

CRÍTICA DE LIBRO

V.G. Manzano, A.J. Rojas y J.S. Fernández (1996)
MANUAL PARA ENCUESTADORES. FUNDAMENTOS DEL TRABAJO
DE CAMPO. ASPECTOS PRÁCTICOS. Barcelona: Ariel.

Max Meneses Rivas
Universidad Nacional Mayor de San Marcos (Lima)

El trabajo de campo es una de las etapas más importantes del proceso de la producción del conocimiento científico. Sin evidencias empíricas rigurosamente obtenidas, no es posible demostrar nuestras hipótesis en las ciencias sociales. Estudios importantes sobre temas relevantes de la sociología habrían sido inconcebibles sin el método de las encuestas.

Una vez diseñada y seleccionada la muestra de acuerdo con nuestro problema de estudio e hipótesis, la siguiente etapa consiste en recolectar los datos pertinentes sobre las variables involucradas en la investigación.

Recolectar datos implica seleccionar un instrumento de medición, como por ejemplo el cuestionario, aplicar el cuestionario y preparar los resultados obtenidos para el análisis correspondiente.

De todas las técnicas existentes para la recopilación de datos, las encuestas personales o también llamadas *cara a cara* "son las que gozan de mayor aceptación en la comunidad científica y también las más complejas. Requieren, sobre todo, una fuerte preparación de los encuestadores, en quienes se deposita buena parte de la confianza en la validez de la investigación" (Manzano y otros 1996:21).

En este área del conocimiento científico, el "Manual para encuestadores" publicado por Manzano, Rojas y Fernández es un libro técnico, de gran utilidad, escrito en un lenguaje claro, directo y ameno, que tiene como objetivo principal "reunir en un mismo manual todo lo básico e imprescindible que necesita un encuestador para realizar su labor convenientemente" (Manzano y otros 1996:9).

El libro está organizado en nueve capítulos: el primero presenta la encuesta como técnica de investigación en Ciencias Sociales, señalando que ésta se basa en una

muestra representativa, y el instrumento que se usa para el desarrollo de la encuesta es una entrevista con cuestionario. Distingue tres clases de encuestas: las encuestas personales, por teléfono y por correo. Destaca el papel del encuestador así como del supervisor del trabajo de campo para el logro de los objetivos propuestos. El segundo ofrece los procedimientos para la selección del encuestado, desde el inicio del itinerario, pasando por la construcción de itinerarios, la selección de edificios y viviendas, hasta la selección de la persona que interesa. El tercero muestra las tablas de números aleatorios que ayudan a tomar decisiones durante el trabajo de campo. El cuarto presenta un modelo genérico de la guía de la entrevista que proporciona una forma de proceder desde el inicio hasta el momento de finalizar la entrevista. El quinto presenta algunas consideraciones prácticas para la administración de un cuestionario. El sexto muestra qué es una ficha de campo, qué contiene y cómo puede ser. El séptimo presenta la hoja de resultados en la que se anotan las incidencias ocurridas durante el trabajo de campo. El octavo ofrece algunas de las preguntas que con mayor frecuencia realizan los encuestados así como la forma de resolverlos. El noveno expone una serie de consejos prácticos para el buen desarrollo de los trabajos de campo. Finalmente el anexo I presenta un ejemplo de cuestionario. El II, modelos de credencial para el encuestador. El III, un modelo de tarjeta de agradecimiento. El IV presenta una bibliografía comentada de los libros más importantes vinculados al trabajo de campo, para terminar con una lista de referencias bibliográficas.

El *Manual para encuestadores* es un texto que expone temas e ideas útiles con el propósito de formar encuestadores capaces de lograr con éxito la recopilación de datos. Los temas que trata, para muchos, son áridos y difíciles de explicar, sin embargo, el libro que comentamos es ágil, ameno y sencillo.

El trabajo, aún careciendo “de los fundamentos teóricos necesarios para realizar las tareas que rodean la actividad del encuestador, como es planificar la investigación, diseñar el muestreo o confeccionar el cuestionario” (Manzano y otros, 1996. pág. 130), mezcla conocimiento y experiencia.

