exitosas a menudo combinan la recopilación de datos cuantitativos y cualitativos, ya que generalmente hay más de una manera de responder una pregunta determinada (consulte la **Sección 3.2: Recopilación de datos**).

TÉRMINOS CLAVE:

- **Datos cualitativos**

  Descriptivos y subjetivos.

- **Datos cuantitativos**

  Mensurables y definibles en términos numéricos absolutos. Pueden someterse a análisis estadístico.

2.2.1 Evaluaciones basadas en procesos

Las evaluaciones basadas en procesos se utilizan para comprender cómo funciona un programa y cómo el programa produce resultados. Evalúan las actividades que se están implementando y los materiales que se utilizan.

Las evaluaciones basadas en procesos están diseñadas para responder algunas de las siguientes preguntas:

- ¿Qué se necesita en términos de recursos, productos y servicios para distribuir el programa?
- ¿Cómo implementan las personas la intervención en la que se capacitaron?
- ¿Cómo se seleccionan y se reclutan los participantes?
- ¿Cuáles son las fortalezas y debilidades del programa?
- ¿Cuál es la opinión de los participantes/socios acerca de la implementación del programa?

2.2.2 Evaluaciones basadas en resultados

Las evaluaciones basadas en resultados se utilizan para medir los cambios que se producen inmediatamente después de la implementación del programa y para establecer que esos cambios ocurrieron *como consecuencia* de la intervención que se está evaluando.

Las evaluaciones basadas en resultados se centran en las siguientes preguntas:

- ¿Qué resultados se miden, p. ej., cambio de comportamiento o cambio de conocimientos o conciencia? Y, ¿por qué?
- ¿Cómo se medirán esos resultados específicamente?
- ¿Cuál es la proporción deseada de participantes en los que se producirá un cambio como consecuencia de la intervención? ¿Se alcanzó ese número?

Para tener éxito, las intervenciones basadas en resultados necesitan lo siguiente:

- Información detallada sobre los indicadores que se pueden utilizar para medir los resultados deseados (los mejores indicadores son aquellos que se pueden verificar a partir de bases de datos administrativas, encuestas, informes de terceros o estadísticas oficiales; por ejemplo, la cantidad de personas que participan en el programa)
- Una evaluación minuciosa de cómo recopilar la información necesaria de mejor manera; en otras palabras, qué **metodología** usar (consulte la **Sección 3.2. Recopilación de datos**)
- Un método confiable y riguroso para **analizar e informar hallazgos** (consulte la **Sección 4: Interpretación de hallazgos**).

2.2.3 Evaluaciones basadas en el impacto

Las evaluaciones basadas en el impacto examinan los efectos a largo plazo de una intervención en los participantes y son, por mucho, las más complejas:

- El tipo más exitoso de evaluación basada en el impacto registra los efectos **durante períodos prolongados**, en lugar de simplemente examinar las condiciones inmediatamente "anteriores" y "posteriores" a la implementación de la intervención.
- Las intervenciones basadas en el impacto se pueden mejorar al incluir un **grupo de comparación o "control"** contra el cual medir el grupo "expuesto" (es decir, el que recibió una intervención) (consulte la **Sección 3.2. Recopilación de datos**).
- Lamentablemente, puede haber **colaboradores "confusos"** a largo plazo "antes" y "después" de los cambios, externos al programa que se está evaluando.

La evaluación basada en el impacto también necesita información acerca de las condiciones previas a la implementación de la intervención.

- Por ejemplo, dirigir una iniciativa orientada a la conducción bajo los efectos del alcohol requerirá que haya información y estadísticas actuales disponibles acerca de accidentes de tránsito y muertes por conducir bajo los efectos del alcohol a fin de proporcionar un contexto.

3. Realización de evaluaciones

La mayoría de los programas bien diseñados incluyen disposiciones para la evaluación desde el comienzo. La recopilación de datos, las opiniones y la medición del impacto y los resultados son propias de la evaluación.

La **TABLA 1** muestra cómo se puede integrar una evaluación a la estructura de un programa y enumera las decisiones que se deben tomar y los pasos que se deben realizar antes, durante y después de una intervención.

3.1 ¿Quién debe evaluar?

Antes de abordar la manera en la que se puede implementar cada una de las fases de la evaluación, es necesario proporcionar algunos conceptos a quien realizará la evaluación.

Hay cuatro opciones sobre cómo se debe realizar una evaluación:

- **Interna** (es decir, a cargo de quienes también implementan la intervención).

TABLA 1. Pasos clave para evaluar una intervención

Antes de la intervención

Planificación de una evaluación

- Identificar el objetivo de la evaluación.
- Determinar el enfoque adecuado de la evaluación, según el objetivo y los recursos disponibles.
- Definir con claridad los recursos disponibles y los recursos necesarios. Esto determinará si la evaluación se realizará internamente o estará a cargo de expertos externos, como también su duración y seguimiento.
- Desarrollar la metodología de evaluación mediante la identificación de lo siguiente:
  - Grupos meta para los resultados de la evaluación
  - Parámetros para la recopilación de datos (p. ej., tamaño de la muestra, plazo para la recopilación de datos y el seguimiento)
  - Preguntas apropiadas

Recopilación de datos

- Recopilar datos iniciales de referencia para realizar una comparación en el futuro (en evaluaciones basadas en los resultados y en el impacto).

Durante la intervención

Recopilación de datos (continuación)

- Realizar un seguimiento del alcance de la distribución de materiales y evaluar la inversión de tiempo y recursos.
- Recopilar información acerca de los destinatarios de la intervención.

Después de la intervención

Recopilación de datos (continuación)

- Realizar una recopilación de datos posterior a la intervención para compararlos con los datos iniciales.
- Cuando corresponda, realizar una segunda recopilación de datos en el futuro para evaluar si los efectos de la intervención persisten con el paso del tiempo y si los cambios se pueden sostener.

Análisis e interpretación de los datos

- Analizar datos y compararlos con los datos iniciales.
- Interpretar los hallazgos de la evaluación.
- Identificar las consecuencias de los hallazgos.
- Informar y distribuir los hallazgos de la evaluación.

- **Administración interna, con colaboración de organizaciones o investigadores externos** traídos específicamente para ese fin.
- **Dirección externa y respaldo interno.**
- **Evaluación externa independiente.**

Cada uno de los cuatro enfoques tiene consecuencias diferentes en relación con los costos y el tiempo necesario para llevarlos a cabo, tal como se resumen la **TABLA 2**.

Las cuatro opciones son importantes y cada una posee sus propias fortalezas y debilidades. No obstante, para algunos programas que merecen la inversión en los gastos, se puede argumentar que las evaluaciones más convincentes y creíbles son aquellas que se realizan de manera externa.

3.2 Planificación de una evaluación

La planificación minuciosa ayuda a diseñar los pasos que se realizarán en el proceso de evaluación, de modo que existan mayores posibilidades de que arrojen resultados informativos.

Es importante comenzar a planificar una evaluación al mismo tiempo que se desarrolla el programa (consulte la TABLA 1).

Durante esta etapa se debe identificar y definir con claridad lo siguiente:

- El **objetivo de la evaluación** (consulte la **Sección 2.2: Tipos de evaluación**).

TABLA 2. Tipo de evaluación: consecuencias de los recursos

Credibilidad	*Tipo de evaluación*	*Costo*	*Tiempo*[2]	*Consideraciones*
+	**Evaluación interna**	$	++++	• Buena práctica en la evaluación. • Recopilación de datos e informe internos. • Genera lecciones y conocimientos útiles.
	Administración interna con colaboración externa	$$	+++	• Mejor práctica en la evaluación. • Cuando se la realiza correctamente, tiene más posibilidades de que se la considere de manera positiva en una auditoría externa. • Los resultados se pueden compartir con una amplia audiencia o grupo de interesados, especialmente cuando se ha demostrado rigurosidad.
	Dirección externa y respaldo interno	$$$	++	• Generalmente considerada la mejor práctica en evaluaciones. • La mejor opción para informar a un público o grupo de interesados muy amplio.
++++	**Evaluación externa independiente**	$$$$	+	• Agrega credibilidad y análisis objetivo. • Tiene más posibilidades de que se la considere de manera positiva en una auditoría externa.

2 Inversión de tiempo directamente requerida de quienes implementan el programa.

- Los **interesados**, ya sea externos o internos, (p. ej., aquellos que participan en la evaluación o reciben los resultados de ésta).
  - Los **interesados externos** pueden incluir el público meta de la intervención, los socios que participan en el desarrollo y en la distribución del programa, organizaciones de la comunidad y habitantes locales interesados en un tema determinado, y los medios.
  - Los **interesados internos** pueden incluir a los patrocinadores, la Junta directiva u órganos de gobierno.
- La **metodología** de evaluación, que establece los parámetros para la recopilación de datos y las preguntas adecuadas (más información en la **Sección 3.3: Recopilación de datos**).
- El **Plan de evaluación y términos de referencia**, que describen las acciones clave en varias etapas del proceso de evaluación y de la implementación del programa.

