

MÉTODOS DE ENCUESTA  
TEORÍA Y PRÁCTICA,  
ERRORES Y MEJORA

Consulte nuestra página web: [www.sintesis.com](http://www.sintesis.com)  
En ella encontrará el catálogo completo y comentado

MÉTODOS DE ENCUESTA  
TEORÍA Y PRÁCTICA,  
ERRORES Y MEJORA

M.<sup>a</sup> Ángeles Cea D'Ancona



Reservados todos los derechos. Está prohibido, bajo las sanciones penales y el resarcimiento civil previstos en las leyes, reproducir, registrar o transmitir esta publicación, íntegra o parcialmente, por cualquier sistema de recuperación y por cualquier medio, sea mecánico, electrónico, magnético, electroóptico, por fotocopia o por cualquier otro, sin la autorización previa por escrito de Editorial Síntesis, S. A.

© M.<sup>a</sup> Ángeles Cea D'Ancona

© EDITORIAL SÍNTESIS, S. A.  
Vallehermoso, 34 - 28015 Madrid  
Teléf.: 91 593 20 98  
<http://www.sintesis.com>

Depósito Legal: M. 42.101.2004  
ISBN: 84-9756-250-X

Impreso en España - Printed in Spain

*A mis hijos  
Irene y Adrián  
por su paciencia  
y beneplácito*



# ÍNDICE

INTRODUCCIÓN .....	11
CAPÍTULO 1: LA ENCUESTA COMO ESTRATEGIA DE INVESTIGACIÓN SOCIAL	
1.1. Orígenes de la encuesta .....	13
1.2. Características esenciales de la encuesta: sus posibilidades y límites .....	28
1.3. Articulación de la encuesta con otras estrategias de investigación .....	30
1.4. Fases de la encuesta .....	33
1.5. Errores en la aplicación de la encuesta .....	40
1.5.1. Errores de “no observación” .....	41
1.5.2. Errores de observación o de medición .....	43
Lecturas complementarias .....	45
Ejercicios propuestos .....	46
CAPÍTULO 2: LA ELECCIÓN DEL MÉTODO DE ENCUESTA: SU EFECTO DIFERENCIAL EN LOS <i>ERRORES</i> DE ENCUESTA	
2.1. Encuesta cara a cara .....	51
2.2. Encuesta telefónica .....	64
2.3. Encuesta autoadministrada .....	80
2.4. Combinación de métodos de encuesta .....	93
Lecturas complementarias .....	99
Ejercicios propuestos .....	99

## CAPÍTULO 3: EL DISEÑO DE LA MUESTRA

3.1. Delimitación del universo de estudio .....	102
3.2. La elección del marco muestral y su repercusión en el <i>error de no cobertura</i> ...	105
3.3. El tamaño de la muestra .....	115
3.4. La selección de las unidades de la muestra: métodos de muestreo <i>probabilísticos y no probabilísticos</i> .....	124
3.4.1. Muestreo aleatorio simple .....	125
3.4.2. Muestreo aleatorio sistemático .....	130
3.4.3. Muestreo aleatorio estratificado .....	132
3.4.4. Muestreo aleatorio por conglomerados .....	140
3.4.5. Muestreo de áreas y rutas aleatorias .....	149
3.4.6. Métodos de selección de individuos en una misma vivienda .....	158
3.4.7. Muestreo por cuotas .....	165
3.4.8. La aplicación de otros muestreos no probabilísticos en la investigación mediante encuesta .....	170
3.4.9. La especificidad de la encuesta telefónica .....	173
3.5. El <i>error muestral</i> , uno de los integrantes del error total de encuesta .....	177
Lecturas complementarias .....	187
Ejercicios propuestos .....	188

## CAPÍTULO 4: EL DISEÑO DEL CUESTIONARIO

4.1. De los conceptos teóricos a los indicadores empíricos: el <i>error de especificación</i>	192
4.2. La formulación de las preguntas: sus efectos en el <i>error de medición</i> .....	208
4.2.1. Recomendaciones para la redacción de las preguntas .....	218
4.2.2. El formato de la pregunta: abierto <i>versus</i> cerrado .....	241
4.2.3. La especificidad de la medición de actitudes .....	262
4.3. La ubicación de las preguntas en el cuestionario .....	280
4.4. La presentación del cuestionario .....	286
4.5. La prueba del cuestionario y su redacción final .....	298
Lecturas complementarias .....	307
Ejercicios propuestos .....	307

## CAPÍTULO 5: LA ADMINISTRACIÓN DEL CUESTIONARIO

5.1. La contribución del entrevistador a los errores de encuesta .....	309
5.1.1. Características sociodemográficas .....	311
5.1.2. Factores psicológicos .....	315
5.1.3. Actuación inadecuada del entrevistador .....	316
5.2. La supervisión del trabajo de campo .....	335
5.2.1. Revisión de los cuestionarios .....	337
5.2.2. Verificación de los cuestionarios .....	338
5.2.3. Observación del desarrollo de la entrevista .....	339
5.3. La <i>no respuesta</i> .....	341
5.3.1. Factores que inciden en la participación en la encuesta .....	348
5.3.2. La reducción del <i>error de no respuesta</i> .....	356



5.3.2.1. Actuaciones preventivas para la reducción de la tasa de <i>no respuesta</i> .....	358
5.3.2.2. Ajustes estadísticos de la <i>no respuesta</i> : la <i>ponderación</i> y la <i>imputación</i> .....	372
Lecturas complementarias .....	385
Ejercicios propuestos .....	386

