



Auzolan

Hoja Informativa del Colegio Navarro de Doctores y Licenciados en Ciencias Políticas y Sociología
Nafarroako Politologoek eta Soziologoek Elkargoren Berripapera

Número 29 - mayo de 2010

29. zkia. - 2010ko maiatza

De interés ●●●●●●●●●●

Foro para la Sostenibilidad, creación de un espacio de encuentro y debate

El Colegio viene trabajando desde diciembre en colaboración con el CRANA la creación del Foro para la Sostenibilidad, entendiéndolo como un espacio de encuentro de organizaciones para trabajar cuestiones relacionadas con el Medio Ambiente desde una perspectiva social y económica. Con el fin de poner en marcha esta iniciativa y dada la importancia de la misma, se consideró que la creación del Foro debía ser abordada desde un conjunto de entidades de nuestra comunidad. Así se unieron al proyecto la Universidad Pública de Navarra, la Universidad de Navarra y la Cátedra UNESCO. Este mes se ha celebrado una jornada de cierre de debate y puesta en común de cuestiones previas a la puesta en marcha de la plataforma.

La primera fase del proyecto se centró en la realización de 22 entrevistas individuales con entidades y personas clave que han aportado su experiencia y su perspectiva sobre lo que debería ser este Foro. En la siguiente fase se realizó un encuentro grupal



Presentación de la propuesta de Foro para la Sostenibilidad el pasado 11 de mayo

entre las entidades entrevistadas con la finalidad de contrastar percepciones y avanzar en la constitución del Foro. A partir de ese encuentro se reelaboró el documento Foro para la Sostenibilidad. Documento de debate como una versión planteada para su revisión, debate y cuestionamiento.

Así, el pasado 11 de mayo se celebró la última reunión de contraste del documento. A la misma acudieron cerca de 50

personas pertenecientes a la administración, sindicatos, asociaciones empresariales, sociales y ecologistas, colegios profesionales, expertos en consultoría e investigación y educadores, además de personas pertenecientes a las entidades promotoras del proyecto. El acto se celebró en la Universidad de Navarra estando presidido por D. Andrés Eciolaza, Director General de Medio Ambiente y Agua, y D. Ignacio López Goñi, Decano de Ciencias de

la UN, además de la inestimable colaboración como moderador, del profesor de comunicación Bienvenido León. El acto central fue una videoconferencia a cargo de Domingo Jiménez Beltrán, miembro del Comité Científico del Observatorio de la Sostenibilidad en España y ex-director de la Agencia Europea Medio Ambiente. La misma comenzó con algún problema técnico que posteriormente se solventó, y algunas de las

aportaciones realizadas hacen mención a la multidisciplinariedad de las personas asistentes. Este aspecto transmite una actitud muy positiva de las personas participantes hacia el futuro de este foro. Durante los meses de verano se continuará el trabajo de maduración de algunos aspectos organizativos y de participación y en septiembre se celebrará la puesta en marcha con una jornada de

Presentación del Foro. En la misma se abordarán los criterios de calidad en la participación.

Foro para la Sostenibilidad

Desde el Foro deseamos promover una participación deliberativa, que permita el aprendizaje social y el consenso. El Foro quiere promover y reforzar la transición hacia una sociedad más sostenible; y surge como

marco estable de encuentro y cooperación entre los diferentes agentes. Quiere ser instrumento de intercambio, reflexión y trabajo colectivo y quiere aumentar nuestras capacidades para actuar y construir juntos una nueva cultura de la sostenibilidad. En concreto está siendo pensado para reflexionar conjuntamente, definir orientaciones y difundir de manera eficaz conclusiones. Este

foro propositivo no es un órgano de consulta o de control, y para poder alcanzar los objetivos es necesaria la colaboración de entidades con diferentes sensibilidades y posiciones.

Algunos de los documentos trabajados se encuentran en la página web del CRANA en el siguiente enlace:

<http://tinyurl.com/3xggumh>

De interés ●●●●●●●●●●●●●●●●●●●●



Tú eliges, tú decides

Apoya al Colegio con tu voto

Proyecto: Premio Sociedad y Valores Humanos

Nº del Proyecto: 15855

El Colegio de Sociólogos y Polítólogos de Navarra-Nafarroako Politologoek eta Soziologoek Elkargoa, concede anualmente el premio "Sociedad y Valores Humanos" como reconocimiento público a la labor de personas, organizaciones o instituciones destacadas en algún campo de investigación o del desarrollo social, relacionadas con Navarra, o de la sociedad en general.

En este sentido, el proyecto tiene como objetivo, reconocer y divulgar la tarea de nuestros profesionales, que a través de sus investigaciones, análisis, planificación y trabajo social, contribuyen a la mejora de la sociedad Navarra en particular y de la sociedad mundial en general.

