

Bloque II

***Introducción a las
técnicas
de investigación social***



ÍNDICE:

1- Diseño de un proceso de investigación	93
2- El proceso de investigación	95
3- La observación	96
4- La entrevista	98
5- La encuesta y el muestreo	99
6- Apéndice	104

El presente *bloque II* ofrece materiales que darán información, pautas y apoyo para la realización de las actividades de la segunda evaluación y del trabajo final en la asignatura Sociología de 2º curso del Bachillerato de Humanidades y Ciencias Sociales. Su intención es fundamentalmente práctica, orientada a presentar algunas estrategias y técnicas básicas de la investigación social, que os podrán servir también para posteriores trabajos e investigaciones que hagáis en cualquier ámbito de las Ciencias Sociales.

Estos contenidos no son exhaustivos ni completos: son meros resúmenes con sugerencias básicas y nada se dice aquí de otras técnicas de investigación social muy empleadas como las historias de vida, los grupos de discusión o el experimento.

1 – Diseño de un proyecto de investigación

Vosotros vais a hacer trabajos, trabajos de clase. No se les puede pedir que sean productos muy exhaustivos, rigurosos o con valor definitivo. Pero es bueno que sepáis qué se requiere para diseñar un serio proyecto de investigación social, y qué deberéis hacer o qué se os pedirá si presentáis un proyecto de investigación en cualquier campo de las Ciencias Sociales.

Lo primero será precisar el **objetivo del trabajo**: qué tipo de estudio o investigación pretendemos.

Los hay de cuatro tipos:

- a- **Exploratorio**: Cuando es un campo nuevo o poco estudiado, sobre el que apenas hay teorías: nuevos fenómenos sociales, campos muy específicos. Hay poca bibliografía previa. Uno intenta “meterse en el terreno” y generar preguntas para investigaciones posteriores. Es típico de tesis doctorales, o de principiantes. O previo a la implantación de políticas nuevas.
- b- **Descriptivo**: Cuando interesa describir una población, o trazar un perfil. Ya hay bibliografía previa. Suele hacerse en él mucho recurso a estadísticas, encuestas...
- c- **Explicativo**: Cuando sobre el tema ya hay muchos estudios de los tipos *a* y *b*. Se intenta dar razón de por qué ocurre algo. Suelen basarse en estudios anteriores y en bibliografía o teorías existentes. Son menos *de campo*. Los típicos *ensayos*, más publicables.
- d- **Predictivos**: Una subcategoría del anterior. Con orientación práctica, destinados a predecir conductas y a auxiliar u orientar en la toma de decisiones (para políticos, organismos, instituciones...).

Conviene, pues, que se determine desde el inicio el objetivo del trabajo a realizar, pues no es indiferente uno u otro y la elección nos obligará a diferentes planteamientos o estrategias.

Otro punto será precisar las **unidades de análisis**. Toda investigación gira sobre algo o alguien. Pues bien, hemos de determinar sobre qué tratará exactamente la nuestra.

Pueden ser:

- a- **Personas, individuos** (solteros, menores de..., toxicómanos, etc.)
- b- **Grupos, organizaciones, instituciones** (matrimonios, ONGs, familias, empresas...).
- c- **Actos humanos** (bodas, asesinatos, compra de viviendas, insultos, prácticas sexuales...).
- d- **Artefactos sociales** (basura, pintadas, ropa...).

Después, y una vez determinada la unidad de análisis a la que nos vamos a dedicar, quizás convendrá centrarnos en alguna de sus características, si queremos hacer un trabajo más especializado.

Habrà que **conceptualizar** con cuidado, es decir, aclarar con precisión a qué nos referimos, acotando con rigor el sentido de los conceptos que vamos a estudiar. Así, si vamos a estudiar el “maltrato psicológico”, el “paro” o los “programas infantiles”,

deberemos precisar de forma inequívoca a qué nos referimos, de forma que no surjan dudas acerca de si cualquier ejemplo dado entra o no en la definición dada. Esto no es fácil.

Otro asunto a considerar es si nos vamos a centrar en estudiar la **incidencia** o la **prevalencia** de tal o cual fenómeno, o bien si vamos a analizar ambas. La primera alude al número de veces que se repite un fenómeno (hay 23 millones de coches en España, o se fuman al día 1000 cigarrillos entre los alumnos de este centro) y la segunda al número de personas en quienes se da un fenómeno (2 de cada 5 españoles tiene coche, o tres de cada diez alumnos fuman).

