

Reseñas de libros e informes / Books and Reports Reviews

***Internet como modo de administración de encuestas.*
Vidal Díaz de Rada Igúzquiza, Juan Antonio Domínguez Álvarez y Sara Pasadas del Amo. Madrid: CIS Cuadernos metodológicos nº 59, 2019**

Valentín C. Martínez Martín
 Centro de Investigaciones Sociológicas, España
valentin.martinez@cis.es

Como en muchos ámbitos, internet se está convirtiendo en un medio de uso generalizado por parte de la población. Este hecho hace que se abran nuevas posibilidades de interactuar con los usuarios y, ¿por qué no?, realizar una encuesta. En este sentido, recuerda la irrupción de las encuestas telefónicas como medio de recogida frente a los métodos presencial y postal, donde el teléfono aportaba una gran flexibilidad a la hora de contactar con la persona/hogar seleccionado para la encuesta, sin olvidar la importante reducción de los tiempos medios empleados en la recogida de la información, así como en los costes asociados. Enmarcado en un contexto tecnológico, que los autores observan como ventaja, la encuesta por internet ha llegado para quedarse y, pese a contar con algunas debilidades propias de la encuesta postal, estas pueden ser minimizadas estableciendo una serie de protocolos que refuercen la colaboración de los individuos seleccionados y, por tanto, mejorar las tasas de colaboración que mostraban las encuestas postales.

El manual se organiza en cuatro capítulos que abordan desde aspectos más teóricos relacionados con la investigación a través de una encuesta web, en comparación con otros modos de administración de encuestas, hasta recomendaciones prácticas de algunos procedimientos como resultado de la recopilación de los trabajos y experiencias de muy diferentes autores, así como propia como es el caso del proyecto PACIS del IESA, tal como se muestra en la bibliografía que lo acompaña.

Cada capítulo se estructura en diferentes epígrafes que avanzan en la definición de los elementos que configuran una encuesta, trasladando los procesos de recogida de información de los encuestados al nuevo medio que internet ha propiciado. En este sentido, resulta de interés la incorporación de aplicaciones prácticas en una plataforma de fácil acceso como es e-encuesta.com, de esta manera el lector puede ir familiarizándose con las nuevas herramientas que se emplean en las encuestas web. Adicionalmente, al final de cada capítulo, se facilita un resumen breve del mismo, así como de los conceptos utilizados.

En el primer capítulo se recogen aquellos elementos generales relacionados con los procesos de investigación mediante encuesta, haciendo especial hincapié en los diferentes medios de administración utilizados en la recogida, y ya consolidados en la práctica habitual, de manera que se asienten sobre ellos los conceptos que se desarrollan en los tres capítulos posteriores: planificación, diseño del cuestionario y los procesos de recogida. De ellos, el diseño del cuestionario se trata con mayor amplitud y profundidad pues es el elemento clave en la articulación de la recogida de la información de los individuos entrevistados. En este sentido, frente a los modos clásicos de administración -presencial, telefónico y postal-, internet se revela como una mixtura entre la característica de autoadministración, bien conocida por las encuestas postales, y las características de los formatos electrónicos que constituyen en la actualidad las encuestas presenciales y telefónicas -CAPI y CATI-.

Como resultado de esta nueva plataforma, los autores planean un recorrido por las diferentes áreas, o segmentos de población, donde la encuesta por internet puede encontrar más fortalezas, pues como ocurrió en un pasado no muy lejano con las encuestas telefónicas, la cobertura de internet dista, en estos momentos, de ser universal. En todo caso, incluso en algunas encuestas donde su uso general no es aconsejable, como serían las encuestas a población general, la encuesta por internet puede ser una de las modalidades a utilizar en la recogida, sobre todo pensando en aquella parte de la población para la cual internet es en la actualidad un medio de uso habitual. La cuestión fundamental, si se emplean diferentes modos de administración, es tratar de conseguir el mayor grado de homogeneidad entre ellos, de lo contrario se favorece la aparición de sesgos y, por tanto, se afecta significativamente a las estimaciones que se realicen a partir de la información recogida.