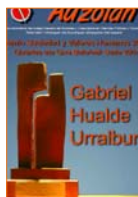
De ahí nuestro interés de presentar este proyecto de "Sociedad y Valores Humanos" para poder darle continuidad en el tiempo, y que contribuya, como estímulo y reconocimiento a aquellos sociólogos/as ó polítólogos/as que por su trayectoria profesional, consideremos merecedores del mismo


Vótanos y si eres cliente de Clavenet, puedes hacerlo a través de la página web:

www.cajanavarra.es/es/tus-derechos/

Más información en nuestra web: www.colsocpona.org

Visita nuestra página web: <http://www.colsocpona.org>



Infórmate, danos tu opinión, descárgate nuestros boletines informativos. Ahora también en 

De interés ●●●●●●●●●●●●●●●●●●●●



Maite Lezaun (Mancomunidad de la Comarca de Pamplona) y Carlos Vilches (Taller de Sociología)

El pasado 20 de abril el Colegio de Sociólogos/as y Polítólogos/as de Navarra, con la colaboración del Dpto. de Sociología de la Universidad Pública de Navarra, organizó un encuentro de profesionalización para el alumnado de Sociología de la UPNA y abierto a todas las personas que les pudiese resultar de interés. Se contó con la participación de Maite Lezaun (Mancomunidad de la Comarca de Pamplona) y Carlos Vilches (Taller de Sociología). Durante este acto se trataron temas muy diversos alrededor de la incorporación al mundo laboral de nuestros profesionales y las experiencias de los ponentes. A continuación se recogen las principales intervenciones de Maite Lezaun y Carlos Vilches y su punto de vista de la Sociología apoyada en sus largas trayectorias profesionales.

Carlos Vilches

Os voy a hablar de la experiencia de gestación de nuestra empresa. Me parece interesante partir desde el momento en que yo estaba en la universidad y era alumno de Sociología, y qué cuestiones fui pensando para desarrollar el proyecto de crear una empresa propia como es Taller de Sociología.

Yo la opción de estudiar sociología la tenía muy clara, era complicado porque cuando nosotros llegamos a la universidad era solamente el 2º año que se impartía la licenciatura en la Complutense de Madrid, en el año 1974, estábamos en el franquismo, y con 18 años. En

aquella época una parte de los jóvenes que estábamos militando en movimientos sociales y políticos teníamos muy claro el tema de estudiar Sociología, que yo creo que era una demanda más desde lo personal vinculado con lo social y lo político, que visto como un proyecto profesional. Yo por lo menos llegué a la Sociología más desde un papel de militancia social, sin estar en ningún partido, que como proyecto profesional. Lo cierto es que no aprendimos mucho de Sociología durante la carrera, porque en el año 76 estuvimos de huelgas antifranquistas, pero por lo menos sí que se gestó esa parte de ilusión.

Yo además de tener claro que quería estudiar Sociología también tenía claro que siendo una carrera nueva que nadie conocía, con los familiares que te preguntaban “¿y esto de la Sociología, para qué sirve?” (cosa complicada porque tenías que hacer una reflexión muy profunda para contestar a esa pregunta, yo lo sabía más o menos pero tampoco sabía la utilidad pragmática, sobre todo porque éramos muy idealistas y muy utópicos), y al final opté por contestar “es algo así como psicología pero a lo bestia”, respuesta con la que la gente de a pie entendía más fácilmente para qué íbamos a servir los licenciados en

Sociología.

A mí me parece muy importante que, unido a todo lo que es la parte docente y de estudios, seáis capaces de ir desarrollando una parte de investigación práctica o de entrar en el mundo de lo práctico. Sirve trabajar en un proyecto como encuestador, porque luego uno aprende mucho de las artimañas de los encuestadores y encuestadoras, cuando uno ha hecho encuestas sabe qué es lo que no hay que hacer y cómo dirigir los campos. Yo, por lo menos, en la época universitaria estuve trabajando en todo lo que tiene que ver con prácticas, más allá de ese

concepto que se nos queda cuando somos estudiantes de que cualquier proyecto que haces es un proyecto de explotación sucinta, escondida, pero hay que darle la vuelta y pensar que estás aprendiendo.

