

Peter STOPHER
Collecting, Managing, and Assessing Data Using Sample Surveys,
New York, Cambridge University Press, 2012

La obra de Peter Stopher constituye uno de los mejores y más exhaustivos compendios sobre investigación social publicados en los últimos años. En sus más de 500 páginas, divididas en 23 capítulos, se exponen los principales aspectos de la investigación con encuesta. El autor es profesor de planificación de transportes en el Instituto de Transporte y Estudios Logísticos de la Universidad de Sydney, lo que constituye un enfoque de la encuesta desde la perspectiva del *recuento* de la movilidad de las personas y la planificación urbana, una perspectiva no muy habitual. Este perfil, lejos de la sociología y de los estudios de opinión y mercado —identificados habitualmente como los principales usuarios de las encuestas—, ayudan a justificar la realización de la presente recensión.

El texto comienza con dos capítulos donde se presentan elementos estadísticos esenciales para la investigación social, lo que constituye un excelente punto de partida al evitar que el lector tenga que interrumpir la lectura para recurrir a textos de estadística. Tipos de escalas, presentación gráfica de los datos, medidas de tendencia central y variabilidad, distribución normal, aleatoriedad y representatividad, errores y sesgos, etc. son algunos de los aspectos tratados en estos dos primeros capítulos. Aunque hay un apartado titulado “algunas importantes

definiciones”, el escaso espacio dedicado (una página y media) y la forma en la que estructura la información no permiten al lector un rápido acceso a términos esenciales. Contar con un glosario con la definición de cada uno de los términos tratados hubiera mejorado notablemente el texto.

A continuación aparece un capítulo, desde mi punto de vista un tanto descontextualizado, sobre la ética de la investigación con encuestas.

En el quinto capítulo se entra en la materia específica del texto, la investigación con encuestas, realizando una panorámica general de las etapas del proceso de investigación. En el siguiente se exponen las diferentes modalidades de recogida de información, prestando atención a los aspectos con mayor proyección futura como son las encuestas web (Bethlehem & Biffignandi, 2012, Couper & Bosnjak 2010, Couper 2010) y la utilización conjunta de varias modalidades (*modos mixtos*).

Sigue un capítulo sobre el grupo de discusión, con una exposición enfocada fundamentalmente a la elaboración de preguntas del cuestionario y a la adecuación de éstas para la población objeto de estudio (pretest), algo que se deja claro en las primeras líneas del capítulo. Si el grupo de discusión se ha utilizado para la elaboración del cuestionario, procede

ocuparse —lógicamente— de la compleja tarea de la elaboración de instrumentos de medición (cuestionario); aspecto que es tratado en tres capítulos (del octavo al décimo): el octavo se centra en los tipos de preguntas y el aspecto físico del cuestionario, el noveno sobre el diseño de las preguntas y la importancia de los términos empleados, y el décimo sobre las categorías de respuestas.

Elaborado el cuestionario, el capítulo undécimo se dedica a su administración, prestando atención a cómo contactar con la población objeto de estudio: número y tipo de contactos, diferencia de los contactos en función de la modalidad de recogida, y como lograr la máxima respuesta, exponiendo estrategias y recursos para aumentar la cooperación. Resulta sorprendente, dentro de las estrategias recomendadas, la gran importancia concedida al reemplazamiento muestral, cuando todavía no ha sido explicado el tema del muestreo. Esto, sin duda, puede confundir a los lectores con menores conocimientos.

El capítulo duodécimo supone un disfrute para los preocupados por la calidad en la información recogida, y es claramente visible el esfuerzo que el autor ha realizado para convencer al lector de la importancia capital del pretest para lograr una investigación de calidad. La exposición sobre la selección muestral (del pretest) y su tamaño es excelente. El autor de esta recensión, que lleva varios años dedicado al desarrollo y utilización de nuevas técnicas de pretest reconoce que en ningún texto ha encontrado una explicación tan precisa. Otro aspecto, no menos destacable, es el coste —en tiempo y en

dinero— del pretest; no más del 5-10% del coste total de la investigación.

A continuación (capítulo 13) se aborda el tema del muestreo, sobre el que ya han aparecido referencias en el capítulo de la administración y en el dedicado al pretest. La exposición realizada es sumamente exhaustiva, lo que explica el tamaño del capítulo (71 páginas), resaltando el esfuerzo pedagógico del autor al apoyar su explicación utilizando numerosos ejemplos de muestras reales.

Aquí termina la primera parte del libro, separación de la que no queda constancia en el índice y que tan solo se advierte en la primera página del libro. Ahí se dice que esta segunda mitad se dedica a aspectos más específicos (encuestas repetidas, coste, encuestas web, etc.), aspecto que no comparte el autor de estas líneas al constatar que abordan también aspectos intrínsecos —y fundamentales— del proceso de investigación como son el trabajo de campo, coste, codificación, grabación, ponderación, y tratamiento de la no respuesta.