## CAPÍTULO 6: EL TRATAMIENTO DE LA INFORMACIÓN

6.1. La preparación de los datos para su análisis .....	389
6.1.1. Edición de los cuestionarios .....	391
6.1.2. Codificación de las respuestas .....	393
6.1.3. Grabación de los datos .....	394
6.2. El análisis de los datos de encuesta .....	398
6.2.1. La exploración univariable .....	399
6.2.2. La elaboración de tablas .....	406
6.2.3. Opciones analíticas multivariadas .....	414
6.3. La <i>calidad</i> de los datos de encuesta y su evaluación .....	423
6.3.1. La <i>validez</i> de los datos de encuesta .....	423
6.3.2. La comprobación de su <i>fiabilidad</i> .....	441
6.4. La redacción del informe de los resultados de la encuesta .....	449
Lecturas complementarias .....	454
Ejercicios propuestos .....	455
ANEXO. Tabla de números aleatorios .....	461
BIBLIOGRAFÍA .....	465



## INTRODUCCIÓN

Hoy día son pocas las personas que no saben qué es una encuesta, aunque sea de forma aproximada. La televisión, la radio y la prensa suelen hacerse eco de las encuestas que despiertan su interés, ya sea por su temática, su ámbito de ejecución o por sus hallazgos sorprendentes. En las citas electorales es cuando las encuestas adquieren un especial protagonismo y, también, cuando más se pone en cuestión la metodología de éstas, sobre todo, si yerran en el pronóstico electoral. Entonces se suceden los debates sobre las encuestas, se indaga en las causas de sus “fallos”, se destacan las buenas y las malas prácticas de encuesta y aumenta el escepticismo hacia ellas, haciéndose común el comentario “las encuestas siempre fallan”. Pero, ¿por qué fallan?, ¿cuáles son los errores?, ¿cómo superarlos? Éstas son las cuestiones más generales que han espoleado esta monografía.

Ciertamente, del título y del índice del libro el lector ya habrá vislumbrado su contenido. No trata de la encuesta en singular, sino de los *métodos de encuesta* en plural. De sus especificidades, coincidencias y complementariedades. Es un libro ambicioso, más extenso de lo inicialmente programado, por el deseo de ofrecer una visión panorámica y pormenorizada de la metodología de encuesta, en cada una de sus fases, y especificando por método de encuesta.

El libro está estructurado en seis capítulos, de extensión dispar, en función de la complejidad de los contenidos temáticos que se abordan. Los dos primeros tienen un carácter más genérico. El capítulo 1 presenta la encuesta como estrategia de investigación social fundamental en la metodología cuantitativa. Si bien, precisa de un uso articulado con otras estrategias de investigación. Se describe la génesis y el desarrollo de la encuesta, sus potencialidades y límites, destacándose los distintos *errores* que deterioran su *calidad* y la consiguiente significatividad de la información que aporta.

La elección del *método de encuesta* a aplicar tiene un efecto diferencial en los *errores* de encuesta. De ello se habla en el capítulo 2. En él se destacan las ventajas y los inconvenientes de cada método, su empleo combinado, cómo pueden resolverse sus debilidades y la aportación de los avances tecnológicos en la reducción de los distintos *errores* de encuesta, aparte de reducir sus costes económicos y temporales. Los cuatro capítulos siguientes abordan aspectos concretos en la ejecución de la encuesta, desde sus preámbulos hasta la redacción del informe, con el que se concluye su realización.

Todas las fases de la encuesta son decisivas en su desarrollo y no están exentas de *errores*, que pueden empañar los esfuerzos realizados en estadios precedentes y posteriores. Para comprender mejor su incidencia y qué los origina, los *errores* de encuesta se analizan en la fase en que aparecen. Los *errores de no cobertura* y de *muestreo*, en el capítulo 3, dedicado al diseño de la muestra. Allí se insiste en la concepción del *error total de encuesta*. Los *errores de especificación* (debidos a la no correspondencia de la pregunta con los objetivos de la encuesta) y de *medición* (ocasionados por la redacción de la pregunta, sus opciones de respuesta, su ubicación en el cuestionario) en el capítulo 4.

El capítulo 5 trata de la contribución del entrevistador a los diversos errores de encuesta; de cómo pueden solventarse con una adecuada selección, formación y supervisión de los entrevistadores. Se hace mención específica al *error de no respuesta*, en los distintos métodos de encuesta, y a las diferentes actuaciones preventivas y paliativas de dicho error.

El capítulo 6 se ocupa de los *errores de medición* debidos al tratamiento de la información. Además, ofrece una visión genérica de posibilidades analíticas con datos de encuesta. Concluye con el análisis conjunto de los distintos *errores* de encuesta y su incidencia en la *calidad*. Sin duda, esta calidad depende, también, de los recursos (económicos, materiales y humanos) con los que se cuente. Aquí nos ocupamos de los aspectos más técnicos de la *calidad* de la encuesta, relacionados con el *diseño* y su *ejecución*. Por ello, en cada fase se destaca la *teoría* (qué debe hacerse), la *práctica* (qué se hace), los *errores* que surgen por actuaciones “impropias”, en cada método, y recomendaciones para su *mejora*.

Cada capítulo concluye con una selección de referencias bibliográficas, a modo de lecturas complementarias, y una propuesta de ejercicios. Con su realización puede comprobarse si realmente se han asimilado los contenidos esenciales del capítulo.

Para ayudar a la comprensión de los contenidos teóricos, éstos se acompañan de ejemplos ilustrativos y de referencias a estudios teóricos y empíricos. La intención última es contribuir a un mejor conocimiento de las debilidades de los distintos métodos de encuesta y los modos de prevenirlas.