

## PRESENTACIÓN: LAS INCIDENCIAS EN LA INVESTIGACIÓN CON ENCUESTAS

Vidal Díaz de Rada

(vidal@unavarra.es)

Departamento de Sociología, Universidad Pública de Navarra

Resulta difícil realizar la presentación de un número monográfico sobre *incidencias en el trabajo de campo* cuando se constata lo poco que se ha escrito en nuestro país sobre el tema. Esta situación *recomienda* comenzar este texto con una definición del término. El diccionario de la Real Academia de la Lengua Española<sup>1</sup> define *incidencia* como “acontecimiento que sobreviene en el curso de un asunto o negocio y tiene con él alguna conexión”. Esta definición genérica, en el ámbito de la investigación con encuestas, se refiere fundamentalmente a los acontecimientos que tienen lugar entre la planificación de la recogida de información y lo que realmente se obtiene. Es decir, sería la diferencia entre lo planificado y lo obtenido; entre la *muestra teórica* y la realmente conseguida.

Veamos el asunto con más detenimiento considerando –para ello– las fases en una investigación mediante encuesta. La literatura especializada en la materia señala que tras el diseño muestral se lleva a cabo una formación de las personas que realizarán el trabajo de campo<sup>2</sup> con el fin de recoger la información con la mayor calidad. Posteriormente se realiza una revisión de los cuestionarios respondidos utilizando pruebas de consistencia y otros sistemas de validación, y después se procede a codificar las preguntas abiertas y a la grabación de la información. Por último el análisis de datos y la redacción del informe. Dentro de este proceso, ¿dónde tienen lugar las incidencias que definimos en el párrafo anterior?. Sencillamente, no se localizan.

No aparecen en el proceso de investigación descrito en el párrafo anterior porque se han enunciado las fases de la investigación de modo general, del mismo modo que no se aprecian las calles de las ciudades en un mapa de carreteras de escala reducida. Ahora bien, si entramos en detalle en cada una de las etapas –esto es, si se “amplía la escala” del mapa referido– es posible detectar con claridad el tipo de incidencias y el momento en el que aparecen. Las incidencias, aunque no se detectan en el proceso de investigación *ideal*, están muy presentes en la investigación *real*, fundamentalmente durante el trabajo de campo. No obstante, resulta sorprendente que la literatura especializada en nuestro idioma no haya prestado ninguna atención a las incidencias. Es –por así decirlo– como si no existieran.

La mayor parte de las incidencias ocurren en el momento en el que los entrevistadores tratan de localizar a las unidades a entrevistar, aquellas que han sido seleccionadas en el diseño muestral. En ese proceso de búsqueda se producen diversas situaciones que, en muchos casos, impiden la realización de la entrevista a las personas fijadas. Nos estamos refiriendo a problemas de localización del encuestado, falta de cooperación, rechazo, inexistencia del encuestado, etc. Teniendo en cuenta este hecho podríamos proponer una primera definición del término incidencias: “el conjunto de estados finales en los que quedan clasificadas las unidades de la muestra cuyo cuestionario no ha sido recogido” (Mejías, 2005: 4).

Desde nuestro punto de vista se trata de una definición un tanto reduccionista en la medida que no incluye aquellas unidades que –aunque han sido recogidas– no corresponden a lo planificado en un primer momento en el diseño muestral<sup>3</sup>. Dicho de otro modo, la definición anterior obvia los cuestionarios que han sido respondido por unidades muestrales distintas a las consideradas en la fase de diseño muestral, *cuestionarios que han recogido información de unidades diferentes a las originariamente diseñadas*. Desde nuestro punto de vista el término *incidencia* se refiere a ambas situaciones, tanto a cuestionarios cumplimentados (pero respondidos por unidades diferentes a las originariamente planificadas) como a cuestionarios no respondidos (*unidades de la muestra cuyo cuestionario no ha sido recogido*).

Estudiar con detalle el origen de cada una de estas situaciones ayudará a comprender mejor la definición propuesta. Comenzando con la última parte de la definición, la existencia de cuestionarios aún no respondidos puede tener su origen en dificultades de acceso (o no localización) a la unidad muestral, o en rechazos de cooperación. Los

1 Edición del año 2001, vigésimo segunda edición.

2 O se encarga a una empresa especializada en esos trabajos

3 Nos estamos refiriendo, lógicamente, al empleo de “muestras suplentes”, a las sustituciones realizadas durante el trabajo de campo para solucionar las ausencias o los rechazos a cooperar.

problemas de acceso–localización pueden estar originados por: 1) direcciones incorrectas; 2) viviendas inexistentes<sup>4</sup>; 3) viviendas inaccesibles; 4) viviendas dedicadas a otros fines (oficinas, tiendas, etc.); 5) viviendas que no son residencia habitual, y 6); viviendas donde no se recibe ninguna respuesta. Las cinco primeras situaciones son debidas a problemas en el marco muestral, puesto que se han considerado como unidades muestrales elementos que realmente no forman parte del universo<sup>5</sup>.