Los siguientes ocho principios se pueden integrar a la planificación de la mayoría de los programas y son útiles para preparar el terreno para evaluaciones exitosas:

1. **Haga la tarea.**

   ¿Qué intervenciones similares se realizaron? ¿Fueron exitosas? ¿Cómo se llevaron a cabo? Esto valida el programa y el enfoque de evaluación que se debe tomar.

2. **Decida las necesidades que abordará la intervención.**

   Un programa se puede diseñar para aumentar los conocimientos y la conciencia, crear destrezas específicas o modificar ciertas conductas. Conocer en qué pretende influir o qué pretende cambiar la intervención también identificará lo que se medirá y evaluará.

3. **Defina el público meta del programa.**

   ¿Está orientado el programa a un grupo específico; por ejemplo, a jóvenes? Si la respuesta es sí, ¿de qué edad? Puede resultar útil concentrarse en estudiantes como una forma conveniente de administrar el programa, si corresponde. En ese caso, la evaluación debe incluir a aquellos que se inscribieron al comienzo y al final de la iniciativa.

   También se debe identificar la cantidad meta de personas que la intervención debe alcanzar. Lo ideal es que la muestra sea lo suficientemente grande para que los resultados continúen siendo útiles, incluso si algunos participantes se retiran.

4. **Identifique los objetivos clave del programa.**

   Los objetivos deben ser claros, fáciles de medir y realistas (es decir, debe haber un grado de confianza que puedan alcanzar); también se deben verificar desde el comienzo (durante la planificación y antes de la implementación del programa).

5. **Identifique el mejor enfoque para lograr los objetivos del programa.**

   Esto dependerá, en gran medida, del público meta, de las condiciones locales y de los recursos disponibles. Por ejemplo, si el índice de alfabetización entre el público meta es bajo, una intervención que dependa principalmente de material escrito probablemente no sea la mejor para este entorno.

6. **Defina criterios claros para medir si se cumplieron los objetivos del programa.**

   La manera en la que se miden los objetivos dependerá de lo que sea más apropiado para el programa. Cuando los objetivos son poco realistas o no se pueden medir, no es posible demostrar el impacto del programa, incluso cuando vale la pena.

7. **Determine la mejor manera de realizar un seguimiento del progreso y la aceptación del programa.**

   Es importante determinar el método más útil y factible de **recopilar** y **analizar** datos. En algunos casos, especialmente cuando es necesario alcanzar una gran cantidad de encuestados, las encuestas pueden resultar las más adecuadas. En otros, las entrevistas o los grupos de enfoque son más útiles (consulte la **Sección 3.2: Recopilación de datos**).

8. **Incorpore la capacidad de modificar aspectos del programa que podrían no estar funcionando.**

   Objetivos y criterios de evaluación claros ayudarán en caso de que sea necesario realizar correcciones durante el transcurso del programa. La identificación de lo que funciona y lo que no también es útil en caso de que se desee repetir una intervención, lo que aumenta las probabilidades de éxito en el futuro.

Una vez que se abordan estas cuestiones, los objetivos de evaluación, los públicos meta y los recursos disponibles se harán evidentes. Todo esto determinará el enfoque correcto de la evaluación.

La creación de un Plan de evaluación es el siguiente paso útil. La tabla 3 puede ser una guía práctica durante el proceso.

Un plan de evaluación puede ayudar a lo siguiente:

- Identificar tareas y documentos a entregar para cada fase de evaluación.
- Asignar roles y responsabilidades.
- Evaluar los recursos disponibles y necesarios.
- Crear un cronograma para medir el progreso.

TABLA 3. Ejemplo de una plantilla de plan de evaluación

Fase	*Tareas*	*Resultados Finales*	*Fechas*	*Recursos*	*Responsable*
Planificación					
Recopilación de datos					
Informe y difusión					

Puede resultar útil preparar **Términos de referencia** para la evaluación en la fase de planificación. Esto puede servir como un acuerdo formal de lo que se hará, independientemente de si la evaluación se realiza de manera interna o externa. Los Términos de referencia deben incluir:

- El objetivo y la duración de la evaluación.
- Las preguntas clave que se realizarán.
- Los requisitos del equipo de evaluación (si se realiza externamente).
- La estructura de informe esperada que presentará los hallazgos de la evaluación.
- El presupuesto.

Según el enfoque de evaluación seleccionado, puede ser necesaria la recopilación de datos iniciales en esta etapa temprana para una futura comparación. La **Sección 3.3: Recopilación de datos** proporciona más información sobre diferentes enfoques de recopilación de datos.

LISTA DE VERIFICACIÓN DE LA EVALUACIÓN: Planificación

Preguntas clave a considerar durante la planificación de una evaluación:

- ¿Cuál es el objetivo de su evaluación y qué espera lograr?
- ¿Quiénes son los participantes clave que necesita involucrar a lo largo del proceso?
- ¿Quién realizará la evaluación?
- Si lo hará un consultor externo, ¿quién será responsable dentro de su organización de posibilitar el proceso?
- ¿Desarrolló un plan de evaluación que define las tareas clave y los documentos a entregar, y que asigna roles y responsabilidades?
- ¿Decidió las preguntas que se formularán durante la evaluación, seleccionó indicadores e identificó métodos de recopilación de datos?
- ¿Decidió la estructura de informe de la evaluación y quién trabajará en cada sección?
- ¿Cómo se distribuirán los hallazgos de la evaluación?

3.3 Recopilación de datos

El éxito de la fase de recopilación de datos a menudo depende de la calidad de la etapa de planificación. La duración de la recopilación de datos depende del tipo de evidencia necesaria y de los métodos de evaluación escogidos. Las siguientes preguntas orientarán el trabajo en esta etapa:

- ¿Dónde se encuentra la información necesaria?
- ¿Quién está mejor posicionado para obtenerla y cuándo?
- ¿De qué manera se debe guardar, analizar y presentar la información?

Para cualquier evaluación, se pueden recopilar dos tipos de datos:

- **Datos cualitativos**: son descriptivos y no se pueden medir en términos absolutos. Se pueden obtener a partir de las respuestas verbales de los encuestados a las preguntas de la entrevista, de debates con grupos de enfoque o de respuestas o comentarios escritos a preguntas abiertas.
- **Datos cuantitativos**: son mensurables y definibles y se pueden convertir en números y estadísticas. Son útiles para mostrar diferencias absolutas en lo que se mide, como la modificación de porcentajes. Estos datos derivan de calificaciones, categorizaciones o respuestas "sí" y "no" a cuestionarios.

Ambos tipos de datos son útiles. Siempre que sea posible, resulta útil complementar las medidas cuantitativas objetivas con datos cualitativos descriptivos más subjetivos.

***Cómo* se recopilan los datos incluye si éstos se tratarán como cualitativos o cuantitativos.**

- Se pueden tomar diferentes enfoques para recopilar datos, que van de simples a complejos, y todos se pueden utilizar en la evaluación.
- Cada enfoque posee su propio conjunto de fortalezas y debilidades.
- La elección del enfoque de evaluación más adecuado dependerá de una evaluación caso por caso de lo que está disponible y accesible.

Cuando se recopilan datos, es útil contar también con información adicional que no esté directamente relacionada con la intervención que se está evaluando. Por ejemplo:

- Es importante conocer **el tamaño de la muestra, la cantidad de personas a las que se llegó y sus características** (p. ej., edad, sexo, nivel socioeconómico, etc.).
- Al medir los cambios atribuidos a una intervención específica, puede ser necesario establecer el **punto de partida** antes de llevar a cabo el programa (p. ej., es útil contar con las estadísticas "previas al programa," cuando estén disponibles, acerca de un tema determinado).

Los siguientes enfoques son algunos de los que se utilizan con mayor frecuencia para recopilar datos: **encuestas**, **observaciones**, **entrevistas**, y **grupos de enfoque**.

LISTA DE VERIFICACIÓN DE LA EVALUACIÓN: Confiabilidad y coherencia

Los datos recopilados deben ser confiables y coherentes en diferentes momentos. Por lo tanto, es importante prestar atención a lo siguiente:

- Todos los conjuntos de datos se deben recopilar de la misma manera, mediante el uso del **mismo conjunto de instrumentos** (p. ej., cuestionario) en cada momento.
- Cuando se utilizan entrevistas individuales o grupos de enfoque, se deben incluir **los mismos entrevistados**, siempre que sea posible, en cada ronda de recopilación de datos.
- Cuando no sea posible o cuando se utilicen encuestas más amplias, se debe intentar **mantener la coherencia entre los entrevistados** (p. ej., usar los mismos grupos meta).
- Cuando sea factible y apropiado, los datos se pueden recopilar de un **grupo de control** que no haya sido específicamente el público meta de la intervención pero que sea similar en características clave.

3.3.1 Encuestas

Las encuestas dependen de la recopilación de datos a través de cuestionarios. Esos cuestionarios pueden ser escritos (distribuidos de forma impresa o electrónica) o verbales (p. ej., por teléfono).

Generalmente, a fin de evaluar el impacto de una intervención o un programa, la encuesta se realiza *dos veces:* una antes y una después de la intervención.

