

Crítica de libros

Comparación entre los resultados proporcionados por encuestas telefónicas y personales: el caso de un estudio electoral

Vidal Díaz de Rada Igúzquiza

(Madrid, Centro de Investigaciones Sociológicas, 2010)

Con esta monografía de la colección Opiniones y Actitudes del CIS, Vidal Díaz de Rada Igúzquiza aborda la comparación entre dos de los modos de administración de encuestas más empleados en nuestro país, la encuesta presencial y la encuesta telefónica. Tal y como señala el autor, el objetivo principal del trabajo es el de analizar la eficacia de ambos modos en cuanto a su capacidad para predecir los resultados electorales. Para ello, en la segunda parte de la monografía, Díaz de Rada compara los datos obtenidos en la encuesta, globalmente y diferenciando según el modo de administración de los cuestionarios, con los resultados de las elecciones gallegas de 2005. Pero, más allá de evaluar la eficacia predictiva de ambos modos, el autor emprende una comparación exhaustiva entre ambos procedimientos en función de distintos criterios relacionados con la calidad de las encuestas. El esquema teórico elegido por Díaz de Rada para ello sigue el paradigma del «error total de la encuesta» en la formulación presentada por Robert Groves en 1989. Este paradigma proporciona un marco teórico y conceptual que permite optimizar la calidad de los resultados obtenidos en una encuesta dentro de unos límites presupuestarios dados y es el más aceptado en la actualidad en el campo de la metodología de la investigación mediante encuestas (Biemer, 2010).

Los datos empleados para abordar esta comparación son los que proporciona el estudio preelectoral de Galicia realizado en 2005 por el CIS (Estudio 2608). Se trata de una encuesta de ámbito regional cuyo universo era la población de 18 y más años con capacidad para votar en las elecciones autonómicas gallegas. En total, se realizaron 3.200 entrevistas distribuidas en dos muestras idénticas realizadas mediante entrevista presencial en el domicilio de las personas entrevistadas y mediante entrevista telefónica. Dado que uno de los objetivos del estudio era poder llevar a cabo análisis comparativos entre ambas muestras, el CIS cuidó que el diseño técnico-metodológico de ambas encuestas fuera lo más similar posible.

La monografía comienza con una revisión de la literatura teórica y empírica sobre los principales procedimientos de administración del cuestionario (capítulo 1) y las ventajas e inconvenientes de los modos analizados, la encuesta presencial (capítulo 2) y la encuesta telefónica (capítulo 3).

El capítulo 4 está dedicado por completo al planteamiento metodológico y técnico de la investigación cuyos resultados se presentan en la monografía. El autor describe aquí de manera detallada los objetivos generales y específicos de la investigación y su operacionalización en hipótesis de trabajo extraídas de la revisión de la literatura presentada en los capítulos anteriores. Asimismo, se presentan la fuente de datos y las técnicas empleadas en su análisis.

Los capítulos 5, 6 y 7 son los centrales del libro en cuanto que recogen los resultados de la investigación realizada. El primero de estos aborda la comparación del procedimiento presencial y telefónico desde el punto de vista de la representatividad y la calidad de la muestra obtenida. Como el propio Díaz de Rada indica, su objetivo es conocer la magnitud de los errores de no observación, aquellos que se producen al excluir de la muestra a una parte de la población, así como el impacto que estos tienen sobre la información recogida. La primera parte del capítulo se centra en el nivel de respuesta obtenido a partir del análisis de las incidencias recogidas en una y otra encuesta y la segunda analiza la representatividad de los datos comparándolos con el universo del que han sido extraídas ambas muestras. La principal conclusión a la que llega el autor es que la tasa de respuesta de la encuesta telefónica (17%) es significativamente superior a la de la encuesta presencial (9,9%) como consecuencia de la mayor facilidad para hacer rellamadas a bajo coste hasta localizar a la persona que contestará a la encuesta. Por el contrario, la encuesta telefónica presenta una tasa de rechazo que duplica a la de la encuesta presencial (44,8% frente al 22,1%). En cuanto a la representatividad de las muestras obtenidas por los distintos procedimientos, el análisis concluye que ambos modos de administración tienden a sobrerrepresentar a los parados en detrimento de los ocupados. Esta sobrerrepresentación es significativamente más importante en el caso de las mujeres. En cuanto a las diferencias entre procedimientos, ambas muestras presentan una gran similitud en los rasgos sociodemográficos de las personas entrevistadas, no existiendo diferencias en sexo, edad, tasa de actividad, paro y empleo. Sin embargo, se encuentran diferencias importantes en variables como el nivel de estudios, la religión de pertenencia y la asistencia a oficios religiosos (en el caso de las personas que se declaran católicas). La encuesta presencial selecciona a personas con niveles de estudios más bajos, más católicas y con menor asistencia a oficios religiosos que la encuesta telefónica.

