

TEMA 9. LA ENCUESTA

- **La encuesta** es una metodología de la investigación (también técnica de recogida de datos) que, adaptándose a las fases del método científico general, intenta obtener información cuantitativa sobre una población -ya sea en términos descriptivos o de relación entre variables medidas- utilizando diseños que controlen de modo externo las condiciones de producción de la conducta mediante la selección de las unidades de análisis y la sistematización de la recogida de información (Gómez-Benito, 1990, p.239)
- **La encuesta** puede incluirse dentro de otras metodologías de investigación (cuasi experimental, ex post facto), así como es adecuada para conocer y relacionar (metodología correlacional) características poblacionales.
- **Etapas como metodología de investigación:** Definir objetivo de la encuesta, determinar información a obtener, planificar encuesta, diseño, redacción, codificación y análisis estadístico.
- **Como técnica de recogida de datos** (instrumento de medida): Procedimiento específico para obtener los datos de la investigación (preguntas) a través de técnicas de muestreo (probabilísticas o no probabilísticas). Debe ser sistemático (riesgo de sesgo denominado “deseabilidad social”)
- **Población:** Conjunto de todos los objetos que comparten una propiedad.
- **Muestra:** Parte o subconjunto de elementos de una población. Debe ser representativa (que comparta características de la población a estudio para su generalización) elegida al azar mediante procedimiento aleatorio o probabilístico (todos los elementos tienen una probabilidad conocida de ser seleccionados para formar parte de la muestra), o no probabilístico (la probabilidad que tiene un elemento de ser seleccionado es desconocida), teniendo en cuenta la estructura (características de la población) y tamaño (30 ó más elementos-*grado suficiente*- para asegurar el grado de precisión)

Técnicas de muestreo			
¿Cómo se seleccionan los sujetos a encuestar?	Probabilístico Monoetápico o polietápicas (conjuntas)	Aleatorio simple (m.a.s.) Aleatorio estratificado Por conglomerados	Se selecciona al azar un nº de elementos de una población. Todos deben tener la misma probabilidad de ser elegidos sin existir influencia entre ellos por la selección. La característica del objeto de estudio no se distribuye de forma homogénea entre la población pero existen grupos, estratos, que sí (afijación): Simple Mismo nº de participantes en cada estrato Proporcional % de nº de participantes según % nº en estratos Óptimo Mayor número de sujetos de estratos heterogéneos
	No probabilístico Se desconoce el total de las unidades que componen la población. Limitación temporal, personal o	Rutas aleatorias Por cuotas Accidental, incidental o subjetivo • No aleatorio	No se cuenta con un listado de la población. Recorrido al azar desde un punto de origen de una zona. La estratificación no es posible. Sabiendo la proporción de la característica en la población (género, edad..), se establecen cuotas. (sexo, edad..) Semejante al muestreo aleatorio estratificado pero no es aleatorio De conveniencia Casos disponibles en ese momento. De juicio o selección experta A voluntad del investigador (su idea)