A diferencia de la gran cantidad de textos publicados en el área de conocimiento de la metodología de la investigación mediante encuestas que, en unos casos, son prácticos y precisos, como “las entrevistas” (Acevedo, 1988), “el tratamiento informático” (Aparicio, 1991), “tipos de encuesta” (Bosch, 1993), “investigación de mercados” (Hague, 1994). “diseño de muestras” (Linenger y Warwick, 1978) y, en otros casos, de carácter teórico práctico, como el de Kish (Kish, 1972), los manuales prácticos para la formación de encuestadores profesionales son escasos.

El libro que comentamos tiene el mérito de cubrir precisamente esta deficiencia, al presentar una multiplicidad de temas prácticos que agotan el proceso de la recopilación de datos desde la presentación o el arreglo de la entrevista hasta la culminación de la misma.

Manzano, Rojas y Fernández son conscientes de que la teoría y la práctica marchan juntos; sin embargo, señalan que la experiencia es importante. En efecto los

autores indican que, "nadie puede considerarse encuestador, por muchas obras que haya consultado, estudiado o memorizado, hasta que no adquiere experiencia realizando encuestas y se enfrenta con la situación real" (Manzano y otros, 1996:129).

El criterio que han seguido los autores para elaborar el *Manual de encuestadores* está centrado esencialmente en los contenidos que más directamente están relacionados con el trabajo de campo, es decir, con lo que debe hacer el encuestador cuando sale a la calle.

A pesar del éxito que tiene el método de la encuesta, por proporcionar datos teóricamente relevantes y susceptibles de tratamiento estadístico, todavía existen algunas objeciones a este método en los países en desarrollo, donde el método es más aplicable hacia abajo que hacia arriba. Estas objeciones que hiciera Johan Galtung en 1971 y que todavía son válidas son: primero, que el método de las encuestas es demasiado individualista, por lo que en sociedades muy heterogéneas como el Perú, México, Colombia y la India, tales muestras pierden cualquier significado; segundo, que es demasiado democrático, por tanto, adecuado a un cierto tipo de culturas pero no a todas las culturas; tercero, que es demasiado estático, debido a que produce reacciones verbales manifiestas en un punto determinado del tiempo y nada más, por lo que la encuesta no es un buen instrumento para detectar cambios bruscos; cuarto, que el método de la encuesta está restringido a un rango medio de posición social, dejando de lado, entre otros, a los analfabetos y los ancianos y, quinto, que el método de las encuestas trabaja solamente a través de distancias sociales relativamente cortas (Galtung, 1971:185-197).

No obstante estas objeciones que son válidas para los países en desarrollo, hoy en día nadie negará la utilidad e importancia de este método para el desarrollo de la sociología por lo tanto, el *Manual para encuestadores* es un verdadero aporte, no solo para los encuestadores y para las personas que forman a encuestadores, sino también, es un trabajo muy valioso para estudiantes, profesionales, empresas e instituciones interesadas en desarrollar trabajos de investigación.

Referencias

- Acevedo A. y López Martín, A.F. (1988) *El proceso de la entrevista: conceptos y modelos*. México: Limusa.
- Aparicio, F. (1991) *Tratamiento informático de encuestas*. Madrid: Ra-Ma.
- Bosch, J.L.C. y Torrente, D. (1993). *Encuestas telefónicas y por correo*. Madrid: C.I.S.
- Galtung, J. (1971) *Teoría y métodos de la investigación social*. Editorial Universitaria de Buenos Aires. Argentina. T. I.
- Hague, P.N. y Jackson, P. (1992) *Cómo hacer una investigación de mercado*. Bilbao: Ediciones Deusto.
- Kish, L. (1972) *Muestreo de encuesta*. México: Trillas.

- Linenger, C.A. y Warwick, D.P (1978) *La encuesta por muestreo: teoría y práctica*. México: CECSA.
- Manzano, V.G.; Rojas, A.J.; Fernández, J.S. (1996) *Manual para encuestadores. Fundamentos del trabajo de campo. Aspectos prácticos*. Editorial Ariel, S.A. Barcelona.