El capítulo 6 se centra en el análisis de la calidad de la respuesta obtenida, los errores de observación siguiendo el esquema del «error total de la encuesta» expuesto anteriormente, siempre con el objetivo de comparar el funcionamiento de los dos modos de administración analizados, la encuesta presencial y telefónica. Los errores de observación se definen como las diferencias existentes entre el valor observado en la encuesta y el valor «objetivo» en la población y pueden provenir de diversas fuentes como la influencia del entrevistador, el proceso de respuesta del entrevistado, el diseño del cuestionario, el modo de administración elegido y el tratamiento de los datos una vez finalizado el trabajo de campo (Groves y Lyberg, 2010). Los indicadores empleados para analizar las diferencias en el impacto de estas posibles fuentes de error sobre los datos obtenidos por uno y otro procedimiento son: la no respuesta parcial (número de NS/NC), la presencia de deseabilidad social en las respuestas, la tendencia a elegir respuestas afirmativas (aquiescencia), las diferencias en las respuestas como consecuencia del uso de ayudas visuales (tarjetas) en la encuesta presencial, el funcionamiento de preguntas complejas (escalas numéricas y baterías), la elección de respuestas extremas y el efecto de orden de las categorías de respuesta (primacía-recencia). La teoría que subyace a este esquema de análisis es la «teoría de la complacencia en la respuesta» (*Survey Satisficing*) de Krosnick, según la cual «responder adecuadamente a una encuesta precisa de un importante esfuerzo cognitivo en la medida en que el entrevistado debe pasar por cuatro etapas: interpretar el significado e intención de la pregunta, buscar y recuperar la información guardada en la memoria necesaria para responderla, integrar la información en una opinión o juicio y expresar adecuadamente esta opinión» (Krosnick, 1991, cit. en Díaz de Rada, 2010: 77). A pesar de que la persona quiera responder a la encuesta,

su grado de implicación con la misma no es siempre el óptimo. Como consecuencia de ello, las personas que contestan a una encuesta recurren a una serie de mecanismos, denominados atajos cognitivos, que les permiten responder al cuestionario con el menor nivel de esfuerzo posible. El recurso a estos atajos cognitivos varía de persona a persona y en función de otros factores como el contexto, el grado de interés que produce en el entrevistado el tema de la entrevista o el modo de administración empleado. La principal conclusión a la que llega Díaz de Rada tras analizar la presencia de este tipo de mecanismos en la encuesta presencial y telefónica a partir de los datos del estudio del CIS es que existe una gran variabilidad en cuanto al funcionamiento de ambos modos de administración en los distintos indicadores de calidad analizados. Así, en el caso de la presencia de no respuesta parcial y el sesgo de deseabilidad social, el modo de administración parece implicar diferencias significativas en las respuestas obtenidas, teniendo la entrevista telefónica un mejor comportamiento en cuanto al número de preguntas no contestadas y la encuesta presencial en cuanto a la influencia de la deseabilidad social. En el resto de indicadores, sin embargo, son otras variables, más relacionadas con las características personales de quien responde a la entrevista, las que explican las diferencias existentes entre ambas muestras.