- La realización de la encuesta *antes* de la intervención establece **respuestas de referencia**.
- Una segunda ronda de encuestas en el mismo grupo *después* de la intervención mostrará si se produjo un **cambio en el conocimiento, el comportamiento o en cualquier otro efecto que se esté midiendo**.
- En algunos casos, la encuesta se puede realizar una **tercera vez para evaluar el impacto en un plazo más prolongado**. Esto resulta especialmente útil cuando se miden cambios conductuales. También ayuda a determinar si los cambios a corto plazo se mantienen con el paso del tiempo.

Otro enfoque es encuestar a quienes reciben una intervención y a quienes no, y comparar los resultados.

- Esto proporciona **un grupo de "control"** para medir el efecto de una intervención determinada.

Si bien las encuestas se utilizan ampliamente en la evaluación y pueden ser muy útiles cuando se realizan de manera correcta, el índice de respuesta a una encuesta puede presentar un desafío.

- No todos los que reciben una encuesta desearán responderla. Esto puede afectar la confiabilidad y la validez de la información que se obtiene. Por lo tanto, es importante incluir una muestra grande para que las deserciones no afecten los resultados.
- Conocer las características de la muestra (p. ej., edad, sexo, nivel educativo) también ayudará a determinar si las deserciones tienen algún otro significado.
  - Por ejemplo, realizar una encuesta telefónica doméstica durante las mañanas o las tardes de los días de semana excluirá a todos aquellos que están trabajando. Es útil contar con esta información al momento de interpretar los resultados.

3.3.2 Observaciones

La observación de personas que han estado expuestas a una intervención (p. ej., observar prácticas de prestación de servicios en establecimientos minoristas después de un programa de capacitación de camareros) puede ayudar a medir los cambios en el comportamiento o en los resultados.

- Al igual que en las encuestas, se debe realizar una evaluación "antes" y "después" para comparar y medir los efectos.

La observación puede ayudar a determinar si un programa se está proporcionando e implementando como se planeó y puede permitir al evaluador comprender la situación y el contexto.

No obstante, la observación demanda mucho tiempo y es costosa, y es necesario ser cuidadoso al interpretar los resultados, lo que generalmente requiere la colaboración de un experto.

3.3.3 Entrevistas

Este enfoque permite la relación individualizada entre el evaluador y el encuestado, y es especialmente útil cuando el contacto personal es importante.

- Las entrevistas resultan especialmente útiles cuando el tema es complejo y requiere explicaciones adicionales, o cuando existen barreras lingüísticas (p. ej., alto índice de analfabetismo) o culturales.
- Las entrevistas también permiten el seguimiento inmediato de temas interesantes que pueden surgir durante la conversación.

Dada la naturaleza de las entrevistas, es probable que el tamaño de la muestra sea relativamente pequeño, y la información que se obtenga dependerá en gran medida de la habilidad del entrevistador.

Una forma de entrevista útil incluye los denominados ***informantes clave***, que pueden hablar en nombre de una muestra de población más extensa.

- **Los informantes clave son expertos en un área específica y pueden proporcionar una visión amplia que representa el grado de conocimiento o diferentes puntos de vista culturales.**
- Esos expertos pueden ser profesionales con experiencia en un área determinada o miembros de la comunidad con conocimiento de la comunidad en su totalidad y con la capacidad de hablar en nombre de ella.

La información se puede obtener de informantes clave de manera informal o mediante métodos más formales, como entrevistas, audiencias o encuestas. Generalmente se utilizan informantes clave para informar el desempeño de organismos, como la Organización Mundial de la Salud (OMS).

3.3.4 Grupos de enfoque

Los grupos de enfoque combinan elementos de la observación y las entrevistas:

- Un grupo de enfoque es una entrevista con 8 a 12 personas, pero utiliza la interacción del grupo para generar datos e ideas que es poco probable que surjan en entrevistas individuales.
- El método de grupo de enfoque se utilizó originalmente como herramienta de investigación de mercado para conocer el interés en varios productos, y luego se adoptó en otras áreas como una forma de recopilar datos sobre un tema determinado.

Los participantes de los grupos de enfoque se deben seleccionar cuidadosamente de modo que representen la muestra más amplia de individuos a los que el programa desea llegar.

Los grupos de enfoque generalmente se utilizan en la fase piloto de un estudio para proporcionar una idea de los resultados posibles, y luego se utiliza un enfoque de evaluación a mayor escala mediante, por ejemplo, una encuesta.

4. Análisis e interpretación de los datos

El objetivo de la fase de análisis e interpretación de datos es transformar los datos recopilados en evidencia creíble sobre el desarrollo de la intervención y su rendimiento.

El análisis puede ayudar a responder algunas preguntas clave:

- ¿Marcó el programa una diferencia?
- ¿Cuán grande es esa diferencia o cambio en el conocimiento, las actitudes o el comportamiento?

Este proceso generalmente incluye los siguientes pasos[3]:

- Organización de los datos para su análisis (preparación de los datos).
- Descripción de los datos.
- Interpretación de los datos (evaluación de los hallazgos de acuerdo con los criterios de evaluación adoptados).

Cuando se recopilan **datos cuantitativos**, el análisis estadístico puede:

- Ayudar a medir el **nivel de cambio** de se produjo.
- Permitir la realización de una evaluación acerca de la **coherencia de los datos.**

Cuando se recopilan **datos cualitativos**, la interpretación es más compleja.

- En este caso, es importante agrupar respuestas similares en categorías e identificar patrones comunes que pueden ayudar a inferir significado de lo que pueden parecer respuestas no relacionadas y difusas.
- Esto es especialmente importante cuando se intenta evaluar los resultados de grupos de enfoque y entrevistas.

Puede ser útil utilizar varios de los siguientes 5 criterios de evaluación como base para la organización y el análisis de los datos:

- **Relevancia:** ¿La intervención aborda una necesidad existente? (¿Estaban alineados los resultados obtenidos con las prioridades actuales en la prevención? ¿Es el resultado el menor para el grupo meta; p. ej., se realizó el programa en el área o en el tipo de entorno donde se registra la mayor exposición?)
- **Efectividad:** ¿La intervención alcanzó lo que debía?
- **Eficiencia:** ¿La intervención alcanzó resultados máximos con los recursos proporcionados?
- **Resultados/Impacto:** ¿Se produjeron cambios en el grupo meta como resultado de la intervención?
- **Sostenibilidad:** ¿Se mantendrán los resultados cuando finalice la intervención?

Especialmente en las evaluaciones basadas en resultados y en el impacto, el foco en el impacto y en la sostenibilidad se refinan aún más al alinear los datos que rodean el alcance y la duración de la intervención:

- **Alcance:** ¿Cuántos de los interesados clave identificados se cubrieron con el tiempo, y en qué medida incorporaron el resultado del programa? ¿Participaron en el programa los grupos/las personas óptimos?
- **Duración:** ¿Fue correcto el período en el que se realizó el proyecto? ¿Duró lo suficiente? ¿Fue útil la repetición de los componentes del proyecto (si la hubo)? ¿Fueron sostenibles los resultados?

Al interpretar los resultados de la evaluación, se deben tener en cuenta las cuestiones de **Asociación, Causalidad y Confusión**.

4.1 Asociación, causalidad y confusión

Una de las cuestiones más importantes al interpretar hallazgos de investigaciones es comprender la relación entre los resultados y la intervención que se está evaluando. Esto incluye la realización de una distinción entre ***asociación*** y ***causalidad*** y el rol que pueden representar los ***factores de confusión*** en la desvirtuación de la evidencia.

4.1.1 Asociación

Una asociación existe cuando un evento tiene más probabilidades de ocurrir porque ya ocurrió otro evento.

No obstante, si bien los dos eventos pueden estar relacionados, uno no necesariamente provoca el otro; el segundo evento aún puede ocurrir independientemente del primero.

- Por ejemplo, algunas investigaciones admiten una asociación entre ciertos patrones de consumo de alcohol y la incidencia de la violencia. Sin embargo, aunque el consumo perjudicial y el comportamiento violento pueden coincidir, no hay evidencia que respalde que es el consumo el que *provoca* la violencia.

4.1.2 Causalidad

Una relación causal existe cuando es necesario un evento (causa) para que ocurra un segundo evento (efecto). El orden en el que se producen también es fundamental.

- Por ejemplo, para que exista una intoxicación, debe haber consumo en exceso, lo que antecede a la intoxicación.

La determinación de la causa y el efecto es una función importante de la evaluación, pero también es un desafío principal. La causalidad puede ser compleja:

- Algunas causas pueden ser necesarias, pero no suficientes, para que se observe un efecto; también se pueden necesitar otros factores.

3 Consulte: http://www.um.dk/en/menu/DevelopmentPolicy/Evaluations/Guidelines/

- O bien, mientras una causa puede provocar un resultado, otras causas pueden tener el mismo efecto.

Poder atribuir correctamente la causalidad es fundamental, especialmente al realizar una evaluación e interpretar los hallazgos.

4.1.3 Confusión

Para descartar que la relación entre dos eventos se haya distorsionado a causa de factores externos, se debe controlar que no exista confusión. Los factores de confusión pueden ser la causa por la que observamos determinados resultados que pueden no guardar relación alguna con lo que se pretende medir.

Para descartar la confusión, se debe recopilar y analizar información adicional. Esto incluye cualquier información que pueda influir en los resultados.