Por último, habrá que determinar la **dimensión temporal** del trabajo. Podemos hacer un estudio:

- **Transversal**: sobre algo que ocurre una vez, puntual, o sobre el estado de una cuestión en un momento dado (las tribus urbanas en Huelva ahora, el último ascenso del *Recre* a Primera División, el trato a los enfermos mentales en la Sevilla de 1970...).
- O **longitudinal**: se hace el estudio a lo largo de un tiempo, se analiza la evolución de una cuestión (la inmigración africana en Huelva entre 1990 y 2005, la carrera de *El Litri*...). Estos estudios son más caros y requieren en general más tiempo: repetir un grupo de entrevistas o encuestas cada varios meses o años, volver a buscar nuevos datos, observar a personas o grupos durante períodos muy prolongados, etc.

En general, tanto los trabajos en su conjunto como las diversas técnicas de investigación que utilicemos, deben cumplir siempre tres grandes objetivos científicos:

➔ **Fiabilidad**: Los resultados no deben cambiar demasiado si se aplican a un mismo individuo o fenómenos en diversas ocasiones. Han de ser **consistentes**. (No sería buena señal que las pulsaciones de una persona en reposo sean ayer de 75, hoy de 53 y mañana de 66 sin razón que lo justifique).

➔ **Objetividad**: Los resultados no deben variar significativamente en función del observador (o entrevistador, o encuestador, etc. No es aceptable que hoy el encuestador A haga una encuesta al sujeto X y mañana se la haga el encuestador B y que los resultados no sean similares).

➔ **Validez**: La investigación —y todos sus datos— ha de medir exactamente lo que deseamos medir, y no otra cosa parecida. (No es lo mismo estudiar matrimonios (parejas) que personas (individuos) casados, etc.).

2- El proceso de investigación

Si el punto anterior se refería al perfil que queríamos dar a la investigación, al proyecto que se podría presentar a un organismo, universidad, etc., para que nos lo financiara, ahora se trata de ver qué pasos habremos de dar en nuestra investigación. Escribiré aquí siempre sobre trabajos serios, profesionales, por lo que mucho de ello no será aplicable a vuestros trabajos de clase.

- 1- **Planteamiento del problema:** Debe ser preciso, no vago, bien definido, y a ser posible muy específico (no hay que “descubrir Mediterráneos”). A menudo el problema a investigar no lo decide el investigador, sino el organismo que lo financia. Uno debe responder a qué investigar: lagunas en nuestros conocimientos (son científicamente más relevantes estudios sobre asuntos novedosos o no habituales, como el maltrato de mujer a hombre...). Conviene que sea útil, y fácil de financiar (que no requiera mucho tiempo ni dinero, salvo que tengamos muchas facilidades).
 - 2- **Búsqueda de teorías y formulación de hipótesis:** Se deben hacer consultas bibliográficas abundantes. Vemos qué se piensa sobre el tema y elaboramos nuestra propia explicación provisional. Es siempre aquí más interesante intentar refutar las orientaciones teóricas existentes.
 - 3- **Metodología:** Se decide qué técnicas de investigación se van a emplear –cuantitativas, como la encuesta o la recopilación de datos secundarios o ciertos tipos de observación y experimentos; o cualitativas, como la entrevista o ciertas observaciones–, y durante cuánto tiempo. Se procurará triangular empleando técnicas complementarias. Se verá qué medios –humanos y financieros– nos harán falta.
- Hasta aquí, la parte teórica. Con ella se elaborará y presentará un presupuesto.
- 4- **Proyecto piloto:** Aquí se prueba el diseño. Se hacen, por ejemplo, diez encuestas y se revisa el modelo (habrá que corregir preguntas, añadir alguna, etc.). También permite calibrar la calidad de nuestro equipo de investigadores, reajustar tiempos, etc.
 - 5- **Recogida de datos:** La tarea. Es el trabajo de campo. Se requiere ante todo rapidez y sistematicidad. (Con el paso del tiempo, los datos pueden ir cambiando, o perder valor, o la gente puede irse...). Además esta parte es cansina, y tiende a hacerse cada vez peor. Ha de estar bien supervisada.
 - 6- **Análisis de los datos:** Se buscan patrones. Esto es fácil con números (frecuencias, porcentajes según las diversas variables). Se intenta extraer perfiles de la unidad de análisis estudiada, o predicciones.
 - 7- **Interpretación de los resultados / Teoría:** Se confrontan nuestros datos con los de otros estudios y se buscan compatibilidades o incompatibilidades. Si procede, se proponen explicaciones alternativas a las oficiales o dominantes, y se plasman en el informe final. Puede acompañarse de propuestas para mejorar, o evitar, o tratar el problema estudiado (según lo que se le haya pedido al investigador).

3 - La observación

Es la madre de todas las técnicas; se utiliza en parte en todas las demás. También es la más difícil (por su alto grado de implicación personal, etc.).

Definición: “*Es la constatación sistemática utilizando los cinco sentidos.*”

No es igual que la mera observación cotidiana: es más sistemática e imparcial. Suele usarse en combinación con otras técnicas.