TEMA 9. LA ENCUESTA

	económica.	<ul style="list-style-type: none"> Elementos fácilmente 	En cadena o Bola de nieve (poblaciones de difícil localización)	Los casos iniciales identifican e incorporan de forma sucesiva otros participantes.
<p>Tipos de encuestas</p> <p>¿Cuáles son los diferentes tipos de encuestas?</p>	Según cobertura de La población Según objetivo de las encuestas Según dimensión temporal (estructura)	<p>Censales</p> <p>Muestrales</p> <p>Descriptivas</p> <p>Explicativas</p> <p>Transversales</p> <p>Longitudinales</p>	Datos de toda la población. Datos de un subconjunto de la población (muestra) Aproximarse a alguna de las características de la población y su variabilidad. Relaciones entre las características de la población y el grado de relación de éstas con un fenómeno determinado. <ul style="list-style-type: none"> Medición en un único momento temporal a una población definida. Pueden tener propósitos descriptivos o explicativos. <ul style="list-style-type: none"> Medición en dos o más momentos temporales. Analizan procesos de cambio y desarrollo en el tiempo. 	<p>Cambio bruto</p> <ul style="list-style-type: none"> Individual a lo largo del tiempo con encuestas PANEL. Análisis causal más apropiado. Peligro de mortandad experimental. <p>Cambio Neto</p> <ul style="list-style-type: none"> Mismo tipo de población (sujetos equivalentes pero distintos) a lo largo del tiempo con encuestas de SERIES TEMPORALES (Tendencias). Afectado por cambios generacionales.
<p>Fases de las encuestas</p> <p>¿Cómo se lleva a cabo una investigación mediante encuestas?</p>	<p>Objetivo</p> <p>Diseño</p> <ul style="list-style-type: none"> Del estudio en su globalidad Construcción del cuestionario 	<ul style="list-style-type: none"> Definición de la población Definición de la muestra <p>Selección del sistema de recopilación de la información</p> <p>Planificación del proceso de recogida de datos</p> <p>Construcción de la encuesta (operativización de las variables)</p>	Tipo de encuesta apropiada (censal-muestral, longitudinal-transversal, descriptiva-explicativa)	<p>Discriminativo (sensible a la diversidad de respuestas obtenidas) y con Validez (confianza) de contenido, de criterio, y Factorial de preguntas (<u>abiertas</u> o de respuesta libre, <u>cerradas</u> o de alternativas propuestas, y <u>semiabiertas o semicerradas</u> de alternativas con opinables) adecuadas, por bloques temáticos, de lo más general a más específico y sin saltar de una cuestión a otra.</p>

TEMA 9. LA ENCUESTA

Recogida de datos En el trabajo de campo	Prueba piloto	Experiencia con una pequeña muestra de sujetos para observar cuestiones relacionadas con la aplicación del mismo. Muestreo de conveniencia (más utilizado)
	Revisión del instrumento	
	Encuesta cara a cara	Facilidad de respuesta. Alto coste personal, económico y temporal.
	Por teléfono	Más económico pero mas reticencia del entrevistado.
Explotación de la encuesta Desde grabación de datos hasta su codificación	Por Correo postal	Más rápido. Requiere más claridad y puede haber sesgo en respuestas.
	Por Email o Internet	Restricción en su acceso. Riesgo de sesgo de selección.
	Si es de carácter descriptivo	Los análisis nos proporcionan información sobre las características de la población.
	Si es explicativa	El análisis de datos deberá estar sometido a la hipótesis que plantea la investigación, cumpliendo el requisito de exhaustividad y mutua exclusividad sin son preguntas abiertas.

Tipos de errores producidos en encuestas	De muestreo	<ul style="list-style-type: none"> • De selección • De estimación del tamaño
	De procedimiento	<ul style="list-style-type: none"> • Del instrumento de medida (mala formulación del cuestionario o aplicación del mismo) • De explotación de los datos (codificación y en su registro o grabación)

- **Las encuestas** no manipulan las variables que estudia, asimismo el control y la observación como la precisión en sus medidas pueden contener errores mayores que la metodología experimental.
- **Las técnicas de muestreo probabilístico** tienen un mayor poder de generalización de los resultados.
- **La clasificación de las encuestas** está asociadas a su objetivo (descriptivas / prescriptivas), a su cobertura de la población (censales / muestrales) y a su estructura temporal (transversales / longitudinales)
- **Los instrumentos** mas utilizados son los cuestionarios.
- **La calidad de la encuesta** ha de considerar los posibles errores durante la selección así como en el proceso de recogida y codificación de datos.
- Una encuesta puede ser utilizada (v.g.) en un diseño cuasi-experimental.
- La **afijación simple** consiste en realizar el mismo nº de encuestas en cada estrato.
- El **diseño de series temporales** es adecuado para medir el cambio neto, y el **panel** para el bruto.
- En los **estudios piloto** se emplea habitualmente la técnica de muestreo de conveniencia (no asegura la representatividad de la muestra)
- El **error de estimación** aparece cuando se emplea una muestra demasiado pequeña en la encuesta.

TEMA 9. LA ENCUESTA