La última de las situaciones apuntadas en el párrafo anterior, la visita a viviendas donde no se recibe respuesta, puede estar generada por realizar llamadas en horas intempestivas o porque se trata de viviendas vacías. La realización de *revisitas* (o rellamadas en encuestas telefónicas) en diferentes horas y días de la semana permitirá conocer de cuál de las dos situaciones se trata<sup>6</sup>. Tras visitar una vivienda a diferentes horas y días de la semana la “unidad no contactada” pasará a denominarse como “vivienda vacía”<sup>7</sup>. Una vivienda vacía es una unidad incluida erróneamente en el marco muestral<sup>8</sup>, y que –por tanto–deberá ser eliminada.

En las encuestas telefónicas los problemas de acceso son similares, apareciendo algunas variaciones como números de teléfono inexistentes, teléfonos de viviendas situadas en otra dirección, teléfonos que no corresponden a viviendas habituales, y teléfonos que comunican constantemente. Todas estas situaciones corresponden a problemas en el marco muestral, excepto la última que puede tener su origen en problemas técnicos del aparato. La forma de solucionar las cuatro primeras será la eliminación de esas unidades del marco muestral (al tratarse de unidades que no forman parte del universo), mientras que la quinta requerirá volver a intentar un contacto con el hogar en momentos diferentes. Ahora bien, la ventaja del teléfono es la facilidad para hacer rellamadas a diferentes horas y días distintos con un bajo coste económico, como se demostrará más adelante.

Todas estas situaciones –tanto en la encuesta personal como en la telefónica– traen como consecuencia una reducción del tamaño muestral, afectando así a la estabilidad de las estimaciones. Para evitar ese efecto las unidades no localizadas son *sustituidas* por otras. En ocasiones –y fundamentalmente en el ámbito de la investigación privada de opinión y mercados– no se realizan las visitas y se opta por sustituir directamente las viviendas donde nadie responde.

Además de las dificultades de acceso–localización, las incidencias se producen también por rechazos de cooperación; por manifestaciones expresas de que no se desea cooperar en la investigación. Estas negativas pueden ser producidas por la persona que “abre la puerta”<sup>9</sup> (negativa del hogar), o por la persona seleccionada<sup>10</sup>. En la mayor parte de las investigaciones con encuestas la decisión de responder a un cuestionario es voluntaria, a excepción de las

4 Se habla de viviendas considerando que se trata de investigaciones mediante encuestas realizadas a los hogares, las investigaciones más frecuentes. En caso de encuestas a empresas bastaría con sustituir el término viviendas por empresas; de modo que hablaríamos de direcciones (de empresas) incorrectas; inexistentes; locales a los que no es posible acceder, etc.

5 La encuesta sobre Equipamiento y uso de tecnologías de la información y comunicación en los hogares, realizada por el INE, utiliza las siguientes claves en cada una de estas situaciones: “IL” para ilocalizables (direcciones incorrectas y viviendas inexistentes), “IN” para viviendas inaccesibles, “OF” para viviendas destinadas a otros fines, “V” para viviendas vacías o de temporada, y “E” para viviendas encuestables (INE, 2004a).

Una vez que se accede a la vivienda pueden aparecer otro tipo de incidencias. La encuesta de Equipamiento y uso de Tecnologías... contempla las siguientes: ausente total (clave “AT”), ausencia persona seleccionada (“AS”), negativa total (“NT”), negativa persona seleccionada (“NS”), incapacitado para contestar (“IC”), y encuestado o colaborador con la clave “E” (Mejías, 2005: 25).

Otra investigación también realizada por el INE, la Encuesta de Población Activa, diferencia dentro de la vivienda entre incidencias “en grupos” e “incidencias personales” (téngase en cuenta que la unidad de estudio de la EPA son todos los miembros de la unidad familiar). Las incidencias en grupos diferencian entre encuestados, negativas y ausencias; mientras que las “incidencias personales” recogen negativa individual y entrevista proxy (Losilla, 2005: 23).

6 El número de visitas efectuadas para localizar un entrevistado dependerá de los recursos disponibles, del procedimiento utilizado para recogida de datos, y del tiempo dedicado para el trabajo de campo; si bien la mayor parte de los institutos europeos recomiendan realizar un mínimo de cuatro visitas a diferentes horas y al menos dos de éstas durante el fin de semana (SCPR, 1984: 57-58, Antoine, 1992: 216; McCrossan, 1991: 19; National Centre for Social Research, 1999a: 19). Fowler (2002: 50), por su parte, propone realizar seis visitas en áreas urbanas. La Encuesta Social Europea realizada en nuestro país empleó cuatro visitas en la primera edición y seis en la segunda, como se indica en la contribución firmada por Torcal, Morales y Riva.