Al evaluar el impacto de un programa de prevención en un comportamiento específico, debemos saber si el programa ha coincidido con algo de lo siguiente:

- Otras iniciativas y campañas de prevención simultáneas.
- Nuevas leyes o reglamentaciones en áreas relevantes.
- Cambios importantes en la aplicación de la ley.
  - Por ejemplo, cuando se arma una campaña contra la conducción bajo los efectos del alcohol, es importante saber si se están realizando otras intervenciones orientadas a la seguridad vial al mismo tiempo. Asimismo, si la campaña coincide con reglamentaciones más firmes acerca de los límites de concentración de alcohol en sangre (BAC) y con una mayor aplicación de la ley y realización de pruebas al borde de la carretera por parte de la policía, sería difícil afirmar que cualquier reducción en el índice de accidentes por conducir bajo los efectos del alcohol se debe a la campaña o a estas otras medidas.

Abordar los posibles factores que aportan confusión es un elemento importante para la interpretación correcta de los resultados.

- No obstante, a menudo no es posible descartar por completo la influencia de factores de confusión.
- Se debe tener la precaución de no malinterpretar los resultados de una evaluación y de evitar las afirmaciones de efectividad exageradas o injustificadas. Esto conducirá inevitablemente a la pérdida de credibilidad.
- Los factores de confusión potenciales se deben reconocer abiertamente en el análisis de los resultados de la evaluación.
- Es importante enunciar todos los resultados de manera clara y sin ambigüedades, de modo que sea fácil interpretarlos.

4.2 Resultados a corto y largo plazo

Los resultados de una intervención pueden observarse en diferentes áreas, que incluyen cambios en destrezas, actitudes, conocimientos o conductas.

- **Los resultados necesitan tiempo para desarrollarse.** Como consecuencia, mientras algunos pueden manifestarse a corto plazo, inmediatamente después de una intervención, otros pueden no ser evidentes hasta después de algún tiempo.
- A menudo, resulta interesante observar **si los resultados a corto plazo se mantendrán** a mediano y a largo plazo.

TÉRMINOS CLAVE:

- **Resultados a corto plazo**

  Comúnmente incluyen cambios en destrezas, actitudes y conocimientos.

- **Resultados a mediano plazo**

  Incluyen cambios en el comportamiento y en la toma de decisiones.

- **Resultados a largo plazo**

  Persistencia de comportamientos y cambios más amplios en el estilo de vida.

Los evaluadores deben intentar abordar los resultados a corto, mediano y largo plazo de una intervención de manera independiente.

- Si el diseño de un programa lo permite, lo ideal es poder supervisar si su impacto continúa más allá del corto plazo.
- Se debe tener la precaución de aplicar una intervención durante un período lo suficientemente extenso para que se puedan observar y medir los resultados (y el impacto).

Los resultados a corto y largo plazo se pueden medir a través de diferentes metodologías de recopilación de datos.

- Los estudios de **muestras representativas** incluyen la medición en un momento determinado después de aplicar la intervención y permiten la medición de los resultados a corto plazo.
- Los estudios **longitudinales**, por el contrario, siguen el progreso durante períodos más prolongados y permiten la realización de mediciones en dos o más momentos diferentes. Pueden ayudar a evaluar resultados a mediano y largo plazo.

Lamentablemente, la realidad es que, para la mayoría de los proyectos, es probable que los recursos y el tiempo disponibles sólo permitan la medición de resultados a corto plazo y, quizá, a mediano plazo.

4.3 Suministro del contexto adecuado

La interpretación de resultados sólo es posible en el contexto correcto. Esto incluye el conocimiento de los resultados que se pueden esperar de la implementación de una intervención determinada en base a intervenciones similares realizadas con anterioridad.

Por ejemplo, cuando se define un programa de capacitación de camareros, es útil saber que tales intervenciones han ayudado en el pasado a reducir la incidencia de violencia en bares.

Por lo tanto, una vez que finaliza la intervención, si los resultados difieren de lo que otros han observado, es probable que el programa no se haya implementado correctamente o que haya ocurrido algún otro problema.

5. Informe y distribución

La manera en la que se informan los resultados de una evaluación depende del objetivo del informe:

¿Se utilizará como base para repetir e implementar la intervención en otro lugar? ¿Es para justificar la financiación? ¿O es para demostrar que la intervención funcionó (o no funcionó)?

No obstante, *todo* informe de evaluación integral debe ser claro, preciso y fácilmente accesible para el usuario final, y debe incluir lo siguiente:

- Un **resumen ejecutivo** que presente los hallazgos principales de la evaluación.
- Una **descripción clara de la intervención** que se está evaluando.
- **Declaración de objetivos** de la evaluación y lo que se está midiendo (p. ej., concienciación, cambio de comportamiento).
- Una **explicación clara de la metodología** que se utiliza, incluidos los métodos de recopilación de datos.
- **Hallazgos**, generalmente relacionados con objetivos específicos del programa de acuerdo con los cuales se evalúa el rendimiento (se debe prestar atención a asociación, causalidad y posibles factores de confusión).
- **Conclusiones**, lecciones aprendidas y recomendaciones.
- **Anexos**, que incluyen información relevante sobre el programa o evaluación que puede ser de interés (p. ej., los términos de referencia, listas de personas entrevistadas y los documentos revisados).

La manera en la que se distribuyen los resultados también ayudará a informar la presentación de los resultados.

- Es importante decidir la cantidad y el tipo de resultados que se esperan obtener de la evaluación (p. ej., informe, folletos de resumen).
- Puede ser necesario más de un formato, según la composición del público meta y los interesados clave (p. ej., un informe completo para los patrocinadores del programa y un folleto breve para concienciar sobre las actividades a los beneficiarios meta del programa o a otras personas).

LISTA DE VERIFICACIÓN DE LA EVALUACIÓN: Distribución de los resultados

Pueden ser necesarios diferentes métodos de distribución para llegar a todos los públicos meta de la evaluación. Los posibles enfoques incluyen:

- Compartir los hallazgos en reuniones con grupos de interesados de referencia.
- Distribuir los resultados de la evaluación (p. ej., informe final, folletos) mediante presentaciones en conferencia y eventos de intercambio de información.
- Resaltar los hallazgos clave en boletines informativos u otras publicaciones.
- Publicar los resultados en artículos de revistas científicas.
- Incluir vínculos a los resultados de la evaluación en sitios web relevantes.
- Utilizar sitios de redes sociales para proporcionar actualizaciones y difundir información y resultados.

Independientemente de la estrategia de distribución, hay formas simples y útiles de presentar e informar datos.

Hallazgos cuantitativos:

- Los datos numéricos (p. ej., porcentajes y clasificaciones) se presentan mejor en forma de tablas.
- Las tablas proporcionan un resumen sencillo de los resultados, y las diferencias y similitudes son fácilmente detectables.
- Si se utilizaron respuestas afirmativas y negativas para medir los resultados, estos se deben agrupar y sumar para poder presentar un número total.
- Cuando se les haya solicitado a los entrevistados que proporcionen calificaciones, la mejor manera de realizar el informe es calcular un promedio de las respuestas a cada pregunta. También es útil indicar cuántas personas proporcionaron una respuesta determinada.
- Cuando los cambios se controlan a través del tiempo, se pueden usar porcentajes para mostrar los aumentos y las disminuciones.
- Si el tamaño de la muestra es lo suficientemente grande, se pueden realizar cálculos estadísticos adicionales; por ejemplo, desviaciones estándar de la media o los intervalos de confianza. Esto ofrece una idea de la variación que puede existir entre las respuestas y en qué proporción se pueden desviar del promedio.

Hallazgos cualitativos:

Cuando las respuestas no se proporcionaron como números o valores, se deben buscar otras formas de identificar temas y agrupamientos comunes.

- Por ejemplo, los resultados de los grupos de enfoque se pueden informar en forma de citas y agruparse por respuestas similares o categorías.
- Es importante identificar patrones entre las respuestas: ¿Compartían los entrevistados puntos de vista sobre diferentes aspectos? ¿Presentaron las mismas reacciones o inquietudes?
- La agrupación de múltiples respuestas y la identificación de temas ayuda a interpretar los hallazgos y a comprender similitudes y diferencias.

6. Advertencias y riesgos de la evaluación

Si bien las evaluaciones son fundamentales para determinar si un programa ha funcionado realmente, no siempre son bienvenidas por diferentes motivos:

- **La evaluación conlleva riesgos**
- **Los resultados pueden no ser transferibles**
- **La evaluación puede competir por recursos estrictos**

6.1 La evaluación conlleva riesgos

Si bien no es un resultado deseable, una evaluación puede mostrar que un programa no tuvo el efecto esperado. Puede exponer resultados o impacto inesperados que podrían no ser tan positivos como se esperaba.

No obstante, los resultados imprevistos pueden ser útiles y deberían incluirse e informarse. No sólo es franco y honesto informar todos los resultados científicamente éticos y con ánimo de transparencia, sino que los resultados inesperados pueden contener lecciones importantes:

- Pueden indicar que las hipótesis sobre las que se basó el programa eran erróneas.
- También pueden ser un indicador de que el programa no se haya proporcionado de manera correcta y de que el diseño haya sido defectuoso.
- Los resultados inesperados también pueden indicar que los datos no se recopilaron correctamente.