Yo la verdad es que tuve suerte de entrar a trabajar en el 2º año de carrera en el Instituto de Estudios Políticos, hoy Instituto de Estudios Constitucionales, estuve 3 años trabajando como archivista de proyectos, y allí llegó una segunda cuestión que a mí me parece muy importante, a pesar de que no la aproveché, que tiene

que ver con el mundo de los contactos. Creo que para la gente que se quiere dedicar al mundo de la empresa, además del saber y de la formación, lo siguiente más importante es el mundo de los contactos. En el mundo de la empresa es fundamental tener contactos, conocer gente, y para eso es necesario un cierto modelo de personalidad, y luego moverte en todos los sitios donde puedas. A mí por lo menos me ha servido de mucho dedicarme al mundo de la formación, he dado muchos cursos en cualquier sitio donde me han solicitado, y ese es un espacio muy bueno para conocer a gente, y conoces a personas que están en gestión, que tienen puestos de responsabilidad en el mundo de la administración, y eso también sirve para tener una cierta red con la que colocarte. Antes de acabar la carrera empecé a trabajar en una segunda cuestión, que es lo que llamamos la gestión del curriculum. Es importante antes de llegar a la empresa tener un bagaje de

conocimientos y un buen curriculum. Como eso es complicado, mi experiencia es que me dediqué a otras experiencias de las que vivir. En aquel momento había mucha demanda de profesores de euskera y bueno, yo me dedicaba a la enseñanza del euskera, y a la par hacía pequeñas investigaciones, que a lo largo de 5-6 años se hace un buen curriculum si tienes contactos.

Entonces en Navarra no había ningún centro de investigación sociológica, los pocos profesionales de sociología que había estaban encuadrados dentro de IPES, y de ahí, del 77

hasta prácticamente el 88, 10 años, estuve haciendo cosas de euskera que es lo que me permitía vivir, y a la par, haciendo un curriculum de Sociología que es lo que me posibilitaba aprender. Yo creo que no hay que tener prisa en empezar un proyecto de empresa, de hecho, la mayor parte de las empresas, creo que es un 60%, desaparecen en los primeros 3 años, con lo cual creo que es importante no sólo que gastes tu idea, sino también, el meditar sobre qué tipo de empresa quieres hacer y también tener un bagaje de conocimientos. Yo creo que para tener una empresa necesitas contar por lo menos con una persona con experiencia a nivel de consultor senior, quiero decir que tenga años de rodaje y experiencia para poder afrontar una investigación. Por lo menos, cuando nosotros empezamos el proyecto Taller de Sociología había una tipología de consultor tipo senior.

En la fijación de un proyecto de empresa hay dos ver-

tientes interesantes. Una parte es la emotiva, que tu quieres vincular en tu proyecto como desarrollo personal, como trabajar por tu cuenta, el tener tu propio proyecto de profesional independiente. Es muy importante poner mucha pasión en el proyecto que quieres encarar. Sin pasión, sin deseo, sin creencia en que algo utópico como que una empresa pueda ir para adelante... Es fundamental entenderlo desde ahí. Además de muchas dosis de optimismo. Yo optimismo siempre he tenido mucho, mi madre me decía que siempre hacía los exámenes muy bien y luego llegaban suspensos. La verdad que he sido excesivamente optimista y es un elemento importante para poder seguir para adelante y creerte tus propios proyectos; siempre habrá tiempo de que te den palos.

En la fijación de una empresa ésta es la parte más personal. Luego hay una segunda parte, que es detectar un espacio de carencia o de posibilidad de trabajo. En Navarra en los años 80 casi todos

los sociólogos que había eran cuantitativistas y había un espacio no muy conocido que era el cualitativo. Yo tuve mucha suerte en un estudio conflictivo encargado al equipo de IPES por el Gobierno Vasco, era un estudio sobre la conciencia vasca en Navarra. En aquellos tiempos fue un estudio un poco a escondidas y nos pareció que había que hacer un estudio distinto, que había que dejar a la gente hablar, para que nos dijeran qué entendían de esto de lo vasco y la conciencia. Contactamos con Juan Maestre y nos

enseñó qué era esto de lo cualitativo. Mis primeros pasos fueron con él y comprendí la necesidad del trabajo interdisciplinar y el trabajar con otra gente. Un proyecto de empresa no se puede construir únicamente con la sabiduría de una persona o de dos, en la medida que tienes relación con otra gente, aprendes si tienes capacidad de escucha. Desde el principio pensamos que era importante trabajar con otra gente que nos abriera otros espacios e incógnitas. En esa idea hemos continuado y durante todos estos años hemos procurado traer gente a quien enseñar esos proyectos, hemos trabajado formación con gente que representa un estilo de hacer Sociología casi militante de la problemática social. Con ellos aprendimos mucho y aquí en la universidad vinieron a dar diferentes cursos. También con Anselmo Peinado, que es uno de los referentes teóricos de la escuela de Jesús Ibáñez sobre

cualitativo y con quien t o d a v í a seguimos trabajando en m u c h a s investigaciones. El hecho de contar con otra gente te enriquece personalmente y te hace ver la perspectiva de lo social desde ámbitos distintos.