7 Puede suceder también que se contacte con alguna persona que resida en la vivienda, pero no con la persona seleccionada.

8 En la EPA del año 2004, por ejemplo, el 16,5% de las viviendas seleccionadas tuvieron este problema (INE, 2005: 9). Son datos referidos a la primera entrevista, no considerando las entrevistas sucesivas a la misma vivienda.

9 Sea o no el destinatario del cuestionario.

10 En la encuesta sobre Equipamiento y uso de tecnologías de la información y comunicación en los hogares –por seguir con la fuente citada anteriormente– un 39,55% de las incidencias presentaron problemas de cooperación: en el 3,79% la negativa fue expresada por la persona de referencia, y en un 35,76% fue una negativa total.

investigaciones a empresas realizadas por los institutos oficiales de estadística, donde las unidades seleccionadas tienen obligación de cooperar y son amonestadas cuando no lo hacen<sup>11</sup>.

Existen varias estrategias para reducir el efecto de los rechazos, y se diferencian según el momento de utilización: inmediatamente después de producirse el rechazo (y frente a la persona que rechaza) o en momentos posteriores (Díaz de Rada, 1999: 77–103). Al primer grupo pertenecen volver a explicar el propósito de la investigación, utilizar cartas de presentación, insistir en el anonimato y confidencialidad de las respuestas, explicar los beneficios de la cooperación para el grupo social al que pertenece, y utilizar gratificaciones. Las estrategias utilizadas una vez terminado el contacto con la vivienda son, básicamente, las siguientes (Smith, 1983: 388–392): utilizar información de los entrevistadores para conocer las características de los que rechazan cooperar<sup>12</sup>; preguntar a las personas que no han colaborado sobre las causas y motivos de ese comportamiento<sup>13</sup>; realizar un segundo muestreo entre los que no han cooperado con el fin de considerar a éstos como una muestra representativa de los rechazos<sup>14</sup>; y sustituir a los que no responden añadiendo a la muestra nuevas unidades que reemplazan a los que rechazan cooperar. Otras estrategias para mitigar la influencia de los rechazos están basadas en la realización de *ajustes* o *ponderaciones* de las entrevistas realizadas<sup>15</sup>. Téngase en cuenta que estas últimas estrategias no reducen la no respuesta, sino que mitigan su influencia *modificando* los *pesos* de determinados entrevistados.

Nos centraremos en la sustitución a los que no responden, por ser la más utilizada en la investigación con encuesta realiza en nuestro país. Esta sustitución consiste en añadir a la muestra nuevos elementos –denominados como reservas– para reemplazar a los entrevistados que no responden. Se trata de una de las estrategias más utilizadas en la actualidad, y permite solucionar rápidamente el problema de la no respuesta y obtener tamaños muestrales representativos.

El recurso de la sustitución, esto es, el reemplazamiento de unas unidades por otras, tiene como objetivo el mantenimiento del tamaño muestral con el fin de conservar la precisión de las estimaciones, aunque el empleo de *nuevas unidades* supone una “alteración del diseño muestral inicial”<sup>16</sup>. Explicadas las razones de la existencia de cuestionarios no respondidos<sup>17</sup>, hemos llegado a la segunda parte de la definición, aquella que se refiere a las incidencias producidas por “cuestionarios respondidos por unidades diferentes a las originariamente planificadas”.

Toda esta explicación nos lleva a plantear la siguiente pregunta: ¿tanta importancia tiene el reemplazo de unas unidades por otras en la “*exactitud*” de una investigación?. Se trata de una estrategia que, en principio, permite mantener fácilmente (y con bajo coste) el tamaño muestral, y se fundamenta en la hipótesis que esas unidades son semejantes a las que no han respondido. Como son semejantes, ¿qué más da entrevistar a unas que a otras?. El problema de esta estrategia es que no se sabe con certeza hasta que punto los *reservas* son semejantes a los titulares. De momento alguna diferencia presentan, ya que unos han sido localizados y los otros no.

De modo que la adecuación de esta estrategia estará en función de dos aspectos; el número de incidencias localizadas y las características de éstas. Tal y como se representa en la figura 1 la exactitud en la extrapolación de los resultados de una muestra depende –por un lado– del número de unidades que no cooperan en relación al total de unidades ( $N_{nc}/N$ ) y, por otro, de las diferencias entre las unidades originales y los reservas (diferencias entre  $Y_c$  e  $Y_{nc}$ ).