Por lo tanto, es importante observar detenidamente los resultados negativos o inesperados e identificar qué puede haber fallado. Esto ayudará con el diseño futuro en caso de que el programa se repita.

6.2 Los resultados pueden no ser transferibles

No todos los enfoques hacia la prevención son fácilmente transferibles entre culturas y a diferentes entornos.

- Es importante comprender lo que puede llegar a resonar con un público determinado y lo que se puede interpretar como culturalmente aceptable.

También es importante anticipar los enfoques que pueden funcionar y qué puede estar predestinado al fracaso.

- Por ejemplo, la implementación de una intervención que cuente con material impreso donde exista un alto índice de analfabetismo, posiblemente no sea exitosa.
- Asimismo, una intervención que se base en la abstinencia de bebida en una cultura en la que el consumo de alcohol esté integrado en la vida diaria es probable que no repercuta bien en el público meta.

6.3 La evaluación puede competir por recursos estrictos

Las evaluaciones requieren mucho trabajo y una inversión de recursos humanos y financieros. Por lo tanto, pueden interferir con actividades del programa y pueden requerir una alternativa a la entrega real del programa.

Sin embargo, la planificación cuidadosa puede reducir los costos de la evaluación.

- Puede ser útil integrar la evaluación al diseño y a la ejecución del programa. Esto posiciona la evaluación como una parte integral del proceso y la entrega, en lugar de hacerlo como una interferencia.

Con el paso tiempo, sin embargo, los beneficios a largo plazo de una evaluación correcta superarán cualquier costo a corto plazo.

Anexo A. Guía paso a paso para evaluar programas de prevención

Este Anexo ofrece ejemplos específicos sobre cómo se pueden realizar las evaluaciones para diferentes tipos de programas orientados a prevenir el consumo abusivo de alcohol. Esos ejemplos describen una serie de pasos clave a seguir y recomiendan los tipos de datos que se pueden recopilar, las preguntas que se pueden formular y otros parámetros que se pueden aplicar.

Las recomendaciones que aparecen en este Anexo tienen fines indicativos únicamente: El enfoque más adecuado se deberá identificar y aplicar individualmente en cada caso. Se determinará de acuerdo con las características específicas de la iniciativa que se está evaluando, las condiciones particulares que pueden existir, consideraciones culturales y otras consideraciones, y los recursos disponibles.

La guía paso a paso está diseñada para complementar las Herramientas ICAP 2010: Una guía para la evaluación y Herramientas de evaluación Estos dos documentos ofrecen orientación más completa para diseñar e implementar evaluaciones. Este Anexo aplica los principios de evaluación a dos escenarios que reflejan los tipos de iniciativa que posiblemente implementen los interesados de la industria: productores, asociaciones comerciales y SAO. Los estudios de caso son los siguientes:

Estudio de caso 1: Evaluación de una campaña de concienciación acerca del uso de conductores designados

Estudio de caso 2: Evaluación de un programa sobre el alcohol en el ámbito escolar (adaptado de las *Pautas de evaluación para intervenciones educativas a fin de promover el consumo responsable de alcohol entre jóvenes en siete países europeos,* realizadas por EFRD, www.efrd.org)

Cada caso de estudio define las siguientes tres fases de evaluación:

- Fase 1: Planificación y comienzo
- Fase 2: Recopilación de datos
- Fase 3: Informe y distribución

Estudio de caso 1: Evaluación de una campaña de concienciación acerca del uso de conductores designados

Información relevante

Objetivo: Concienciar y alentar acerca del uso de conductores designados.

Público meta: Jóvenes mayores de edad para consumir alcohol y para conducir propensos a salir y consumir alcohol en áreas de entretenimiento y establecimientos como bares, cafeterías y clubes nocturnos.

Enfoque: Información y material educativo, incluidos panfletos y otros materiales de lectura y herramientas desarrollados y distribuidos en establecimientos donde existen más probabilidades de que los jóvenes se reúnan.

Evaluación

La siguiente es una descripción de las fases necesarias para planificar, realizar e informar una evaluación. Se recomiendan preguntas para formular, se identifican los enfoques más adecuados y se proporciona el plazo para la implementación de diferentes elementos.

Fase 1: Planificación y comienzo

Objetivo de la evaluación

Esta evaluación puede tener diferentes objetivos. Por ejemplo:

1. Evaluar el impacto de la campaña en cualquiera de los siguientes aspectos:
   a. Concienciación sobre el concepto de conductor designado
   b. Uso de conductores designados
   c. Incidencia de accidentes de tráfico relacionados con el alcohol
2. Compartir los resultados de la evaluación con interesados externos clave como una demostración de responsabilidad y compromiso con la reducción de los daños relacionados con el consumo de alcohol.
3. Proporcionar a los patrocinadores evidencia del rendimiento y el impacto.

Es importante decidir qué pretende lograr la evaluación, de modo que se pueda diseñar en consecuencia.

Identificación de interesados

Los interesados son aquellos que pueden estar involucrados de alguna manera en la evaluación, o pueden ser los destinatarios de sus resultados.

Los interesados externos pueden incluir:

- El público meta para la campaña (p. ej., jóvenes).
- Socios que pueden participar en el desarrollo de material promocional (p. ej., policía, profesionales de la salud, empresas de seguros).
- Sector minorista (aquellos que poseen, administran y trabajan en los establecimientos donde se implementará la campaña).
- Medios de comunicación.

Los interesados internos pueden incluir:

- Patrocinadores del programa
- Junta directiva de la organización u organismos gubernamentales

Metodología de evaluación

La metodología de evaluación exigirá la medición de la producción, los resultados y el impacto (tal como se define en las herramientas de ICAP 2010, Guía para evaluar programas de prevención) mediante preguntas específicas. Se debe identificar y definir con claridad antes de implementar la campaña.

La metodología que se utilizará dependerá de los recursos disponibles. Esto determinará si la evaluación se puede llevar a cabo externamente o internamente, como también la cantidad de datos y los momentos que se pueden incluir.

Puede encontrar información más detallada sobre la metodología en la **Fase 2:** sección **Recopilación de datos** a continuación.

Plan de evaluación

La evaluación se debe tener en cuenta en todas las etapas clave de la campaña:

1. Antes de lanzar la campaña
2. Durante su implementación
3. Después de finalizar la campaña

Desarrollar un plan de evaluación paso a paso bien establecido ayudará a orientar el proceso. Ese plan debe terminarse mucho antes del lanzamiento de la campaña y debe definir las actividades programadas para cada fase de la evaluación.

La TABLA 1 en las herramientas de ICAP 2010: *Guía para evaluar programas de prevención* describe algunos de los pasos que se pueden incluir en el plan de evaluación; la TABLA 3 de las herramientas ofrecen una plantilla de muestra.

Fase 2: Recopilación de datos

La metodología necesaria para la evaluación requiere la medición de la producción, los resultados y el impacto. Se deben recopilar datos en tres momentos diferentes: antes, durante y después de la campaña.

Esto permite la comparación de las mediciones y los datos a fin de determinar el impacto.

Antes de la campaña

Establecimiento de un punto de partida

Se deben recopilar datos para poder establecer los niveles existentes de concienciación y comportamientos contra los cuales medir los cambios que pudieran resultar de la campaña.

Algunas de las posibles preguntas incluyen:

- ¿Cuál es el nivel general de concienciación acerca de conducir bajo los efectos del alcohol?
- ¿Cuál es el nivel de concienciación entre los encuestados acerca de los esquemas de conductores designados?
- ¿Cuántos entrevistados han utilizado o es probable que utilicen conductores designados?
- ¿Cuántos entrevistados han sido conductores designados o es posible que lo sean?

Existen diferentes maneras de recopilar esos datos:

- Encuestas realizadas en los lugares donde se llevó a cabo la campaña.
- Entrevistas individuales con el público meta, también en los lugares antes mencionados.
- Grupos de enfoque extraídos del público meta.

También se necesitan los datos demográficos de los encuestados.

- ¿Qué grupos etarios están representados entre los encuestados?
- ¿Cuál es el sexo de los encuestados?
- Información acerca de los patrones de consumo de los encuestados.
- Información sobre aquellos que conducen bajo los efectos del alcohol.
- Información sobre aquellos que conocen los esquemas de conductores designados o podrían utilizarlos.

Enfrentamiento de factores de confusión

Se necesita información adicional para descartar otras influencias, que incluyen:

- Otras iniciativas de prevención y campañas simultáneas sobre esquemas de conductores designados.
- Nuevas leyes y reglamentaciones sobre consumo y conducción.
- Modificaciones en la aplicación de la ley (p. ej., mayor vigilancia policial, controles viales, multas).

Es necesario contar con esa información antes del lanzamiento de la campaña. Esto permite realizar ajustes al diseño del estudio de modo que esos factores externos no interfieran con los resultados.

El impacto en las mediciones objetivas, como los incidentes viales, se puede evaluar con trabajo de investigación, al igual que el análisis de las estadísticas oficiales sobre la aplicación de la ley en accidentes, muertes y pruebas de alcoholemia en controles viales.