El capítulo 14 se ocupa del efecto del tiempo y considera las ventajas e inconvenientes de las encuestas de tendencias (cross-sectional), panel, panel rotatorio (overlapping samples) y encuestas continuas. Posteriormente se aborda el tema del coste de la investigación, desagregando las diferentes partidas de gasto y mostrando como el cambio —o combinación de modalidades— supone un importante ahorro económico. El capítulo siguiente (número 16) está dedicado al trabajo de campo. El autor de esta recensión todavía recuerda la extraña sensación que experimentó (durante la lectura)

al encontrar aquí este capítulo, tras las encuestas longitudinales y el coste de la investigación. ¿No hubiera sido más adecuado colocarlo cerca del muestreo?

Tras terminar el capítulo el lector se enfrenta a otro sobresalto al constatar que el siguiente está dedicado a las encuestas web; una modalidad de recogida que ha aumentado notablemente en los últimos años y que presenta un gran futuro (Couper, 2011). De hecho, la última edición del *Estudio de la industria de los estudios de mercado* en España realizada por la Asociación Española de Estudios de Mercado, Marketing y Opinión desvela que el 40% de las encuestas realizadas en España en 2010 emplearon medios electrónicos (AEDEMO, 2012). El análisis de esta evolución en los últimos seis años muestra que la recogida de información con esta modalidad se ha cuadruplicado, pasando del 10% al 40% (AEDEMO 2006 y 2012). En el capítulo se consideran aspectos como las diferencias entre el empleo del papel y la web, elaboración de cuestionarios web, cómo conseguir la máxima difusión del cuestionario, confidencialidad y potencialidades gráficas de las encuestas web. Resulta sorprendente que este capítulo no cite algunos de los trabajos clásicos sobre el tema (entre otros Couper 2008; Dillman et al., 2009; Lozar Manfreda et al., 2008), así como otros textos recientes que han tenido una gran difusión (entre otros Bethlehem & Biffignandi, 2012). Más sorprendente es su ausencia de referencia a los paneles, uno de los aspectos más controvertidos de las encuestas web (Baker, 2010, Couper, 2011).

Como si de una “montaña rusa” se tratara el siguiente capítulo supone otro

importante cambio de tema al abordar el tema de la codificación y grabación de la información. Los dos siguientes (capítulos 19 y 20) están dedicados a la ponderación y a la no respuesta, aspectos que —desde mi punto de vista— debieran estar colocados junto al diseño muestral.

La sensación del libro mejora en los últimos tres capítulos (21, 22 y 23) que se ocupan de la evaluación de la calidad de la investigación, el futuro de la investigación social, y el archivo y difusión de los datos. En el capítulo 21 se presentan diversas medidas para conocer la calidad de la investigación, añadiendo a la (habitual) tasa de respuesta total otros elementos como la no respuesta parcial, limpieza en los datos, error de cobertura, y error de muestreo. A continuación se desarrollan indicadores específicos para las encuestas de modalidad web y se termina presentando diversas medidas de validación

Pese a la dificultad de hacer predicciones, reconocida por el propio autor (p. 478) por los grandes avances tecnológicos experimentados en los últimos años, trata de *aventurar* las últimas tendencias. Comienza dando cuenta de las enormes posibilidades que presentaba la encuesta telefónica hace unos años, posibilidades que han sido *truncadas* por el uso indiscriminado del teléfono por las empresas de telemarketing, la “ruptura” de la unión entre número y áreas geográfica, la elevada cantidad de números no listados y el desarrollo de la telefonía móvil (el teléfono pasa de ser un equipamiento familiar a personal). En un segundo momento considera los grandes —y rápidos— movimientos de población entre países que han tenido lugar en los últimos años, que

ha generado que un gran número de personas no conocen el idioma del país en el que viven. Esto plantea numerosos problemas para la encuesta, problemas que no se resuelven con meras traducciones “palabra a palabra” por la necesidad de adoptar también determinadas expresiones y dialectos locales (p. 482). El autor presenta varios ejemplos, de encuestas realizadas en Miami, donde la “traducción literal” generó grandes problemas. Otras “tendencias futuras” son la utilización conjunta de varios modos de recogida de información, lo que reduce el error de cobertura y no respuesta, así como las grandes ventajas que supone la unión de información de encuestas y registros administrativos. En último lugar da cuenta de cómo diversos dispositivos electrónicos (GPS, smartphones, etc.) están sustituyendo al tradicional cuestionario en las encuestas sobre movilidad.

El trabajo termina con una serie de consideraciones sobre como guardar y archivar la información, en un momento en el han proliferado *bancos de datos* donde la información de los entrevistados (microdatos) está disponible y es de fácil acceso a otros investigadores. Enumera dieciocho aspectos que debe incluir TODOS los conjuntos de datos *depositados* (pp. 501-502): patrocinador de la investigación, propósito y objetivos, herramientas utilizadas para contactar con la población objeto de estudio, procedimientos de campo, universo y marco muestral, diseño y selección muestral, detalles de la consecución muestral (no contactados, ilegibles, etc.), tasas de respuesta, modalidades de recogida empleadas, fechas del trabajo de campo, características de los entrevis-

tadores, indicadores de calidad, precisión de las estimaciones, edición y depuración de la información recogida, descripción descriptiva de los datos, información contextual (otra información) y materiales de referencia geográfica (empleados en el trabajo de campo).