Un escaso número de unidades que no cooperan –aún cuando existan grandes diferencias entre las unidades originales y las reservas– afectará ligeramente a la extrapolación de resultados. Lo mismo ocurre cuando se produce una escasa diferencia entre las unidades originales y las reservas, pero afectando a muchas unidades. En la figura 2 se presenta gráficamente esta situación: en las tres primeras la influencia de los reservas es muy baja, caso contrario de lo que ocurre en la cuarta; donde el gran número de reservas –y la diferencia entre éstos y los titulares– *desplaza* la media de ingresos hacia la derecha.

<sup>11</sup> Ley 12/1989 de la función pública; Ley 4/1990 y Ley 13/1996. La ley 12/1989 tipifica como infracciones muy graves (sancionadas con multas entre 500.001 y 5.000.000 pesetas) el suministro de datos falsos a los servicios estadísticos competentes, y la resistencia notoria, habitual o con alegación de excusas falsas en el envío de los datos requeridos”. Se considera infracción grave (tipificada con sanciones entre 50.001 y 500.000 pesetas) la “no remisión o el retraso en el envío de los datos requeridos cuando se produjese un grave perjuicio para el servicio, y hubiere obligación de suministrarlos”, así como “el envío de datos incompletos o inexactos cuando se produjere un grave perjuicio para el servicio y hubiere obligación de suministrarlos”.

<sup>12</sup> Así ha operado, por ejemplo, la Encuesta Social Europea (Cuxart y Riba, 2005). Una de las desventajas de esta estrategia es la escasa información obtenida de los que no cooperan, mucho más en nuestro país donde la mayor parte de la población vive en pisos. Observar el exterior de estas viviendas proporciona escasa información sobre las características de los que ahí residen; caso diferente de lo que ocurre en otros países –con otro tipo de construcción– donde la observación de la vivienda (presencia de juguetes en el jardín, coches aparcados, etc.) proporciona un gran número de “pistas” al encuestador (National Centre for Social Research, 1999b).

<sup>13</sup> Para aumentar la cooperación se utilizan incentivos y, generalmente, tan sólo se aplica una parte del cuestionario. Ver, por ejemplo, Lievesley (1988).

<sup>14</sup> Ver, por ejemplo, Díaz de Rada (1999).

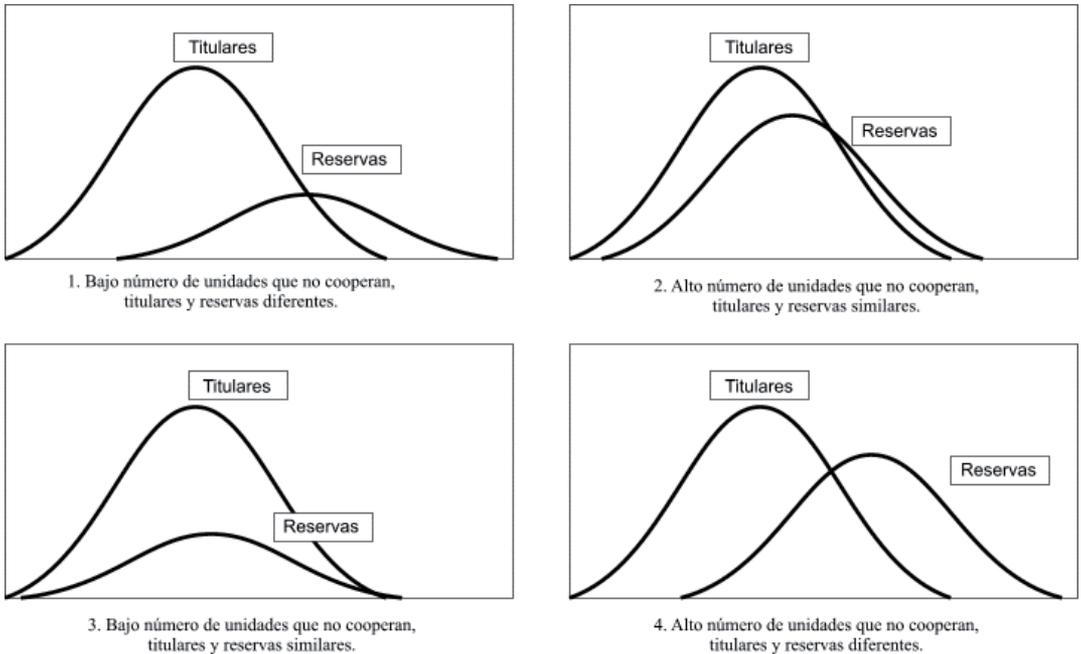
**Figura 1: Influencia de las incidencias en la estimación de un valor**

$$Y = \frac{N_c}{N} Y_c + \frac{N_{nc}}{N} Y_{nc}$$

donde:

- Y valor del estadístico en el universo objeto de estudio  
 N unidades del universo incluidos en el marco muestral  
 N<sub>c</sub> unidades del universo que cooperan  
 N<sub>nc</sub> unidades que no cooperan y que han sido sustituidos por otros (reservas)  
 Y<sub>c</sub> valor del estadístico en las unidades muestrales incluidas en el marco  
 Y<sub>nc</sub> valor del estadístico en las unidades "reservas"

Fuente: Basado en Groves, 1989: 54-85.