El análisis de los resultados de la evaluación debe incluir los factores de confusión potenciales y se deben discutir sus posibles efectos.

Durante la campaña

Medición de la producción

Mientras la campaña está en curso, se debe realizar un seguimiento cuidadoso de los materiales utilizados y la cantidad de encuestados focalizados.

- ¿Cuántos folletos u otros materiales promocionales se imprimieron o se produjeron de otra manera?
- ¿Cuántos se entregaron al público meta?
- ¿Cuántos establecimientos individuales participaron en la promoción?
- ¿Cuántas veces se distribuyó la información?

Después de la campaña

Una vez que finaliza la campaña, una segunda ronda de recopilación de información ayudará con la evaluación de los resultados (y el impacto). Esos datos se pueden recopilar a través de:

- Encuestas realizadas en los lugares donde se llevó a cabo la campaña.
- Entrevistas individuales con el público meta, también en los lugares antes mencionados.
- Grupos de enfoque extraídos del público meta.

Lo ideal es que los mismos encuestados que se utilizaron para establecer los datos iniciales se vuelvan a utilizar para la recopilación de datos después de la campaña.

También es importante contar con un **grupo de control** con el cual comparar los cambios que se producen en el grupo meta. Ambos grupos deben poseer una composición demográfica similar. La diferencia es que el grupo de control no habrá estado expuesto a la campaña.

Medición de los resultados

- ¿El público meta leyó los materiales? ¿Se demostró interés en ellos?
- ¿Son conscientes los miembros del público meta de la campaña y de la información que contienen los materiales?

Medición del impacto

Los resultados más deseables están relacionados con el impacto que la campaña puede haber tenido en las actitudes y los comportamientos de los encuestados. En este caso, el impacto también se relaciona con los cambios que pueden haber ocurrido en accidentes de tránsito como consecuencia de la campaña. Las mismas mediciones que se obtienen del grupo meta de la campaña se deben obtener del grupo de control. Por ejemplo:

- ¿Cambió la campaña la concienciación acerca de los esquemas de conductores designados entre los entrevistados? ¿Aumentó/disminuyó/se mantuvo la concienciación?
- ¿Cuál fue el nivel de concienciación entre el grupo de control?
- ¿Difirieron los cambios entre los distintos grupos de encuestados (p. ej., diferencias por edad, sexo)?
- ¿Cambió la campaña el objetivo para apoyarse en los conductores designados? ¿Es más o menos probable que los encuestados utilicen un conductor designado como consecuencia de haber estado expuestos a la campaña? ¿Cómo se compara esto con el grupo de control?
- ¿Produjo la campaña un cambio en el comportamiento? ¿Entre quienes?
  - ¿Son los miembros del público meta más propensos a utilizar conductores designados como consecuencia?
  - ¿Modificaron su uso de conductores designados?
- ¿Impactó la campaña en los incidentes viales (accidentes y muertes)? ¿En qué medida?

  (Este tipo de medición sólo es realista si la muestra es lo suficientemente grande para producir un cambio demostrable en las medidas objetivo, como los accidentes de tránsito).

Si fuera posible, también se debe incluir un punto de datos de seguimiento. Estos datos se deben recopilar algún tiempo después de que finalice la campaña para permitir la evaluación de la persistencia de los cambios ocurridos como consecuencia de la campaña. El seguimiento es especialmente importante para determinar los efectos en el comportamiento de los encuestados.

Confiabilidad y coherencia

Para aumentar las probabilidades de que los datos recopilados sean confiables y coherentes en diferentes momentos, se debe prestar atención a lo siguiente:

- Todos los datos se deben recopilar de la misma manera, mediante el uso del mismo instrumento (p. ej., cuestionario) en cada momento.
- Cuando se utilizan entrevistas individuales o grupos de enfoque, se deben incluir las mismas personas, siempre que sea posible, en cada ronda de recopilación de datos.
- Cuando no sea posible, o cuando se utilicen encuestas más amplias, se deben realizar esfuerzos para mantener la coherencia entre los encuestados: es decir, se deben usar los mismos grupos meta y sus composiciones demográficas deben mantenerse lo más similares posible.

Fase 3: Informe y distribución

Análisis de los hallazgos

El objetivo de la fase de análisis es transformar los datos recopilados en evidencia creíble sobre el desarrollo de la campaña y su rendimiento. Este proceso generalmente incluye los siguientes pasos:

- Organización de los datos para su análisis (es decir, preparación de los datos).
- Descripción de los datos (p. ej., generar hallazgos de hechos).
- Interpretación de los datos (p. ej., evaluación de los hallazgos de acuerdo con los criterios de evaluación).

La comparación y el análisis de datos cualitativos puede ser un desafío. Las siguientes pautas pueden ser útiles:

- Redacte entrevistas y debates para grupos de enfoque con frecuencia y rápidamente (p. ej., al final de cada día).
- Realice análisis frecuentes que combinen datos en puntos clave.
- Haga participar a todo el equipo durante el proceso de análisis.
- Utilice ejemplos para ilustrar hallazgos clave.
- Utilice tablas, fotografías y otros medios visuales para presentar hallazgos clave.

Informe final

Un informe bien estructurado debe presentar los hallazgos de manera clara e interesante. Como mínimo, debe incluir lo siguiente:

- El resumen ejecutivo que presente los hallazgos más importantes de la evaluación.
- Un resumen del objetivo de la evaluación y de cómo se llevó a cabo.
- Una explicación clara de la metodología que se utilizó, incluidos los métodos de recopilación de datos.
- Hallazgos, generalmente vinculados a objetivos específicos en relación con los cuales se evalúa el rendimiento.
- Conclusiones, lecciones aprendidas y recomendaciones.
- Los Anexos incluyen, por ejemplo, los Términos de referencia, la lista de personas entrevistadas y la lista de documentos revisados (en las herramientas de ICAP 2010, Guía para evaluar programas de prevención, se proporciona un resumen de lo que se puede incluir en los Términos de referencia).

Estrategia de distribución

Es importante decidir la cantidad y el tipo de resultados que se esperan obtener desde el comienzo de la evaluación (p. ej., informe y folleto de resumen). Puede ser necesario más de un formato, según los públicos meta de la información. Por ejemplo, un informe completo puede ser adecuado para los contribuyentes, pero un folleto más conciso para concienciar acerca de actividades puede ser suficiente para los beneficiarios meta u otras personas.

Si el público meta es la comunidad científica y la evaluación se utilizará para ayudar a crear la base de evidencias en torno a tipos de intervenciones específicas, los datos se deben recopilar con cautela y se deben analizar y presentar de modo que estén a la altura del análisis científico minucioso. Puede ser necesario realizar análisis estadísticos adicionales.

Existen varios públicos posibles para compartir los resultados, y serán ellos los que den forma a la estrategia de distribución:

- Compartir hallazgos en una reunión con un grupo de interesados de referencia.
- Distribuir el informe a través de presentaciones en conferencia.
- Resaltar los hallazgos clave en boletines informativos y otras publicaciones.
- Publicar artículos en revistas (cada revista tendrá sus propias pautas y requisitos).
- Incluir vínculos al informe de la evaluación en sitios web relevantes.
- Correos electrónicos y artículos focalizados en sitios de redes sociales.

Estudio de caso 2: Evaluación de un programa educativo sobre el alcohol en el ámbito escolar[4]

Información relevante

Objetivo: Educar a jóvenes y niños en edad escolar acerca del alcohol y sus efectos en el cuerpo, promover actitudes responsables hacia el alcohol y reducir la edad a la que se inicia el consumo.

Público meta: Alumnos de colegios secundarios.

Enfoque: Se utilizará material educativo sobre el alcohol y patrones de consumo. Puede ser material impreso o recursos de aprendizaje basados en la web. Al trabajar en conjunto con las escuelas y los maestros, esos materiales se integrarán al plan de estudios.

Evaluación

La siguiente es una descripción de las fases necesarias para planificar, realizar e informar una evaluación. Se recomiendan preguntas para formular, se identifican los enfoques más adecuados y se proporciona el plazo para la implementación de diferentes elementos.

Fase 1: Planificación y comienzo

Objetivo de la evaluación

Esta evaluación puede tener diferentes objetivos. Por ejemplo:

1. Evaluar el impacto del programa en:
   a. El conocimiento y la comprensión del alcohol y sus impactos en el cuerpo
   b. Actitudes alrededor del consumo
   c. Índices, niveles y patrones de consumo
   d. Edad a la que se inicia el consumo
2. Compartir los resultados de la evaluación con interesados externos clave como una demostración de responsabilidad y compromiso con la reducción de los daños relacionados con el consumo de alcohol.
3. Proporcionar a los patrocinadores evidencia del rendimiento y el impacto.

Es importante decidir qué pretende lograr la evaluación, de modo que se pueda diseñar en consecuencia.

Identificación de interesados

Los interesados son aquellos que pueden estar involucrados de alguna manera en la evaluación, o pueden ser los destinatarios de sus resultados.