Pese a la exhaustividad del trabajo, como se ha señalado al principio de esta reseña, hemos dado suficiente cuenta de que la organización de los capítulos puede generar confusión a los lectores con escasos conocimientos. El excelente comienzo del texto, recogiendo los aspectos esenciales de la estadística necesarios para comprender la investigación social es *interrumpido* en el cuarto capítulo sobre la ética de la investigación social; capítulo que debiera —a mi juicio— quedar colocado al final del libro (o al principio si es algo sobre lo que el autor desea incidir). El muestreo es otra de las temáticas que no aparecen adecuadamente situados, muy lejos de las modalidades de recogida de información. La modalidad de recogida de información está muy relacionada con la información que se tiene del universo, del mismo modo que numerosos aspectos del cuestionario (aparición, tipo de preguntas, duración, etc.) están condicionados por la modalidad empleada; por lo que se trata de elementos que debieran estar situados próximos. Algo similar sucede con los capítulos sobre ponderación y no respuesta, que son *desplazados* a la segunda mitad del libro, cuando debieran figurar cerca del muestreo.

Además, algunos aspectos son considerados como temas “fronterizos” por su ubicación en el texto y que, en realidad, no lo son. Nos referimos, específicamente, al

establecimiento de contactos con las unidades muestrales según la modalidad, situado en el capítulo sobre administración del cuestionario (undécimo) y tratado de forma muy superficial en el capítulo sobre modalidades; conseguir la máxima respuesta reemplazando unidades muestrales, en el capítulo sobre administración del cuestionario y no en el muestreo, etc.

Comenzamos la recensión señalando que se trata de uno de los mejores compendios sobre investigación social publicados en los últimos años y, pese a las críticas señaladas más atrás, no quisiéramos que el lector terminara con una impresión negativa del mismo. Destaca, fundamentalmente, la tremenda exhaustividad de los contenidos y la profundidad con los que son tratados, aún cuando se trata de algunos de los temas más recientes y novedosos: modos mixtos, pretest y no respuesta total (Sedransk & Tourangeau, 2013). No menos importante es el carácter pedagógico del autor al acompañar la explicación con ejemplos extraídos de investigaciones reales. Conviene reseñar también la utilización del grupo de discusión como herramienta para la elaboración del cuestionario, algo señalado en muchos textos pero escasamente abordado. Como conclusión final, creo que nos encontramos con uno de los textos que será muy citado en los próximos años.

REFERENCIAS

- Asociación Española de Estudios de Mercado, Marketing y Opinión -AEDEMO 2012. *Estudio de la industria de los estudios de mercado, edición 2010* (en línea). <http://www.aedemo.es>, acceso 27 de julio de 2012.
- Asociación Española de Estudios de Mercado, Marketing y Opinión -AEDEMO 2006. *El sector de la investigación de mercados en España 2005* (en línea). <http://www.aedemo.es>, nvm acceso 15 de mayo de 2010.
- Baker, Reg et al. 2010. "Research synthesis: AAPOR Report on online panels". *Public Opinion Quarterly*, 74: 711-781.
- Bethlehem, Jelke & Silvia Biffignandi 2012. *Handbook of web surveys*. Hoboken: New Jersey: Wiley.
- Couper, Mick P. & Michael Bosnjak 2010. "Internet Surveys". Pp. 527-550, en *Handbook of Survey Research* (segunda edición), editado por P.V. Marsden & J.D. Wright. Bingley (Reino Unido): Emerald Group Publishing Limited.
- Couper, Mick P. 2011. "The future of modes of data collection". *Public Opinion Quarterly*, 75: 889-908.
- Dillman, D.A., Jolene D. Smyth & Leah Melanie Christian 2009a. *Internet, Mail and Mixed-Mode Surveys: The Tailored Design Method*, 3rd ed. Nueva York: Wiley.
- Groves, Robert M. 1989. *Survey error and survey cost*. Nueva York: Wiley.
- Lozar Manfreda, Katja, Michael Bosnjak, Jerney Berzelak, Iris Haas y Vasja Vehovar 2008. "Web surveys versus other survey modes: a meta-analysis comparing response rates". *International Journal of Market Research*, 50: 79-104.
- Presser, Stanley & Susan McCulloch 2011. "The growth of survey research in the United States: Government-sponsored surveys, 1984-2004". *Social Science Research*, 40: 1019-1024.
- Sedransk Joseph & Roger Tourangeau 2013. "A statement from the editors". *Journal of Survey Statistics and Methodology*, 1: 1-5.

VIDAL DÍAZ DE RADA

Universidad Pública de Navarra (UPN)

vidal@unavarra.es