Pero es verdad que una empresa, para que sea rentable tiene que tener un espacio donde no se metan otros, esto de los nichos comerciales, buscar tu propia referencia es importante. Sobre esto, nosotros somos un poco antiguos porque nuestro proyecto de empresa, si ha salido bien, ha sido gracias a muchas dosis de intuición. Desde que pensé el proyecto

es importante entrar en el mundo de lo práctico, por ejemplo empezar de encuestador

”

no hay que tener prisa en empezar un proyecto de empresa, la mayor parte desaparecen en los primeros años

”

en los años 80 hasta el año 89 que no nos registramos como empresa mercantil pasaron 9 años. Pero era una opción intuitiva. Sin embargo, por ejemplo el planteamiento de Item fue distinto, hicieron una exploración de mercado porque pensaban que faltaban empresas de campo y ahí iba a haber futuro. Además, empresas como la nuestra, se quitarían equipos de encuestadores, porque era lo más costoso. Entonces, hicieron un estudio de mercado, en el que por cierto colaboramos, y resulta que es una empresa

muy viable porque estudiaron muy bien el mercado aplicando la Sociología a sus propios recursos. Nosotros no hicimos ese tipo de estudio, ni siquiera cualitativo, había mucha pasión y mucha creencia. Nuestra parte también es un poco mixta en el sentido de que toda la investigación y los contactos que fuimos desarrollando nos daban la creencia de que había una necesidad de investigación cualitativa, pero es cierto que un proyecto empresarial en Navarra no se puede especializar a ese nivel. Cuando he ido a otras charlas sobre proyectos de empresa se dice que hay que innovar y especializarte en un nicho de mercado novedoso. Pero un sociólogo de cualitativo se muere de hambre, todavía no hay espacio para vivir de este tipo de trabajos, por lo tanto hay que hacer todo tipo de cuestiones. Nosotros tenemos experiencia en cualitativo, pero hacemos cuantitativo y hacemos investigación-acción y hacemos cualquier proceso que venga alguien a plantearnos por muy raro que sea. Recuerdo un estudio a nivel mundial sobre la reconversión de los centros de tratamiento de drogodependientes de Engelmayr a un proceso de empresa distinta. No sabíamos si seríamos



A la charla acudió un nutrido grupo de estudiantes de Sociología de la UPNA

capaces, pero entramos y salió bien. Hace falta riesgo y apostar por todo lo que hay. No hay mucho donde investigar y en la medida que hay más sociólogos y sociólogas en Navarra, las oportunidades de encontrarnos, no solo para saludarnos sino en términos de competencia profesional es mayor. Cuando comenzamos sólo estaba IPES como equipo de investigación social y estaba muy marcado por temas sociales y de la mujer. Recuerdo un estudio pionero en 1979 sobre malos tratos, era algo muy novedoso, y posteriormente en el 80-81 también se hicieron estudios sobre la prostitución. En ese momento la innovación era fácil, hoy en día es mucho más complicado.

La siguiente cuestión importante para pensar en el momento previo es la elección de los medios a invertir. Montar una empresa no requiere de mucho riesgo económico, la nuestra tiene un capital muy pequeño. Realmente hoy en día, con un ordenador, poco más necesitamos. Se puede trabajar en red y a partir de los años 90

desaparecen los equipos fijos de investigación. Nosotros el campo presencial lo estamos trabajando con Item, pero el campo telefónico lo trabajamos con empresas de Madrid, Salamanca y San Sebastián, dependiendo del estudio y del presupuesto que nos dan, tenemos un abanico de ofertas. Por ejemplo, en cualitativo, una empresa Navarra nos monta los grupos, pero cuando el estudio es a nivel del Estado, o es muy complicado porque los

hay que hacer todo tipo de cuestiones. Hace falta riesgo y apostar por todo lo que hay



perfiles son muy complicados, trabajamos con una empresa de Madrid que nos hace la captación aquí. Sobre todo porque no conocen a casi nadie y nos montan los grupos súper puros, con el perfil virgen del participante en grupos. Es decir, el mercado de la investigación ha cambiado mucho, todo se puede subcontratar. Nosotros hemos ido mermando, no en trabajo, pero sí en equipo. Ahora estamos haciendo muchos más estudios, el año pasado alrededor de 12 investigaciones entre dos personas. Nuestra estructura somos 2 socios, un analista y una persona que hace el tratamiento de los datos. Pero en el momento en el que

estamos desbordados, trabajamos con otros sociólogos, generalmente con Anselmo Peinado. Hoy en día la capacidad de una empresa de recogerse y expandirse es muy grande y en función del trabajo diseñas su estructura. Esto era impensable cuando empezamos nosotros, que teníamos una red de 4 ó 5 trabajadores...