Los interesados externos pueden incluir:

- El público meta para el programa (p. ej., jóvenes en edad de asistir al colegio secundario)
- Maestros involucrados en la distribución de esta intervención educativa
- Padres de jóvenes que participan en el programa
- Otros padres involucrados en el desarrollo y la administración de herramientas educativas (p. ej., Administradores de escuelas, Departamentos de educación)
- Medios de comunicación

Los interesados internos pueden incluir:

- Patrocinadores y socios del programa
- Junta directiva de la organización u organismos gubernamentales

Metodología de evaluación

La metodología de evaluación exigirá la medición de la producción, los resultados y el impacto (tal como se define en las herramientas de ICAP 2010, Guía para evaluar programas de prevención) mediante preguntas específicas. Se debe identificar y definir con claridad antes de implementar la campaña.

La metodología que se utilizará dependerá de los recursos disponibles. Esto determinará si la evaluación se puede llevar a cabo externamente o internamente, como también la cantidad de datos y los momentos que se pueden incluir.

Puede encontrar información más detallada sobre la metodología en la **Fase 2:** sección **Recopilación de datos** a continuación.

Plan de evaluación

La evaluación se debe tener en cuenta en todas las etapas clave del programa:

1. Antes de lanzar el programa
2. Durante su implementación
3. Después del programa

Desarrollar un plan de evaluación paso a paso bien establecido ayudará a orientar el proceso. Ese plan debe terminarse mucho antes del lanzamiento de la campaña y debe definir las actividades programadas para cada fase de la evaluación.

4 Adaptado de: European Forum for Responsible Drinking (EFRD). (En prensa). Evaluation guidelines for education interventions to promote responsible drinking amongst young people in seven European countries. Brussels: EFRD. Disponible en: http://www.efrd.org

La TABLA 1 en las herramientas de ICAP 2010: *Guía para evaluar programas de prevención* describe algunos de los pasos que se pueden incluir en el plan de evaluación; la TABLA 3 de las herramientas ofrecen una plantilla de muestra.

Fase 2: Recopilación de datos[5]

La metodología necesaria para la evaluación requiere la medición de la producción, los resultados y el impacto. Se deben recopilar datos en diferentes momentos: antes, durante y después del programa.

Esto permite la comparación de las mediciones y los datos a fin de determinar el impacto.

Antes del programa

Dada la naturaleza del estudio y que incluye jóvenes, se requiere el consentimiento de los padres. Esto se debe abordar como el primer paso antes de iniciar el programa.

Asimismo, todos los materiales deben compartirse con los maestros, y se deben realizar ajustes finales en base a sus comentarios.

Establecimiento de un punto de partida

Se deben recopilar datos para establecer los niveles existentes de concienciación y comportamientos que servirán para medir los cambios que se produzcan.

En las Pautas de EFRD encontrará una descripción completa de las preguntas y cuestionarios de muestra. No obstante, algunas de las posibles preguntas incluyen:

- ¿Cuál es el nivel general de concienciación acerca de consumir y el alcohol?
- ¿Cuál es el nivel de concienciación entre los encuestados acerca de los daños y los beneficios?
- ¿Cuántos encuestados han consumido alcohol? ¿A qué edad? ¿Con qué frecuencia beben?
- ¿Cuáles son sus actitudes generales hacia el consumo?

Se pueden recopilar datos cualitativos adicionales acerca de las actitudes y la concienciación a través de grupos de enfoque. Las Pautas de EFRD describen preguntas de muestra adecuadas para los grupos de enfoque.

También se puede recopilar información adicional al realizar grupos de enfoque con padres, para evaluar sus puntos de vista sobre las actitudes y los comportamientos de sus hijos en relación con el alcohol.

Enfrentamiento de factores de confusión

Se necesita información adicional para descartar otras influencias, que incluyen:

- Evaluar si hay otra información y otros programas en circulación a los que los encuestados puedan estar expuestos durante este período.
- Validar los cuestionarios que se utilizarán al proporcionárselos a un subgrupo de encuestados. Esto determinará si es necesario realizar ajustes al diseño de investigación o a las preguntas en sí mismas.

Es necesario contar con esa información antes del lanzamiento de la campaña, ya que permite realizar ajustes al diseño del estudio de modo que esos factores externos no interfieran con los resultados.

Los factores de confusión potenciales se deben reconocer en el análisis de los resultados de la evaluación.

Durante el programa

Medición de la producción

Mientras la campaña está en curso, se debe realizar un seguimiento cuidadoso de los materiales utilizados y la cantidad de encuestados focalizados. Algunos datos a incluir:

- ¿Cuántos jóvenes participaron en el programa educativo?
- ¿Cuál es la composición etaria y el sexo de los participantes?
- ¿Qué materiales utilizaron (p. ej., impresos, basados en la web, video)?

Después del programa

Una vez que finaliza el programa, una segunda ronda de recopilación de información ayudará con la evaluación de los resultados y el impacto. Esos datos se pueden recopilar a través de:

- Encuestas realizadas en los lugares donde se llevó a cabo la campaña
- Entrevistas individuales con el público meta, también en los lugares antes mencionados
- Grupos de enfoque extraídos de los jóvenes o sus padres

También es importante contar con un segundo grupo para medir. Ese grupo debe estar conformado por jóvenes que no han estado expuestos al programa. Ellos serán el **grupo de control** y se les debe formular las mismas preguntas y proporcionar las mismas encuestas que al **grupo experimental**.

Es importante que las características demográficas del grupo de control coincidan con las del grupo en el que se miden los cambios.

5 Puede encontrar una guía completa con todos los pasos y preguntas de muestra para la encuesta en Evaluation guidelines for education interventions to promote responsible drinking amongst young people in seven European countries, realizadas por EFRD y disponibles en http://www.efrd.org

Medición de los resultados

- ¿Se utilizó y se comprendió el material? ¿Se demostró interés en ellos?
- ¿Conocían los estudiantes los temas cubiertos y los comprendieron?

Medición del impacto

Después de que finalice el programa, se proporcionarán cuestionarios al **grupo de control y al grupo experimental**. Esto determinará si se produjo algún tipo de impacto mensurable en la concienciación y el comportamiento.

- Las preguntas de la encuesta que abordan los niveles de consumo, los patrones, las actitudes y la concienciación se deben formular a ambos grupos. (Las Pautas de EFRD incluyen encuestas de muestra).
- Se deben realizar entrevistas cuantitativas personales a un subgrupo de entrevistados.
- También son útiles los grupos de enfoque adicionales con padres y jóvenes.

Si fuera posible, también se debe incluir un **punto de datos de seguimiento**. Estos datos se deben recopilar algún tiempo después de que finalice el programa para permitir la evaluación de la persistencia de los cambios ocurridos como consecuencia de la campaña. El seguimiento es especialmente importante para determinar los efectos en el comportamiento de los encuestados.

Las preguntas anteriores se deben repetir con los mismos grupos de encuestados. Esto proporcionará información sobre lo siguiente:

- ¿Se mantuvieron los cambios con el paso del tiempo? ¿Durante cuánto tiempo? ¿Qué porcentaje del cambio se mantuvo?

(Esto requerirá mediciones de seguimiento en diferentes momentos, con las mismas preguntas en cada uno de esos momentos).

Confiabilidad y coherencia

Para aumentar las probabilidades de que los datos recopilados sean confiables y coherentes en diferentes momentos, se debe prestar atención a lo siguiente:

- Todos los datos se deben recopilar de la misma manera, mediante el uso del mismo instrumento (p. ej., cuestionario) en cada momento.
- Cuando se utilizan entrevistas individuales o grupos de enfoque, se deben incluir las mismas personas, siempre que sea posible, en cada ronda de recopilación de datos.
- Cuando no sea posible, o cuando se utilicen encuestas más amplias, se deben realizar esfuerzos para mantener la coherencia entre los encuestados; es decir, se deben usar los mismos grupos meta y sus composiciones demográficas deben mantenerse lo más similares posible.

Fase 3: Informe y distribución

Análisis de los hallazgos

El objetivo de la fase de análisis es transformar los datos recopilados en evidencia creíble sobre el desarrollo del programa y su rendimiento. Este proceso generalmente incluye los siguientes pasos:

- Organización de los datos para su análisis (es decir, preparación de los datos)
- Descripción de los datos (p. ej., generar hallazgos de hechos)
- Interpretación de los datos (p. ej., evaluación de los hallazgos de acuerdo con los criterios de evaluación)

La comparación y el análisis de datos cualitativos puede ser un desafío. Las siguientes pautas pueden ser útiles:

- Redacte entrevistas y debates para grupos de enfoque con frecuencia y rápidamente (p. ej., al final de cada día)
- Realice análisis frecuentes que combinen datos en puntos clave.
- Haga participar a todo el equipo durante el proceso de análisis.
- Utilice ejemplos para ilustrar hallazgos clave.
- Utilice tablas, fotografías y otros medios visuales para presentar hallazgos clave.

Informe final

Un informe bien estructurado debe presentar los hallazgos de manera clara e interesante. Como mínimo, debe incluir lo siguiente:

- El resumen ejecutivo que presente los hallazgos más importantes de la evaluación
- Un resumen del objetivo de la evaluación y de cómo se llevó a cabo
- Una explicación clara de la metodología que se utiliza, incluidos los métodos de recopilación de datos
- Hallazgos, generalmente vinculados a objetivos específicos en relación con los cuales se evalúa el rendimiento
- Conclusiones, lecciones aprendidas y recomendaciones
- Los Anexos incluyen, por ejemplo, los Términos de referencia, la lista de personas entrevistadas y la lista de documentos revisados (en las herramientas de ICAP 2010, Guía para evaluar programas de prevención, se proporciona un resumen de lo que se puede incluir en los Términos de referencia).