El segundo capítulo, la planificación de una encuesta web, recoge tanto su empleo exclusivo o como una de las alternativas de recogida, en lo que ahora se define como estrategia multicanal de la recogida de la información. De su contenido, los autores resaltan la importancia de establecer con detalle el protocolo de contacto con los informantes, ya sea a través de carta, correo electrónico o sms. La forma y contenido de la información que se envíe en este primer contacto, así como el empleo de recordatorios durante el período de recogida, será fundamental para el buen desarrollo de la encuesta. En este sentido, y más estando en un medio como es internet, resulta fundamental trasladar a los informantes todos aquellos aspectos que hacen referencia a la seguridad y privacidad de la información que faciliten.

El tercer capítulo, el diseño del cuestionario, constituye la parte más significativa de este manual. En el modo autoadministrado, el cuestionario es el elemento clave y, al enmarcarse en el entorno de internet, es posible incorporar toda una serie de elementos que redunden en una mayor colaboración, así como en la medición y calidad de las respuestas, por parte de los informantes, sobre todo si se tiene en mente los cuestionarios habitualmente empleados en las encuestas postales.

Es aquí donde se recoge la mayor parte de las recomendaciones con el objetivo de que el entrevistado se encuentre cómodo y no abandone la entrevista. Y el listado de elementos, y sus recomendaciones a partir de la literatura existente y experiencia propia, se organiza en cinco áreas que son: las “nuevas normas” que implica el entorno de internet –su lectura no puede compararse con un documento en papel, permite la introducción de recursos visuales, audios, aleatorizar las distintas opciones de respuesta,...-; la implementación como cuestionario continuo (scrolling) o segmentado en páginas (paging) – en el primer caso el informante puede conocer todo el contenido del cuestionario cumplimentándolo más tarde, y en el segundo las respuestas van controlando el flujo de las preguntas que vendrán a continuación como en CATI o CAPI-; el propio diseño del cuestionario – elementos que se incorporan en la página o páginas, los tamaños de letra, continuar o retroceder,...-; las normas que deben cumplir las preguntas en el entorno de internet – la utilización de preguntas abiertas y su disposición, las preguntas cerradas y sus formatos, preguntas semiabiertas, preguntas en batería,; y, no hay que olvidar, la adaptación a los diferentes dispositivos y tipos de pantalla - ordenador, tableta, teléfono móvil, ...- desde donde el informante pueda interactuar de manera óptima.

En el cuarto capítulo se desarrollan las estrategias de recogida de la información, así como alternativas de tratamiento de los datos obtenidos. Como ya se comentó, el establecer un protocolo de contacto, de seguimiento –recordatorios, apoyo a través de teléfono o correo electrónico-, así como introducir incentivos conducirá a lograr una mejor tasa de colaboración por parte de los informantes. Por otro lado, al igual que en CATI o CAPI, se introducen controles de depuración que posibilitan la generación de un conjunto de respuestas válidas y coherentes con otras respuestas. Una vez generado el fichero de datos

depurado queda la realización de las estimaciones que se pueden ver favorecidas por la incorporación de información auxiliar a través de la utilización de diferentes técnicas de postestratificación o calibrado.

Por último, queda dejar constancia del esfuerzo realizado por los autores en la recopilación de las fuentes y documentos metodológicos incluidos en la bibliografía. De este modo, se ofrece a los lectores, tanto a aquellos que se inician como aquellos con más experiencia, una base amplia de contribuciones, así como de diferentes alternativas metodológicas, que les puede servir como guía de referencia en el desarrollo de futuras investigaciones mediante encuesta a través de internet.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Álvarez, F. y Porras, J. (2010) *Effects of rotation groups, interviewing modes and interviewers on the LFS estimates*. INE Working Papers 5/2010

Beukenhorrst, D. and Kerssemakers, F. (2013) *Data collection strategy*. CBS-Statistics Netherlands