Un paréntesis, habría que hablar de la estructura de los cambios políticos en Navarra. Hoy en día estamos hablando en cualitativo de precios de hace diez años y en cuantitativo con el 50% de hace diez años. Es decir, la mayoría de los estudios cuantitativos valen casi la mitad de hace diez años. Esto es otra cuestión curiosa, han apretado mucho las administraciones, hay mucha competencia y realmente a veces no se sabe cómo se pueden hacer los estudios con los presupuestos tan bajos. Perdonad este desliz un poco reivindicativo, pero es una realidad que tenemos, que cada vez hay más dinero, hay más estudios pero la presupuestación es muy escasa. Hay concursos a los que no nos presentamos, porque creemos que es complicadísimo con los presupuestos que salen hacerlo. Bueno, este era un paréntesis.

Una cuestión importante, yo se la digo mucho a mis alumnos, está bien pensar cuánto dinero has invertido y cuánto vas a arriesgar, no corren buenos tiempos, pero digo que tampoco hace falta mucho dinero, pero sí que es importante, por lo menos mi experiencia me lo dice, los compañeros y compañeras de viaje. Cuando uno funda una empresa, inicia un proyecto que es algo más que personal tiene que pensar muy bien con quién se embarca. Porque yo creo que muchas de las empresas que fracasan, no sé si en este ámbito o en otros, tiene que ver con el equipo de personas. A veces, cuando uno se embarca en un proceso personal, se entusiasma, lo tiene claro, es difícil encontrar personas que participen del mismo entusiasmo y pasión por el proyecto, porque corre el peligro de que sea un proyecto unipersonal al que se juntan otros por interés, porque no tienen la iniciativa que puedas tener tú y esto es complicado. A veces a mis alumnos de primero les digo: haced un trabajo y en segundo les digo: elegid bien a los

compañeros que ya conocéis, por lo menos con quien vais en el grupo de habitual. En el mundo de la empresa yo creo que es importante también tener claro, haber discutido mucho con quién vas, si participas en una serie de afinidades. Pero cuando el proyecto es muy personal tiene muchos riesgos, quizá el exceso de personalización. Hemos hablado de la apuesta por la formación continuada. Yo creo que tienes que seguir formándote. Que uno de los grandes errores es pensar que tengo una empresa, soy un senior, lo sé todo y me dedico a enseñar a otros. Por lo menos, aunque nosotros nos dedicamos también a enseñar y dar cursos, yo creo que es importante aprender de otra gente y a ciertos niveles de experiencia como uno más aprende es trabajando. Es verdad que está bien ir a cursos de formación pero trabajando con otra gente, si tú eres humilde y tienes capacidad de escuchar y observar,

no hace falta mucho para empezar, pero sí que es importante, los compañeros y compañeras

”

aprendes mucho más. Yo la verdad que a nivel cualitativo con quien más he aprendido ha sido con Anselmo Pinado porque hemos discutido mucho, hemos diseñado muchos análisis y sobre todo depuras muchas cuestiones. Cuando nos toca sobre todo hacer análisis que tienen que ver con la realidad navarra, o la realidad vasco-navarra, siempre le llamo, aunque no sea rentable. Quiero decir, que si yo trabajo solo seguro que es más rentable, pero una visión externa sobre cómo somos los navarros y las navarras, ahora que he realizado el año pasado un estudio sobre la donación de sangre en Navarra, pues era muy interesante porque todo ese discurso que hay en Navarra del chovinismo navarro tan exacerbado, de que somos los números uno y en el tema de la donación pues siempre hemos sido casi la catarata de sangre de España, pues uno se da cuenta de que ahí hay

muchos fallos y muchos problemas que cuando uno los mira desde dentro igual los ve, ¿no?. Pero cuando alguien viene de fuera y analiza el discurso de la navarritud y del hecho diferencial navarro frente al resto de España, pues te da muchas posibilidades de análisis. Cualitativamente, viene bien que alguien desde fuera te ayude en ese tipo de discursos.

Lo hemos comentado, el trabajo interdisciplinar a mí me parece muy interesante, no sólo ya con sociólogos, sino que yo creo que cada vez más estamos vinculados a tener que trabajar con otros profesionales. A nosotros, por la experiencia que nos ha decantado la vida profesional, nos ha tocado trabajar mucho con trabajadores sociales y con gente del ámbito sanitario, porque hemos hecho muchos estudios en el campo de la salud, la hiperfrecuentación, etc, y entonces eso también es complicado, porque el mero hecho de adaptar tu lenguaje para poder entenderte con un sanitario, con médicos y médicas, es complicado, y ahí juegan unos roles de poder muy curiosos. Ese tipo de cuestiones hay que aprenderlas.

Y luego, finalmente, yo creo que hay que estar en todos los foros de discusión, de innovación, colegios profesionales, asociacionismo, hay que estar ahí porque se gesta el cambio, se gestan los contactos, y hay que estar presente en ese tipo de espacios si tu quieres desarrollar un proyecto de empresa.