**Figura 2: Influencia de las incidencias**

<sup>15</sup> Ponderaciones en base a las características del universo, ponderación en base a la dificultad de cooperar, ajuste de Politz-Simmons, etc. Una excelente enumeración de tales ponderaciones realizan Smith (1983: 388, 392) y Lynn (1996).

<sup>16</sup> Esta misma estrategia se utiliza también cuando las unidades seleccionadas son incapaces de contestar. En la encuesta sobre Equipamiento y uso de tecnologías de la información y comunicación en los hogares –siguiendo con un ejemplo citado con anterioridad– en el 1,55% de las visitas no se pudo hacer la entrevista por incapacidad para contestar por parte de la persona seleccionada.

<sup>17</sup> Presencia de unidades de la muestra cuyo cuestionario no ha sido recogido.

**Tabla 1: Comparación entre los rasgos de titulares y suplentes, en el estudio Juventud Vasca 2000.**

		TIPO ENCUESTADO						TIPO ENCUESTADO (AGRUPADO)			
		Titular		1º suplente		2º suplente		Titular		Suplente	
		N	% vert.	N	% vert.	N	% vert.	N	% vert.	N	% vert.
SEXO	Varón	304	50	201	49	190	54	304	50	391	51
	Mujer	300	50	210	51	159	46	300	50	369	49
EDAD	15-19	170	28	108	26	94	27	170	28	202	27
	20-24	238	39	145	35	126	36	238	39	271	36
	25-29	196	32	158	38	129	37	196	32	287	38
SITUACIÓN LABORAL	Estudias	261	43	171	42	150	43	261	43	321	42
	Trabajas	254	42	166	40	138	40	254	42	304	40
	Estudias y trabajas	40	7	40	10	28	8	40	7	68	9
	Parado y has trabajado antes	26	4	18	4	18	5	26	4	36	5
	Buscas 1º empleo	15	2	12	3	10	3	15	2	22	3
	Sus labores	4	1	3	1	3	1	4	1	6	1
	Ninguna de éstas	4	1	1	0	2	1	4	1	3	0
TRABAJO JORNADA COMPLETA O PARCIAL	Jornada completa	241	40	151	37	130	37	241	40	281	37
	Tiempo parcial	77	13	68	17	47	13	77	13	115	15
	Ns/Nc	2	0	5	1	7	2	2	0	12	2
	Resto	284	47	187	45	165	47	284	47	352	46
ESTADO CIVIL	Soltero/a	578	96	386	94	332	95	578	96	718	94
	Casado/a	14	2	16	4	11	3	14	2	27	4
	Viviendo en pareja	10	2	9	2	4	1	10	2	13	2
	Sep-Divorciado/a	1	0	0	0	2	1	1	0	2	0

Fuente: Gobierno Vasco, Gabinete de Prospección Sociológica.

Diversas investigaciones dan cuenta de cada una de estas situaciones. En la tabla 1 pueden apreciarse las similitudes entre los rasgos sociodemográficos de los titulares y los suplentes, en una investigación que utilizó dos *suplentes* cuando fue imposible localizar al titular tras intentarlo tres veces (Gobierno Vasco, 2000: 147). Téngase en cuenta que para utilizar el segundo suplente ha sido necesario hacer tres *revisitas* al primero.

Otros ejemplos se presentan en la encuesta de empleo del tiempo (INE, 2005b), donde se señala que los *hogares sustituidos* muestran un menor nivel de formación (analfabetos, sin estudios, enseñanza de primer grado) y menor tamaño (1 y 2 miembros). Por contra los *reservas* tienen un mayor nivel de formación (enseñanza secundaria de primer ciclo y estudios universitarios) y mayor tamaño (INE, 2005b: 12-13). Conclusiones similares se obtienen en la encuesta sobre equipamiento y uso de tecnologías respecto al tamaño del hogar (INE, 2004b: 8-9); si bien el nivel de estudios muestra la situación opuesta al realizarse una menor sustitución de las personas sin estudios (lo que produce una sobreestimación de las personas con estudios).

Quedaría por considerar si estas diferencias entre unos y otros colectivos afectan a las variables de la investigación; esto es, al empleo del tiempo y al equipamiento y uso de tecnologías de información y comunicación. Debe tenerse en cuenta que la muestra efectiva total de cada investigación es un 86% de la muestra planteada inicialmente, y que se sustituyó al 23% de los hogares titulares (INE 2004b: 2, INE, 2005a: 2). Es decir, alrededor de una de cada cuatro entrevistados fueron realizadas a los *reservas*. Con esta argumentación damos por finalizada la reflexión la *sustitución*, una de las incidencias más frecuentes.