El autor presenta los resultados de la comparación de la precisión en la predicción de los resultados electorales entre la encuesta presencial y telefónica en el capítulo 7. En estas páginas se comparan los resultados obtenidos en las preguntas de intención voto y de recuerdo de voto con los resultados de la elecciones gallegas de 2005 y 2001 respectivamente. En general, de manera coherente con los resultados encontrados en estudios similares realizados en otros países, se confirma la tendencia de la entrevista telefónica a infraestimar el grupo de abstencionistas e indecisos. En cuanto a la predicción del porcentaje de los votos obtenidos por cada partido, los resultados de la encuesta presencial sobreestimaban el voto al PP en perjuicio del voto al PSdG/PSOE y BNG. En la encuesta telefónica, sin embargo, ocurre lo opuesto, produciéndose una infraestimación del voto al PP en favor del voto a PSdG/PSOE y BNG. Así, si bien en la comparación entre los resultados obtenidos a partir de la encuesta presencial y de la encuesta telefónica, es la encuesta presencial la más precisa en cuanto que es la que se aleja menos de los resultados electorales, la conclusión a la que llega Díaz de Rada es que es la combinación de los resultados obtenidos por ambas vías la que arroja una predicción más precisa.

El libro finaliza con un capítulo de conclusiones en el que además de revisar los principales resultados extraídos del análisis, el autor ofrece una serie de criterios, basados en el trabajo de Kinnear y Taylor (1998), que deben guiar la elección del modo de administración de una encuesta. Asimismo, apunta las ventajas y factores a tener en cuenta cuando se opta por una estrategia mixta de recogida de datos y señala algunos avances recientes en la aplicación de los modos de administración analizados como las encuestas telefónicas y online en móviles o las tecnologías de encuestación telefónica automática (basadas en la introducción de respuestas a partir del teclado del teléfono o las tecnologías de reconocimiento de la voz, desarrolladas de manera más reciente).

Tal y como señala el propio autor en la introducción del trabajo, nos encontramos ante uno de los escasos trabajos existentes en nuestro país sobre las implicaciones prácticas que conlleva la elección del procedimiento de recogida de información. Este tipo de análisis comparativo entre distintos modos de administración de las encuestas resulta especialmente relevante en un momento como el actual en el que están surgiendo y desarrollándose nuevos procedimientos ligados a la evolución tecnológica de las comunicaciones —como es

el caso de las encuestas online o las encuestas telefónicas a móviles— y en el que el recurso a estrategias combinadas de recogida de información (encuestas multi-modo o basadas en modos mixtos de administración) aparece como una de las mejores opciones para enfrentar el problema de la disminución generalizada de las tasas de respuesta de las encuestas.

Además de por su novedad, el trabajo de Díaz de Rada resulta extremadamente valioso para los profesionales del ámbito de la metodología de la investigación mediante encuestas por la exhaustividad y actualidad de la literatura revisada en sus páginas. Tanto las hipótesis que guían la investigación como los esquemas teóricos empleados en el análisis forman parte del estado del arte de la disciplina.

La aplicación del paradigma del error total de la encuesta a un conjunto de datos de gran calidad, y para los que disponemos de una fuente (los resultados electorales) que permite la validación externa de los resultados, resulta particularmente sugerente, si bien se trata de un ejercicio que presenta ciertas limitaciones que es aconsejable tener en cuenta a la hora de interpretar los resultados propuestos en la monografía y que están ligadas fundamentalmente a la naturaleza de los datos disponibles.

En efecto, la naturaleza observacional de los datos obstaculiza en gran medida la cuantificación aislada de los distintos efectos analizados. Así, por ejemplo, es posible que la menor presencia de abstencionistas en la encuesta telefónica se deba no solo al impacto diferencial del efecto de deseabilidad social, sino también a un mayor abandono de la encuesta por parte de las personas con perfil abstencionista como consecuencia de la mayor facilidad para cortar la comunicación en una interacción a distancia que en una que se produce cara a cara —el elevado porcentaje de negativas a contestar en la encuesta telefónica (38,3%) en comparación con la presencial (15,4%) podría ser un indicio en este sentido—. Determinar qué parte de la diferencia observada entre el resultado obtenido en la encuesta presencial y la encuesta telefónica se debe a la influencia de la deseabilidad social y qué parte se debe a diferencias no controladas en el perfil de las muestras presencial y telefónica u otros factores requeriría de un diseño de investigación de tipo experimental que permitiera controlar *a priori* el efecto de estos factores. Asimismo, tal y como reconoce Díaz de Rada, el cuestionario, diseñado con un objetivo diferente al del análisis presentado en la monografía, resulta en algunos casos limitado en cuanto al número y al tipo de preguntas que son susceptibles de ejemplificar los distintos efectos tratados.