Acabo con tres cosillas sobre nuestra empresa en particular. Como os digo, nuestra primera aparición sería en el 86, curiosamente todavía no estábamos registrados como



Escuchando atentamente las intervenciones de los ponentes.

empresa, pero tuvimos una oferta para hacer un estudio innovador en su momento sobre los Sanfermines. Y una de las cosas que nos ha venido a nosotros impuesta es que hemos hecho los estudios que nadie quería hacer. Sí, los estudios que nadie quería hacer, no porque económicamente no fueran muy atractivos, sino porque eran los estudios más conflictivos que surgían en Navarra. Nos ha tocado hacer estudios sobre la Autovía del Norte, hemos hecho cosas sobre todos los pantanos, menos el de Itoiz, nos ha tocado hacer estudios sobre el tema del conflicto de la violencia, estudios ya desde hace 15 años cuando nadie se metía a hacer este tipo de estudios, pues los hicimos nosotros tanto para administraciones como para Elkarri, etc. Hemos hecho estudios sobre cárceles, sobre SIDA, y nos hemos especializado en la sociología del conflicto. Por lo menos del conflicto navarro y de las situaciones que surgen yo creo que sabemos bastante. Entonces, es verdad que, a veces, te escoras donde te lleva el mundo, no sé si es que nos ven que somos muy conflictivos o que nos gusta el conflicto, pero ahí nos movemos bien. La verdad es que no hemos hecho ascos a ningún tipo de estudios, viniera de dónde viniera. Hemos trabajado con distintos partidos políticos cuando han estado en distintas administraciones, ahí no hemos tenido ningún problema y con los distintos técnicos de administraciones y departamentos distintos. Y, en estos últimos años, estamos trabajando mucho para ONGS. Es curioso, porque gran parte de las partidas



Maite y Carlos durante un momento de sus intervenciones.

económicas que dan las administraciones van para las ONGs, y éstas necesitan análisis de situación, análisis de proyectos, seguimiento y evaluación, y el mercado se escora un poco por ahí, sin nosotros especializarnos necesariamente, pues ésta es una fuente de nuevas demandas de trabajo. Es verdad también que hay muchos sociólogos y sociólogas que están trabajando dentro de las organizaciones y ahí se está abriendo otro campo, pero a nosotros nos toca trabajar como investigadores externos.

Nosotros como proyecto de empresa decidimos estructurarnos en tres columnas: una, la de la investigación social, que decimos investigación social y de mercados, precisamente para no ser etiquetados, para que no se piensen que sólo sabemos hacer investigación social, sino que también hacemos de mercados, de hecho hemos hecho bastantes estudios relacionados con el mercado,

la marca, la imagen, el posicionamiento y bueno, el bagaje cualitativo te ayuda a situarte. La segunda cuestión a la que nos hemos dedicado, quizá más intensamente al principio y ahora menos, a la formación y la creación de espacios de encuentro entre sociólogos. El taller, cuanto menos al principio, pretendía ser un espacio donde los nuevos profesionales vendrían, se juntarían. Eso quizá ha sido por haber sido y seguir siendo profesor y bueno, ha sido un espacio donde pasan y han pasado muchos nuevos titulados y vienen a discutir sus proyectos, sus diseños, presupuestos, miedos, y a veces casi se pueden dar espacios de autoayuda. Y bueno, ése es un espacio que para nosotros era importante. La formación la hemos abandonado porque creemos que cuando surge la universidad ahí hemos perdido el interés, hicimos cosas muy puntuales, cursos como digo, con IOE, Tomás Villasante, con Anselmo Peinado sobre cualitativo y tal, pero hemos ido dejando, porque creemos que la universidad está ahí y podemos colaborar más con este tipo de organizaciones.

Y la tercera columna, que yo creo que es bastante innovadora y que otras empresas no lo hacen pero que nosotros tenemos una apuesta muy clara, es la asesoría, es decir, cada vez hay más equipos de investigadores, de campos distintos que entran a hacer investigación social y en ese momento se encuentran con que no tienen herramientas metodológicas ni conocimientos para investigar. Nosotros ahí no investigamos sino que vamos a los grupos como asesores, entonces estamos dentro de los grupos como asesores. En el ámbito de la salud hemos trabajado en muchos proyectos, quizá tenemos ahora el mismo número de proyectos como asesores que como investigadores directos. Es un mundo que a nosotros nos funciona muy bien y es un trabajo más cómodo, porque sólo trabajas determinadas horas de reuniones aunque te las tengas que preparar, pero es un espacio de trabajo que el Taller de Sociología en este momento está desarrollando como ayuda o como asesoría, sean noveles o sean de otros campos.