De todo lo señalado anteriormente se desprende que las incidencias son el *punto más débil* de la investigación por encuestas, y pueden poner en tela de juicio la representatividad de los resultados obtenidos. Hablar de problemas de representatividad implica poner en duda la gran ventaja de la encuesta, su razón de ser. Desde mi punto de vista, la realización de un número monográfico sobre el tema me parece un acto de tremenda valentía por parte de SIPIE, al mostrar las debilidades de la técnica. Del mismo modo que otros científicos estudian los motivos por los que se caen los puentes, o las razones por las que se mueven los túneles, o porqué se resquebrajan los edificios,... nos parece fundamental mostrar –en un foro como éste– los puntos más débiles de la técnica de la encuesta; y cómo éstos son resueltos por distintos profesionales. Hemos de reconocer –y de agradecer también– la valentía de los colaboradores y de los organismos donde realizan su actividad, al mostrar a los lectores de la revista las incidencias de sus investigaciones. Aunque actualmente numerosos organismos internacionales presentan las incidencias en la explicación técnica de cada investigación<sup>18</sup>, debemos tener en cuenta que esta forma de proceder es muy reciente en nuestro país<sup>19</sup>.

Teniendo en cuenta que la presencia de incidencias implica mostrar las situaciones donde la representatividad estará peor conseguida, es importante insistir en que nuestro objetivo es estudiar las incidencias para mejorar el trabajo de campo y –de este modo– mejorar la investigación con encuesta que se realiza en nuestro país. Sintetizando, hablaremos aquí de lo que “no está en los manuales sobre investigación”, pero con lo que se encuentran diariamente los profesionales del sector. El objetivo es, en definitiva, conocer cómo estos profesionales afrontan la presencia de incidencias, cómo se enfrentan cada día a una realidad que “difiere mucho de lo que explican los manuales de investigación mediante encuesta”<sup>20</sup>.

A la hora de configurar los temas –y las colaboraciones– de este monográfico hemos considerado dos criterios: el tipo de organismo y el procedimiento de recogida de información. El tipo de organismo se refiere no sólo a la titularidad pública/privada de cada uno, sino también a su carácter “estadístico” o “sociológico”. El Instituto Nacional de Estadística (INE) y el Instituto Vasco de Estadística (EUSTAT) son organismos *oficiales* de estadística al formar parte de la Función Estadística Pública, mientras que el Instituto de Estudios Sociales Avanzados (IESA) es un organismo público con un marcado carácter sociológico. Respecto al procedimiento de recogida de información, se han considerado investigaciones realizadas con encuestas personales-presenciales y telefónicas. La consulta del estudio realizado por AEDEMO sobre la *Industria de los Estudios de Mercado en España*, y cuyos datos se exponen en la tabla 2, permite conocer la utilización de cada procedimiento. El descenso en el empleo de la encuesta personal ocurrido en 1995 no se ha mantenido en los años posteriores, lo que indica que hasta 1999 la entrevista personal ha sido el procedimiento privilegiado de recogida de información en nuestro país. En el año 2000 se produce un notable incremento en la utilización de la encuesta telefónica, que se mantiene en los años siguientes lo que indica que aproximadamente la mitad de las entrevistas con encuesta que se llevan a cabo en nuestro país se llevan a cabo a través del teléfono, mientras algo más que una de cada tres se realizan “cara a cara” con el entrevistado.

**Tabla 2: Número de encuestas realizadas en España según procedimiento de recogida de información**

	2002	2001	2000	1999	1998	1997	1996	1995	1994	1993
	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%
Personales	39	36	38	56	46	66	64	56	64	65
Telefónicas	48	48	41	30	44	28	29	36	32	25
Postales	9	8	6	5	7	6	7	8	4	9
Otras	4	8	15	9	3	-	-	-	-	-
Total (miles)	6639	9072	8808	8427	7855	8878	6706	7016	7877	5755

Fuente: Alós, varios años.

<sup>18</sup> Por ejemplo el National Centre for Social Research, el Institute for Social and Economic Research (antes ESRC Research Centre on Micro-Social Change), etc.

<sup>19</sup> El Centro de investigaciones Sociológicas recoge, en todos sus estudios realizados desde noviembre de 1996 (Núñez Villuendas, 2005: 222), información sobre el control del trabajo de campo donde se incluyen las siguientes incidencias: dificultad de acceso al edificio, viviendas en las que no hay nadie, viviendas en las que se niegan a recibir ninguna explicación, negativas de varones a realizar la entrevista, negativas de mujeres a realizar la entrevista, contactos fallidos por no cumplir cuotas, contactos fallidos por no ser una vivienda, y viviendas de inmigrantes. El Instituto Nacional de Estadística comenzó a presentar las incidencias del trabajo de campo en la Encuesta de Población Activa (ver, por ejemplo, INE, 2005a), y ahora se presentan también en otras investigaciones como la encuesta sobre equipamiento y uso de tecnologías de la información y comunicación en los hogares (INE, 2004b), la encuesta de empleo del tiempo (INE, 2005b), etc.