Sin embargo, más allá de las dificultades de medición y operacionalización que presenta el paradigma del error total de la encuesta, el trabajo de Díaz de Rada supone un riguroso acercamiento a un modelo de evaluación global de la calidad de las encuestas que nos ayuda a centrar la atención sobre las distintas fuentes de error que acechan a lo largo del proceso de diseño, implementación y análisis de los resultados de una encuesta. Se trata en suma de un trabajo que merece la pena leer y analizar en profundidad.

Sara PASADAS DEL AMO

BIBLIOGRAFÍA

Biemer, Paul P. (2010): «Total Survey Error: Design, Implementation, and Evaluation», *Public Opinion Quarterly*, 74 (5): 817-848.

- Díaz de Rada Igúzquiza, Vidal (2010): *Comparación entre los resultados proporcionados por encuestas telefónicas y personales: el caso de un estudio electoral*, Madrid: CIS.
- Groves, Robert M. (1989): *Survey Errors and Survey Costs*, Hoboken: Wiley-Interscience.
- Groves, Robert M. y Lars Lyberg (2010): «Total Survey Error: Past, Present, and Future», *Public Opinion Quarterly*, 74 (5): 849-879.
- Kinney, Thomas C. y James R. Taylor (1998): *Investigación de mercados: un enfoque aplicado*, Bogotá: McGraw-Hill.
- Krosnick, Jon A. (1991): «Response Strategies for Coping with the Cognitive Demands of Attitude Measures in Surveys», *Applied Cognitive Psychology*, 5 (3): 213-236.

Jóvenes españoles 2010

Juan González-Anleo y Pedro González Blasco (dir./coord.)

(Madrid, Fundación SM, 2010)

El informe *Jóvenes españoles 2010* no es otro de los ocho estudios de carácter quinquenal que realiza un equipo de investigadores para la Fundación Santa María. Este finaliza el periodo de transición que se llevó a cabo tanto en sus responsables como en el equipo humano que lo realiza desde 1982. Decimos esto por dos motivos bien diferentes. El primero es que la renovación generacional en los investigadores es una nota bien apreciable desde 2005. Es una investigación sobre jóvenes llevada a cabo por jóvenes. La nueva hornada de investigadores sociales ha dado una impronta novedosa a este último estudio, no obstante, se ha de reseñar la ausencia de todo un clásico en la materia como Javier Elzo. El segundo motivo es que esta edición contiene un capítulo dedicado a la inmigración juvenil, cuya principal característica es que tiene carácter fundacional de una línea de investigación nueva para sucesivas ediciones del informe. Una cuestión importante, que es necesario explicitar, es que hasta que no haya datos comparativos su finalidad es exclusivamente descriptiva.

Lo que mantiene su continuidad en esta obra son los principios rectores del informe que se fundamentan en cinco ideas sustantivas: a) la juventud no es una etapa de tránsito, sino que tiene entidad en sí misma; b) se respeta la dignidad y la entidad de la juventud; c) no existe un solo aspecto determinante en la identidad juvenil; d) la juventud es un gran activo social para configurar el futuro y e) la investigación social ha de ir encaminada a su aplicabilidad para que así tenga efecto en la elaboración de las agendas políticas, así como sus políticas públicas.

El informe *Jóvenes españoles 2010* contribuye a engrosar todo un largo esfuerzo por obtener bases de datos actualizadas y fiables sobre la realidad social de los jóvenes en España. Una línea paralela a esta aportación también es realizada por el Instituto de la Juventud con su informe periódico *Juventud en España 2008* y que se jalonan en años sucesivos. Empero, es necesario tomar algunas precauciones a la hora de compararlos, dado que las discrepancias de tipo metodológico reducen la capacidad analítica de la contrastación. La inconmensurabilidad de muestras desiguales, así como los diseños de investigación, son diversos y ponen el énfasis en aspectos diferentes.