Actualmente las ONG's necesitan análisis de situación, de proyectos, seguimiento y evaluación



Maite Lezaun

La Mancomunidad de la Comarca de Pamplona está integrada por los Ayuntamientos de Pamplona y la Comarca y atiende a una población de 345.000 habitantes. En la actualidad presta los servicios del Ciclo Integral del Agua, los Residuos Urbanos, el Transporte Urbano Comarcal, el Taxi y el Parque Fluvial de la Comarca.

Esta entidad cuenta, desde 1993, con un Área de Investigación Social con la finalidad de proporcionar información relevante y de forma sistemática acerca de los usuarios de los servicios, la sociedad y otros grupos de interés, que apoye la toma de decisiones en la planificación y organización de los servicios que presta.



Estudios que se vienen realizando desde esta área

Desde esta área se desarrollan tres niveles de investigación:

Estudios de base: Se realizan en momentos clave en la planificación de los servicios, por ejemplo, ante un nuevo Plan de Transporte Urbano (1999 y 2007), ante cambios importantes en el modelo de recogida selectiva de residuos (2004). Abarcan objetivos de investigación muy amplios, análisis de las motivaciones de uso del servicio, análisis de las necesidades, expectativas y demandas de servicio, segmentación por hábitos de uso y consumo, por motivaciones de uso, etc. Suelen constar de una fase cualitativa con objetivos de investigación propios y una fase cuantitativa con muestras amplias de población.

Estudios de satisfacción con los servicios que presta la Mancomunidad. Se realizan con periodicidad anual desde 1994. Se emplean técnicas de investigación cuantitativas y, a través de éstos, se sigue la evolución del perfil del usuario del servicio, los hábitos de uso y la calidad percibida en las distintas áreas de actuación de estos servicios.

Estudios puntuales a demanda de los distintos departamentos. Una de los más importantes es el de Seguimiento de la participación ciudadana en la recogida selectiva de residuos (se realizan cada dos o tres años a petición de los Departamentos de Residuos y Comunicación), Estudios de demanda en distintas líneas del Transporte Urbano (TUC), Postests campañas de comunicación (Comunicación), etc.

Excepto los estudios de base que se encargan a empresas especializadas, el resto se realizan desde esta área con medios propios y únicamente se contrata el trabajo de campo. Es responsabilidad del sociólogo/a el diseño y planteamiento del estudio, la concreción de los objetivos de investigación, la elección de la metodología y técnicas de investigación y la realización del estudio.

Dificultades que puedes encontrar a la hora de desarrollar tu trabajo en un área de investigación social en el ámbito de los servicios públicos (Entidades Locales, Departamentos del Gobierno de Navarra, Organismos públicos, etc.)

Por una parte, el conocimiento de la ciudadanía no suele ser estratégico para orientar una oferta avanzada, competitiva en los servicios públicos.

Por otra, la profesión de Sociólogo/a tiene poca implantación en el ámbito de las empresas públicas. Cuando una empresa contrata a un ingeniero, abogado, economista, etc. ya sabe para qué lo quiere, tiene sus funciones y tareas más o menos definidas. Por el contrario, cuando contrata a un sociólogo/a no suele tener tan claro las funciones que puede desarrollar, tienes que ir definiendo el área, ganando terreno poco a poco.

A codazos tienes muy pocas posibilidades. Debes estar muy atento a las necesidades de información que tiene la Organización o Entidad acerca de sus grupos de interés: usuarios, ciudadanos, mercado actual o potencial y demostrar que conoces y sabes aplicar la metodología para investigarlas, desde el método científico.

Oportunidades como investigador/a social dentro de los distintos organismos públicos y empresas de servicios públicos

Hay responsables y gestores de servicios públicos con un gran enfoque al ciudadano/cliente pero les resulta difícil sistematizar un proceso para conocer y seguir las necesidades, demandas, opiniones de la ciudadanía.

Probablemente los responsables de un Ayuntamiento o Empresa Pública quieren conocer la opinión de sus ciudadanos/usuarios pero no tienen una idea clara de cómo hacerlo. Lo habitual es que no tengan definida un área de investigación social. En estos últimos años sí han desarrollado muchas áreas de gestión (deportes, cultura, igualdad, etc.) pero no una unidad desde la que se conozca la opinión, necesidades, demandas de los destinatarios de sus servicios. Es factible iniciar este proceso desde dentro de una entidad u organismo público, con alguien especializado en la investigación social. Se trata de establecer un proceso metodológico para conocer la opinión del usuario/ciudadano/cliente y que mida cómo se adapta la oferta de sus servicios a las necesidades y demandas de sus destinatarios.