<sup>20</sup> Nos referimos a los manuales publicados durante el pasado siglo. En la actualidad están ya apareciendo numerosos textos donde se da cuenta de estas situaciones, situaciones que caracterizan la investigación con encuesta del siglo XXI.

Dentro de esta “doble consideración” que tiene en cuenta el carácter del organismo y el procedimiento de recogida de información hemos solicitado la cooperación de personal del Instituto Nacional de Estadística (INE), del Instituto Vasco de Estadística (EUSTAT), del Instituto de Estudios Sociales Avanzados de Andalucía (IESAA – CSIC), del Instituto Sindical de Trabajo, Ambiente y Salud (ISTAS), del equipo español que realiza la Encuesta Social Europea, así como diversas empresas del ámbito de la investigación privada de opinión y mercados (APPEND, IMOP, AIMC, AC CONSULTORES y ARALDI). Elegimos aquellas empresas –o investigadores– que hemos tenido más cerca, o con las que hemos colaborado en ocasiones anteriores.

Respecto al contenido de la revista, y como puede observarse en el índice, este número monográfico comienza con dos trabajos realizados por personas del sector de la investigación privada de opinión y mercados. Pedro Aranzábal y Julio A. Jiménez explican la importancia de la hoja de ruta, un instrumento clave en la gestión del trabajo de campo; mientras que Alfredo José Mainar y Ana Julia Grilló reflexionan sobre las dificultades en el desarrollo del trabajo de campo en investigación de mercados.

Seguidamente se presentan dos aportaciones que dan cuenta de las incidencias en la *función estadística pública*, concretamente el caso del INE y del EUSTAT: Carlos Ballano y Dolores Rebollo presentan la clasificación de incidencias que sigue el Instituto Nacional de Estadística, ofreciendo datos de las incidencias en algunas de las encuestas realizadas por esta institución. Javier San Vicente analiza los errores de cobertura y la no respuesta de la Encuesta de Condiciones de Vida 2004 (EUSTAT), caracterizando ambos fenómenos según las variables incluidas en la investigación.

A continuación se muestran tres artículos que analizan las incidencias que ocurren en las investigaciones realizadas con *encuestas personales*. En el primero Manuel Trujillo y Carmen Gutiérrez presentan las incidencias en el trabajo de campo en las encuestas (personales) realizadas por el IESA. Más adelante varios investigadores del Instituto Sindical de Trabajo, Ambiente y Salud (ISTAS) dan cuenta de las incidencias durante el trabajo de campo en estudios epidemiológicos y, por último, el equipo español de la Encuesta Social Europea (dirigido por Mariano Torcal) muestra las incidencias en la Encuesta Social Europea, una encuesta que no considera la sustitución de las unidades no entrevistadas.

Tras el análisis de las encuestas personales, cuatro trabajos que centran su atención en las *encuestas telefónicas*, las más utilizadas en la investigación con encuesta que se lleva a cabo actualmente en nuestro país (tabla 2). En el primero, elaborado por investigadores del IESA, se presentan las incidencias de dos investigaciones realizadas utilizando como procedimiento de recogida de datos la entrevista telefónica asistida por ordenador (CATI). Posteriormente Francisco Alija reflexiona sobre la influencia del teléfono móvil en los estudios de satisfacción de clientes; y a continuación Isabel Peleteiro y José Andrés Gabardo presentan una de las primeras investigaciones realizadas en nuestro país a teléfonos móviles. Por último un artículo que analiza el impacto de la telefonía móvil en la cobertura de las encuestas telefónicas.

Es importante precisar que se ha procurado, en todo momento, presentar la máxima diversidad en el tratamiento de las incidencias, si bien se trataba de un objetivo difícil por el gran número de estrategias empleadas actualmente para solventar problemáticas concretas. Conscientes del esfuerzo que supone elaborar un trabajo de este tipo se solicitó la colaboración de las instituciones más próximas, o con las que hemos colaborado en ocasiones anteriores. Esperamos haber conseguido una “adecuada representatividad” de la investigación mediante encuesta que actualmente se lleva a cabo en nuestro país.