Abstracts

pp. 1-18 **APPLICATION OF RATING SCALE MODEL FOR
MEASUREMENT OF “NOT CONVENTIONAL POLITICAL ACTION”**

Antonio J. Rojas Tejada. *Instituto Psicosociológico Andaluz de Investigaciones*

The use of scales to measure psychosocial variables is usually in survey research. Data scalability is very important for useful interpretation of survey results. When a scale is used in a survey, it must show the data scalability because of this gives us the dimensionality of the continuum and the level of measurement scale. This work describes the application of Rating Scale Model to evaluate the scalability of survey data. The Rating Scale Model is used to estimate a persons attitude and items position in the measured construct. In this case, the survey data came from the ‘No Conventional Political Action’ Scale. This scale is included in the 1995-96 World Values Survey (1212 persons from Spain). The results have shown the possibility of locating persons and items in function of its measured values in a psychosociological continuum. The Rating Scale Model has shown to be a feasible and viable model of scaling psychosociological variables with polytomous items

Key Words: Scaling, Rating Scales, Polytomous Items, Rating Scale Model, No Conventional Political Action

pp.19-28 **CONTRIBUTIONS TO SUCCESSIVE SAMPLING**

Eva María Artés Rodríguez. *Universidad de Almería*
M^a del Mar Rueda García y Antonio Arcos Cebrián. *Universidad de Granada*

Theory of successive sampling has been developed in the present paper by using a double-sampling ratio-cum-product estimate from the matched portion of the sam-

ple. Expressions for optimum matching fraction and of the combined estimate and its error have been derived and results are presented from some special cases with have practical applications. A numerical example is included to evaluate the proposed estimator.

Keywords: successive sampling, matching fraction, ratio-cum-product estimator, relative efficiency.

pp. 29-46

SOFTWARE FOR PHONE SURVEY

Juan Sebastián Fernández Prados. *SIPIE*

This paper pretend to present the existent offert in the market of programs for design and realization of phone surveys. Normally, has denominated this software with the abbreviation of their expresion in english CATI (Computer Assisted Telephone Interviewing). The future reality and perspectives of this survey is the increase and profusion in the utilization of this class of program between the investigators and social scientists. This one and other reasons make indispensable to know them, although it is of a bridge form, more than a dozen of example of program for phone survey or CATI, and the way of located and acquired them in order to know them.

Keywords: phone survey, CATI, computer asisted interview.

pp.47-68

NIL HYPOTHESIS SIGNIFICANCE TESTING IN SURVEY RESEARCHS

Viso M. Ares. *SIPIE*

There are a lot of works that approach the role of null hypothesis significance testing (NHST) in making of scientific knowledge. Most those studies find some problems about both in logic as in use of NHST. One of these inconvenients has an important effect in outcomes interpretation. It is about the nil hypothesis habit. In this paper it approaches effects of nil hypothesis, power and sample size in interpretation of significance degree. So long as survey research usually has some great sample sizes, nil hypothesis effect is specially negative. On the other hand, researchers often use data analysis mechanically. It makes very difficult to modify their behavior through warnings in specialized journals. Thus it is that solutions must be very practical and

easy to implement into computer programme. In line with all that, it proposes a concrete procedure to facilitate interpretation of significance degree in function of testing power: the relative significance index.

Keywords: significance testing, null hypothesis, relative significance, testing power, survey.

pp. 85-98 **A CONCEPTUAL SCHEME FOR ANALYSING
VALIDITY IN SURVEY RESEARCH**

Andrés González Gómez y José Luís Padilla García. *Universidad de Granada*

Habitual controls about information quality in survey are insufficient. In most cases, they only are intended to convince of sampling fitness. However, utility of survey information depends on more inferences that simple similarity between people sample and target population. This paper proposes conceptual scheme for analysing validity in survey research. Base of proposal is to consider any utilization of survey—theoretical or applied—like a quasi-experimental research. This consideration allows to bring forward incidence of survey errors in desired interpretation of information and to analyse them according to validity schemes for quasi-experimental research. The proposal is made concrete in one table where inferences of survey research are crossed with more habitual errors. In this way, user of survey can identify threats to validity. Researcher must be interested in this because utility of survey depends on it.

Keywords: validity, survey, research design, research errors.

pp. 107-125 **OLD TOPICS AND NEW REALITIES
IN MAIL SURVEY**

Vidal Díaz de Rada. *Universidad Pública de Navarra*

Since 1965 mail surveys have suffered the criticism of a great deal of researchers. This fact, joined to the personal surveys' efforts and the increase of the telephone surveys in 80's, has done that the use of mail surveys decrease. The objective of any methods of collecting data is to get a high quality of the obtained information. In our point of view most of the criticism against the mail survey aren't right. In this paper

we made a critic revision of belief of the mail survey, and we will demonstrate that most of the time the quality of information collected by mail surveys is better than the other methods of collecting data.

Keywords: Survey research, questionnaire, self-administered questionnaire, mail surveys, TDM, response rate.