Estrategia de distribución

Es importante decidir la cantidad y el tipo de resultados que se esperan obtener desde el comienzo de la evaluación (p. ej., informe y folleto de resumen). Puede ser necesario más de un formato, según los públicos meta de la información. Por ejemplo, un informe completo puede ser adecuado para los contribuyentes, pero un folleto más conciso para concienciar acerca de actividades puede ser suficiente para los beneficiarios meta u otras personas.

Si el público meta es la comunidad científica y la evaluación se utilizará para ayudar a crear la base de evidencias en torno a tipos de intervenciones específicas, los datos se deben recopilar con cautela y se deben analizar y presentar de modo que estén a la altura del análisis científico minucioso. Puede ser necesario realizar análisis estadísticos adicionales.

Existen varios públicos posibles para compartir los resultados, y serán ellos los que den forma a la estrategia de distribución:

- Compartir hallazgos en una reunión con un grupo de interesados de referencia
- Distribuir el informe a través de presentaciones en conferencia
- Resaltar los hallazgos clave en boletines informativos y otras publicaciones
- Publicar artículos en revistas (cada revista tendrá sus propias pautas y requisitos)
- Incluir vínculos a su informe en sitios web relevantes
- Correos electrónicos y artículos focalizados en sitios de redes sociales

Anexo B. Material de lectura adicional

Guías generales para la planificación y la evaluación del programa

Evaluation Trust. (n.d.). *Introduction to evaluation methods and tools for the voluntary sector.* Bristol: Autor. Disponible en: http://www.evaluationtrust.org/tools/introduction

Higgins, J. P. T., & Green, S. (septiembre, 2009). *Cochrane handbook for systematic reviews of interventions. Version 5.0.2*. Disponible en: http://www.cochrane-handbook.org/

McNamara, C. (2009). *Field guide to nonprofit program design, marketing and evaluation*. Minneapolis, MN: Authenticity Consulting. Disponible en: http://www.authenticityconsulting.com/pubs/PG_gdes/PG_pubs.htm

Muraskin, L.D. (1993). *Understanding evaluation: The way to better prevention programs.* Washington, DC: U.S. Department of Education. Disponible en: http://www2.ed.gov/PDFDocs/handbook.pdf

Saltz, R.F., & DeJong, W. (2002). *Reducing alcohol problems on campus: A guide to planning and evaluation*. Bethesda, MD: National Institute on Alcohol Abuse and Alcoholism. Disponible en: http://www.collegedrinkingprevention.gov/media/FINALHandbook.pdf

Taylor-Powell, E., Steele, S., & Douglah, M. (1996). *Planning a program evaluation*. Madison, WI: University of Wisconsin.

Interpretación de hallazgos

Nadeau, J., & Camp, S. (2006). *Interpreting research studies*. Guttmacher Institute "In Brief" Series, No. 2. Washington, DC: Guttmacher Institute. Disponible en: http://www.guttmacher.org/pubs/2006/07/27/IB_Interpreting.pdf

Martinic, M., & Leigh, B. (2004). *Reasonable risk: Alcohol in perspective*. New York: Brunner Routledge. Disponible en: http://www.icap.org/Publications/ICAPBookSeries

Evidencia de programas efectivos

Substance Abuse and Mental Health Service (SAMHSA). (n.d.). *SAMHSA's national registry of evidence-based programs and practices:* http://nrepp.samhsa.gov/

Programas educativos sobre el alcohol (General)

Foxcroft, D., Ireland, D., Lowe, G., & Breen, R. (2002). *Primary prevention for alcohol misuse in young people. Cochrane Database of Systematic Reviews, Issue 3. Disponible en:* http://www2.cochrane.org/reviews/en/ab003024.html

Programas educativos sobre el alcohol (Normas sociales)

Moreira, M. T., Smith, L. A., & Foxcroft, D. (2009). *Social norms interventions to reduce alcohol misuse in university or college students. Cochrane Database of Systematic Reviews 2009, Issue 3.* http://www.cochrane.org/reviews/en/ab006748.html

Programas contra la conducción bajo los efectos del alcohol

Ditter, S. M., Elder, R. W., Shults, R. A., Sleet, D. A., Compton, R., Nichols, J. L., et al. (2005). Effectiveness of designated driver programs for reducing alcohol-impaired driving. *American Journal of Preventive Medicine, 28*(5S), 280–287. Disponible en: http://www.thecommunityguide.org/mvoi/mvoi-AJPM-evrev-d-driver.pdf

Global Road Safety Partnership (GRSP). (2007). How to evaluate the programme. En GRSP, *Drinking and driving: A road safety manual for decision-makers and practitioners* (pág. 119–136). Geneva: GRSP.

Shults, R. A., Elder, R. W., Sleet, D. A., Nichols, J. L., Alao, M. O., et al. (2001). Revisiones de evidencia sobre intervenciones para reducir la conducción bajo los efectos del alcohol. *American Journal of Preventive Medicine, 21*(Suppl. 4), 66–88.

Programas para jóvenes

Clark, D. B., Gordon, A. J., Ettaro, L. R., Owens, J. M., & Moss, H. B. (2010). Screening and brief intervention for underage drinkers. *Mayo Clinic Proceedings, 85*(4), 380–391. Disponible en: http://www.mayoclinicproceedings.com/content/85/4/380.abstract

European Forum for Responsible Drinking (EFRD). (En prensa). *Evaluation guidelines for education interventions to promote responsible drinking amongst young people in seven European countries.* Brussels: EFRD. Disponible en: http://www.efrd.org

Foxcroft, D., Ireland, D., Lowe, G., & Breen, R. (2002). *Primary prevention for alcohol misuse in young people*. Cochrane Database of Systematic Reviews 2002, Issue 3. Disponible en: http://www2.cochrane.org/reviews/en/ab003024.html

Jones, L., James, M., Jefferson, T., Lushey, C., Morleo, M., Stokes, E., et al. (abril de 2007). *A review of the effectiveness and cost-effectiveness of interventions delivered in primary and secondary schools to prevent and/or reduce alcohol luse by young people under 18 years old*. London: National Institute for Health and Clinical Excellence. http://www.nice.org.uk/nicemedia/live/11666/34522/34522.pdf

Moreira, M. T., Smith, L. A., & Foxcroft, D. (2009). *Social norms interventions to reduce alcohol misuse in university or college students*. Cochrane Database of Systematic Reviews 2009, Issue 3. http://www.cochrane.org/reviews/en/ab006748.html

Spoth, R., Greenberg, M., & Turrisi, R. (2009). Overview of preventive interventions addressing underage drinking: State of the evidence and steps toward public health impact. Alcohol Research and Health, 32(1), 53–66. Disponible en: http://pubs.niaaa.nih.gov/publications/arh321/53-66.htm

Saltz, R.F., & DeJong, W. (2002). *Reducing alcohol problems on campus: A guide to planning and evaluation*. Bethesda, MD: National Institute on Alcohol Abuse and Alcoholism. Disponible en: http://www.collegedrinkingprevention.gov/media/FINALHandbook.pdf

Programas de atención responsable

Graham, K., Osgood, D. W., Zibrowski, E., Purcell, J., Gliksman, L., Leonard, K., et al. (2004). The effect of the Safer Bars programme on physical aggression in bars: Results of a randomized controlled trial. *Drug and Alcohol Review, 23*(1), 31–41. Disponible en: http://www3.interscience.wiley.com/journal/122412973/abstract

Ker, K., & Chinnock, P. (2008). *Interventions in the alcohol server setting for preventing injuries*. Cochrane Database of Systematic Reviews 2008, Issue 3. Disponible en: http://www2.cochrane.org/reviews/en/ab005244.html

Detección e intervenciones breves

Clark, D. B., Gordon, A. J., Ettaro, L. R., Owens, J. M., & Moss, H. B. (2010). Screening and brief intervention for underage drinkers. *Mayo Clinic Proceedings, 85*(4), 380–391. Disponible en: http://www.mayoclinicproceedings.com/content/85/4/380.abstract

Kaner, E. F.S., Dickinson, H. O., Beyer, F. R., Campbell, F., Schlesinger, C., Heather, N., et al. (2007). *Effectiveness of brief alcohol interventions in primary care populations*. Cochrane Database of Systematic Reviews 2007, Issue 2. Disponible en: http://www2.cochrane.org/reviews/en/ab004148.html

Substance Abuse and Mental Health Service (SAMHSA). (abril de 2008). Brief Alcohol Screening and Intervention for College Students (BASICS). In *SAMHSA's national registry of evidence-based programs and practices:* http://nrepp.samhsa.gov/ViewIntervention.aspx?id=124

International Center for Alcohol Policies
Analysis. Balance. Partnership.

1519 New Hampshire Avenue, NW
Washington, DC 20036 USA

Tel: +1.202.986.1159
Fax: +1.202.986.2080

www.icap.org