Antes de dar paso a cada uno de los trabajos, agradecer a José Luis Padilla y a Vicente Manzano (director y ex director de *Metodología de Encuestas*) su confianza para llevar a cabo el presente monográfico. No me olvido de Javier Mendoza, un excelente amigo, en su labor de facilitar el contacto con empresas del sector privado de la investigación de opinión y mercados. Muchas gracias a los autores de los trabajos, por su paciencia y entrega, ya que sin sus aportaciones no hubiera sido posible publicar el volumen que el lector tiene en sus manos. Mi agradecimiento también a otros expertos que se comprometieron con el proyecto y que, por diversos motivos, no pudieron llevar a cabo sus contribuciones. Entre éstos destaco especialmente a Adoración Núñez, Enma Cadarso, José Luis Somoza y Graciano Viejo. Terminar agradeciendo a Óscar Fernández Santana, del Gabinete de Prospección Sociológica del Gobierno Vasco, la tabulación del estudio Jóvenes Vascos 2000 y cuyos resultados se muestran en la tabla 1.

## Referencias bibliográficas

- Alós, J. (varios años). Industria de los estudios de mercado en España. *Investigación y Marketing*, varios años.
- Antoine, J. (1992). *El sondeo, herramienta del marketing*. Bilbao: Deusto.
- Cuxart, A. y Riba, C. (2005). Aspectos metodológicos de la Encuesta Social Europea. En M. Torcal, L. Morales y S. Pérez-Nievas. *España: Sociedad y política en perspectiva comparada*. Valencia: Tirant Lo Blanch, pp. 21-40.
- Díaz de Rada, V. (1999). *Measure and control of the non-response in a mail survey*. Ponencia presentada en *WAPOR Annual Conference*. Paris, septiembre.
- Díaz de Rada, V. (2000). *Problemas originados por la no respuesta en investigación social: Definición, control y tratamiento*. Pamplona: Universidad Pública de Navarra.

- Fowler, F.J. (2002). *Survey research methods*. Londres: Sage, Applied Social Research Methods Series, vol 1. (3ª edición).
- Gobierno Vasco. (2000). *Juventud Vasca 2000*. Vitoria: Gabinete de Prospección Sociológica del Gobierno Vasco.
- Instituto Nacional de Estadística (2004a). *Encuesta de Equipamiento y Uso de Tecnologías de Información y Comunicación (TIC-HO) 2004. Metodología de la encuesta*.
- Instituto Nacional de Estadística (2004b). *Evaluación de la falta de respuesta en la encuesta sobre equipamiento y uso de tecnologías de la información y comunicación en los hogares (TIC-H-2004)*. Madrid: INE. Disponible en [www.ine.es/daco/daco42/techog/evalfr\\_tich04.pdf](http://www.ine.es/daco/daco42/techog/evalfr_tich04.pdf)
- Instituto Nacional de Estadística (2005a). *Evaluación de la calidad de la EPA 2004*. Madrid: INE. Disponible en [www.ine.es/docutrab/eval\\_epa/evaluacion\\_epa04.pdf](http://www.ine.es/docutrab/eval_epa/evaluacion_epa04.pdf)
- Instituto Nacional de Estadística (2005b). *Evaluación de la falta de respuesta en la encuesta de empleo del tiempo*. Madrid: INE. Disponible en [www.ine.es/daco/daco42/empleo/evalfr.pdf](http://www.ine.es/daco/daco42/empleo/evalfr.pdf)
- Lievesley, D. (1988). *Unit Non-response in Interview Surveys*. Londres: Social and Community Planning Research (Working Paper).
- Lynn, P. (1996). Weighting for Non-Response. En R. BANKS (ed.), *Survey and Statistical Computing 1996*. Londres: Association for Survey Computing, pp. 205-214.
- Losilla, J. (2005). Recogida de datos de una encuesta continua dirigida a los hogares: la EPA, en *Trabajos de Campo en las encuestas del INE*. Curso impartido en la Escuela de Estadística de las Administraciones públicas, del Instituto Nacional de Estadística. 21–23 de junio.
- Mejías, G. (2005): Las incidencias, en *Trabajos de Campo en las encuestas del INE*. Curso impartido en la Escuela de Estadística de las Administraciones públicas, del Instituto Nacional de Estadística. 21–23 de junio.
- McCrossan, L. (1991). *A Handbook for Interviewers*. Londres: HMSO.
- National Centre for Social Research. (1999a). *Interviewers' Manual*. Londres: National Centre for Social Research.
- National Centre for Social Research. (1999b): *How to Improve Survey Response Rates. A guide for Interviewers on the Doorstep (video)*. Londres: Sage.
- Núñez Villuendas, A. (2005). Incidencias de la entrevista personal en la investigación por encuesta. *Revista Española de Investigaciones Sociológicas*, nº 109, pp. 219-236.
- Smith, T.W. (1981). *The Hidden 25 percent: An Analysis of Nonresponse of the 1980 General Social Survey*. GSS Technical Report No. 25, Chicago: National Opinion Research Center.
- Social and Community Planning Research–SCPR. (1984). *Interviewers' Manual*. Londres.