Éstas son algunas características que pueden ser importantes en este proceso:

- Tiene que partir observando cuáles son las necesidades de conocimiento que tiene la Entidad u Organismo acerca de sus ciudadanos/usuarios, etc. A veces te contratan por una necesidad de información acerca del usuario del servicio muy concreta. Mi experiencia es que una vez que la satisfaces surgen nuevas necesidades de conocimiento por parte de la Organización
- Debe ser sistemático: estar planificado y con objetivos de análisis claros y definidos. Hay que dar a conocer al resto de la Organización cuál va a ser el cometido de esta área
- Debe seguir una metodología científica. Utilizamos técnicas de investigación social que no son exclusivas de la Sociología pero que han adquirido un gran desarrollo en esta disciplina. El dominio de estas técnicas nos diferencia de otras profesiones (economistas, ingenieros). Esto es una fortaleza que debemos aprovechar a la hora de definir y ocupar un área de investigación social
- Es una investigación aplicada, estar orientada a la toma de decisiones estratégicas y tácticas. Tiene que ser útil para quien tiene la responsabilidad de planificar y organizar la oferta del servicio. Si es útil para quien toma las decisiones es un proceso que se retroalimenta. Si proporcionas información precisa sobre las necesidades, demandas, hábitos de uso de un servicio y esta información ha servido para configurar la prestación, el siguiente paso será comprobar que efectivamente esa oferta se adapta a esos requerimientos del usuario. Si la información ha sido útil, alimenta nuevas necesidades de información acerca de los destinatarios de los servicios públicos.

Especialización

En el área de la investigación social y de mercado se requiere la siguiente especialización:

- Conocer las alternativas metodológicas y técnicas de investigación social
- Manejo en los diseños muestrales. En los estudios que se aplican periódicamente, un buen diseño muestral va a proporcionar una gran consistencia a los resultados
- Manejo de técnicas de análisis estadístico, es importante introducir análisis multivariantes
- Manejo de paquetes estadísticos

En el área de calidad de los servicios: estudios cuantitativos, muy estandarizados, son aplicables las técnicas de investigación social más habituales.

Edita: Junta del Colegio Navarro de Doctores/as y Licenciados/as en Ciencias Políticas y Sociología - Nafarroako Politologoek eta Soziologoek Elkargoa: Begoña Arrieta, Begoña Beorlegui, Elba Bienzobas, Javier Erviti, Ricardo Feliú, Iñaki Lavilla, Maite Lezaun, Mikel Olazarán (decano), David Sainz, Manuel Rodríguez

Redacción: Javier Erviti, Ricardo Feliú, Orreaga Azcona, Victoria Aliende

Diseño Gráfico: Javier Erviti

De interés

Información para colegiarse.

Colegiación tarifas 2010

- Cuota anual normal **90 euros**
- Cuota anual parados y estudiantes **50 euros** presentando la cartilla de desempleo
- **Cuota para último año de la Licenciatura 10 euros**

Para más información:

Tlf. 636 772 730
 colegiacion@colsoचना.org
 http://www.colsoचना.org

Ficha para solicitar la colegiación

Remitir esta ficha cumplimentada a:

COLEGIO DE SOCIÓLOGOS Y POLITÓLOGOS DE NAVARRA
 Apartado Correos 301 - 31.080 Pamplona

DATOS PERSONALES											
Nombre.....	1 ^{er} Apellido.....	2 ^o Apellido.....									
Teléfono:.....		Teléfono móvil:.....									
E-mail:.....@.....											
Domicilio.....		Nº.....	Piso..... Puerta..... Escalera.....								
Localidad.....		C.P.:.....									
TARIFA COLEGIACIÓN											
Cuota normal: 90 euros <input type="checkbox"/>		Cuota parados: 50 euros <input type="checkbox"/>									
		Cuota último año licenciatura: 10 euros <input type="checkbox"/>									
FORMAS DE PAGO											
<input type="checkbox"/> 1 DOMICILIACIÓN BANCARIA:		<input type="checkbox"/> 2 TRANSFERENCIA BANCARIA/INGRESO A:									
CÓDIGO CUENTA CLIENTE (Por favor rellene todos los datos)		COLEGIO DE SOCIÓLOGOS Y POLITÓLOGOS DE NAVARRA									
<table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse; text-align: center;"> <thead> <tr> <th style="width: 12.5%;">Entidad</th> <th style="width: 12.5%;">Oficina</th> <th style="width: 12.5%;">DC</th> <th style="width: 75%;">Nº de cuenta</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td style="height: 20px;"> </td> <td> </td> <td> </td> <td> </td> </tr> </tbody> </table>		Entidad	Oficina	DC	Nº de cuenta					CAJA NAVARA Nº Cuenta: 2054 0147 90 9125041952 Indicando nombre y apellidos del ordenante	
Entidad	Oficina	DC	Nº de cuenta								
Firma											

Si desea agregar algún comentario o sugerencia puede indicarlo a continuación: