



CONSIDERACIONES METODOLÓGICAS ACERCA DE LOS SONDEOS DE OPINIÓN.

**Gabriel Agudelo V. - Jaime Ruiz R. – Miguel Aignerén –
Compilación CEO**

Abstract. The researchers often try to measure the public opinion through the opinion polls. There are problems keys to consider: the design sample, the design of the questions of the questionnaire and the attempts to generalize the results from a study to a population that does not reunite the characteristics of the sample.

Resumen. Los investigadores intentan a menudo medir la opinión pública a través de los sondeos de opinión. Hay problemas claves a tener en cuenta: el diseño muestral, el diseño de las preguntas del cuestionario y los intentos de generalizar los resultados de un estudio a una población que no reúne las características de la muestra.

Palabras claves. Sondeos de opinión, Survey, diseño muestral.

Introducción.

Mediante la utilización indiscriminada de sondeos de opinión se pretende medir todo y de todo y con todos. Sin embargo, cuando nos suministran resultados de los sondeos a través de informes escritos o a través de los medios de comunicación, presentan las conclusiones como definitivas y generalizables. Metodológicamente, se recomienda poner atención a un número de características del sondeo de opinión (o, de la técnica de la encuesta social) que afectan la confiabilidad y validez de los resultados, incluyendo el tamaño de la muestra, la

forma en que fue seleccionada la muestra, y especialmente, la redacción, la pertinencia y posición de las preguntas en el cuestionario. A continuación se analizan algunos aspectos metodológicos asociados al diseño muestral, el tipo y posición de las preguntas dentro de un cuestionario y las salvedades que habría que hacer (escrito) cuando se pretende generalizar los resultados de un sondeo de opinión cuyo origen, metodológicamente son dudosos.

Tipos de muestras

En muchas encuestas, el conjunto poblacional de interés podría ser un público con ciertas características – electores, consumidores, residentes, usuarios, etc. y un investigador querrá seleccionar una muestra que sea representativa de esa población en conjunto.

Métodos de selección de muestras.

Una muestra debe ser representativa si va a ser usada para estimar las características de la población. Los métodos para seleccionar una muestra representativa son numerosos, dependiendo del tiempo, dinero y habilidad disponibles para tomar una muestra y la naturaleza de los elementos individuales de la población. Por lo tanto, se requiere una gran volumen para incluir todos los tipos de métodos de muestreo.

Los métodos de selección de muestras pueden ser clasificados de acuerdo a la manera usada en seleccionar los elementos incluidos en la muestra. Los métodos de muestreo basados en los dos tipos de clasificaciones son expuestos en seguida.

Métodos de muestreo clasificados de acuerdo con el número de muestras tomadas de una población. Bajo esta clasificación, hay tres tipos comunes de métodos de muestreo. Estos son, **muestreo simple, doble y múltiple.**

Existe un conjunto de técnicas para seleccionar una muestra. La más fácil es recoger una muestra al azar. Esta técnica de encuesta requiere seleccionar a los entrevistados de una manera asistemática, simplemente a selección del entrevistador. Los sondeos radiales matutinos son un buen ejemplo. Esta encuesta es diferente de una encuesta aleatoria.

Para seleccionar una muestra aleatoria es necesario identificar la población, y escoger de esa población individuos al azar, para ser incluidos en la muestra.

Una técnica utilizada por muchos centros de estudios de opinión es el muestreo por cuotas o a prorrata. Esta técnica requiere la selección de encuestados en la misma proporción en que se encuentran en la población. Así, si se planea una muestra ciudadana de 100 encuestados, un muestreo por cuotas requerirá 50 hombres y 50 mujeres y así sucesivamente. El entrevistador contacta y entrevista gente hasta que se cumple la cuota para cada grupo particular. Este procedimiento evita los errores asistemáticos de la muestra al azar, pero pueden inmiscuirse errores más sutiles: el entrevistador puede evitar ciertos tipos de personas o visitar sólo en algunos momentos del día, excluyendo de esta manera a ciertos grupos de personas (los que no tiene teléfono, o, la gente que está trabajando) de la muestra.

El método preferido para la muestra es la muestra probabilística. Con ésta técnica, cada individuo en la población tiene una probabilidad cierta de ser incluido en la muestra. En la muestra aleatoria simple, cada individuo tiene una posibilidad de ser seleccionado para la muestra. Una alternativa a este tipo de muestra es la llamada muestra aleatoria estratificada, en donde la población es segmentada en diferentes unidades (por ejemplo, condados). Cada muestra probabilística es seleccionada dentro de cada unidad, o las unidades son segmentadas en unidades aún más pequeñas (tales como distritos o áreas de votación), y de estas unidades se extraen las muestras de probabilidad, que son el método científico

preferido de muestreo porque se puede calcular exactamente la cifra de error del muestreo, lo cual no puede hacerse con la muestra al azar o por cuotas.

Otros tipos de diseños muestrales.

Muestreo Aleatorio

Una muestra se dice que es extraída al azar cuando la manera de selección es tal, que cada elemento de la población tiene igual oportunidad de ser seleccionado. Una muestra aleatoria es también llamada una muestra probabilística son generalmente preferidas por los estadísticos porque la selección de las muestras es objetiva y el error muestral puede ser medido en términos de probabilidad bajo la curva normal. Los tipos comunes de muestreo aleatorio son el muestreo aleatorio simple, muestreo sistemático, muestreo estratificado y muestreo de conglomerados.

Muestreo aleatorio simple

Una muestra aleatoria simple es seleccionada de tal manera que cada muestra posible del mismo tamaño tiene igual probabilidad de ser seleccionada de la población. Para obtener una muestra aleatoria simple, cada elemento en la población tenga la misma probabilidad de ser seleccionado, el plan de muestreo puede no conducir a una muestra aleatoria simple. Por conveniencia, este método puede ser reemplazado por una tabla de números aleatorios. Los tipos más comunes de muestreo aleatorio modificado son sistemático, estratificado y de conglomerados.

Muestreo sistemático.

Una muestra sistemática es obtenida cuando los elementos son seleccionados en una manera ordenada. La manera de la selección depende del número de elementos incluidos en la población y el tamaño de la muestra. El número de elementos en la población es, primero, dividido por el número deseado en la

muestra. El cociente indicará si cada décimo, cada onceavo, o cada centésimo elemento en la población va a ser seleccionado.

El primer elemento de la muestra es seleccionado al azar. Por lo tanto, una muestra sistemática puede dar la misma precisión de estimación acerca de la población, que una muestra aleatoria simple cuando los elementos en la población están ordenados al azar.

Muestreo Estratificado

Para obtener una muestra aleatoria estratificada, primero se divide la población en grupos, llamados estratos, que son más homogéneos que la población como un todo. Los elementos de la muestra son entonces seleccionados al azar o por un método sistemático de cada estrato. Las estimaciones de la población, basadas en la muestra estratificada, usualmente tienen mayor precisión (o menor error muestral) que si la población entera muestreada mediante muestreo aleatorio simple. El número de elementos seleccionado de cada estrato puede ser proporcional o desproporcional al tamaño del estrato en relación con la población.

Muestreo de conglomerados.

Para obtener una muestra de conglomerados, primero dividir la población en grupos que son convenientes para el muestreo. En seguida, seleccionar una porción de los grupos al azar o por un método sistemático. Finalmente, tomar todos los elementos o parte de ellos al azar o por un método sistemático de los grupos seleccionados para obtener una muestra. Bajo este método, aunque no todos los grupos son muestreados, cada grupo tiene una igual probabilidad de ser seleccionado. Por lo tanto la muestra es aleatoria.

Una muestra de conglomerados, usualmente produce un mayor error muestral (por lo tanto, da menor precisión de las estimaciones acerca de la población) que una muestra aleatoria simple del mismo tamaño.

Errores causados por la tasa de respuesta y la selección de la muestra

Una tasa de error en una encuesta es la tasa de respuesta: La manera correcta de llevar a cabo una encuesta es identificar a la población, seleccionar una muestra de esa población, y entrevistar la mayor cantidad posible de individuos de la muestra. El número de personas de las cuales se obtienen entrevistas completas se denomina tasa de respuesta. Si la tasa de respuesta en una encuesta está por debajo del 80%, esto quiere decir que hay serias dudas acerca de la representatividad de la encuesta, y por lo tanto surgen dudas acerca de la validez de los resultados. Aún en una encuesta con una alta tasa de respuesta, si una clase de los encuestados (tercera edad, votantes potenciales) rehúsa responder en proporción mayor que otras clases, entonces hay en los resultados de un potencial de error.

Errores de muestreo

Un universo pequeño o grande determina la calidad de la muestra. El tamaño de la muestra es una de las características más importantes de una encuesta. La precisión del cálculo de la muestra está en función directa del tamaño de la muestra (asumiendo que la población que se muestra es muy numerosa).

Error muestral o error de muestreo

La diferencia entre el resultado obtenido de una muestra (un estadístico) y el resultado el cual deberíamos haber obtenido de la población (el parámetro correspondiente) se llama el error muestral o error de muestreo. Un error de muestreo usualmente ocurre cuando no se lleva a cabo la encuesta completa de la población, sino que se toma una muestra para estimar las características de la población.

Efectos de la comprensión de la terminología de la pregunta

Los términos de una pregunta pueden significar una gran diferencia en los resultados. Cuando se oye o se lee acerca de los resultados de una encuesta, se debe observar si se reporta la terminología exacta de la pregunta hecha a los encuestados

La posición de la pregunta dentro del cuestionario.

El efecto del contexto social en el cual se hace una pregunta está también relacionado con la terminología de la misma. Touraneau y Rasinsky (1988) reportaron que la misma pregunta obtiene diferentes resultados dependiendo de cuáles preguntas se hacen antes o después en la encuesta. Antes de una pregunta sobre apoyo u oposición al aborto, fueron hechas cuatro preguntas relacionadas con valores tradicionales. Las personas a las cuales se les hizo el grupo de preguntas sobre los derechos de las mujeres expresaron mayor apoyo al aborto que aquellas a quienes les preguntó sobre los valores tradicionales.

Como puede observarse, no se deben utilizar los resultados de una encuesta sin saber algo sobre cómo se llevó a cabo. La ficha técnica es un instrumento importante a tener en cuenta cuando se pretende leer unos resultados de un estudio o, intenta hacerlos representativos de una comunidad.