Es una técnica que procede (y es muy usada en) de la antropología, en particular del estudio de pueblos exóticos.

Para el estudio de muchos temas, conlleva periodos de investigación muy largos, con lentos procesos de infiltración del investigador en el grupo a estudiar y su consiguiente desclasamiento familiar, laboral, académico...

Hay dos tipos: **participante** y **no participante**: en la primera el investigador *entra en campo*, convive con el grupo a estudiar, intentando ser uno más de ellos; en la segunda se mantiene a distancia. La no participante no sirve para ciertos temas, en particular delictivos, sumergidos, poco transparentes o en lugares restringidos (la vida de un grupo de trabajadores chinos explotados, conductas homosexuales en tal club...).

La observación, en particular la participante, acarrea problemas éticos: ¿Hay que decir que se está investigando? (Si no se dice, mentimos y traicionamos a aquellos con los que estaremos, si se dice alteraremos seriamente el resultado de la investigación o, directamente, no nos dejarán hacerla).

La observación participante típica tiene una serie de pasos:

- 1- Preparación personal: lecturas relevantes, proceso de *desenfocar*, disponerse a probar nuevas experiencias y roles, y a *meterse en el papel*.
- 2- Seleccionar el contexto (elegir el lugar, el momento...) y ganar acceso: aquí puede ser imprescindible usar una “persona-puente”, alguien ya introducido que nos introduzca en el contexto. Aquí el investigador decidirá si identificarse o no.
- 3- Entrar en el campo y establecer relaciones sociales con los miembros.
- 4- Adoptar un rol y aprender a desenvolverse (aprender nuevas normas y expectativas), mejor si es el más imparcial: si entramos en una banda de narcotraficantes no es prudente hacerse el jefe o su mano derecha.
- 5- Observar: mirar y escuchar. Recoger datos. Aquí ya ha pasado lo más difícil. Debería llevarse un “diario de campo” (para que los datos no se *enfríen* ni amontonen).
- 6- Empezar el análisis de datos. Generar hipótesis.
- 7- Centrarse en aspectos específicos (quizás rectificando el tema inicial, o por aparecer un interés nuevo).
- 8- Realizar entrevistas de campo.
- 9- Desconectar y dejar el campo. Momento delicado: se deja probablemente a amigos.
- 10- Completar el análisis y redactar el informe final.

Convendrá, en todo caso, ser sistemático, ordenado: tomar notas, grabaciones, siempre que ello no interfiera el curso de la investigación.

VENTAJAS:

- ▶ Permite apreciar el lenguaje no verbal (aspectos, actitudes...) mejor que entrevistas o encuestas.
- ▶ Permite observar en el ambiente natural, no en laboratorio. Vamos al objeto de estudio, no hemos de traerlo a nosotros, desarraigándolo.
- ▶ Permite hacer un análisis longitudinal, a veces de años.

INCONVENIENTES:

- ✗ A veces requiere mucho tiempo para aportar datos valiosos.
- ✗ Carecemos de control. El observado marca el ritmo y dependemos de él.
- ✗ Ofrece dificultades de cuantificación. Predomina en ella, y es más valioso, lo cualitativo.
- ✗ Da un muestreo muy limitado: generalmente se observan unos pocos casos y pueden no ser representativos.
- ✗ A menudo es difícil ganar el acceso a sitios o grupos que nos interesan (aparte de los delincuentes, la gente importante suele estar *blindada*).
- ✗ Es difícil estudiar ciertos asuntos, y puede ser peligroso.
- ✗ Es difícil garantizar el anonimato, tanto del investigador, que puede ser descubierto, como de lo (o los) estudiado, que tarde o temprano saldrá a la luz.

4 – La entrevista

La entrevista de investigación difiere bastante de la mera conversación. Tiene algo de observación participante (por la interrelación investigador-investigado).

Puede dar lugar a estudios transversales (una sola vez) o longitudinales (si se repiten a lo largo del tiempo). Tiene un subtipo: la historia de vida.

Es una técnica más sistemática u organizada que la observación (se suele contar con un equipo de entrevistadores, a quienes se adiestra), más artificial, pero se tiene más control sobre ella.

La tasa negativa (negativa a ser entrevistado) puede sesgar la investigación. En general, los que no quieren hablar son los más interesantes. Para evitarlo, la introducción debe ser breve y sencilla, se han de explicar los propósitos de la investigación y conviene acreditarse (y mostrar credencial, dar teléfono...). Garantizar la confidencialidad del entrevistado, sin engañar.

Habrà que tener en cuenta características sociodemográficas del entrevistado: se obtendrán mejores resultados si el entrevistador se parece a él (en edad, sexo, formación, aspecto...). Habrà que cuidar la apariencia.

Se debe partir de un **guión**, que se intentará seguir pero de forma flexible, pudiéndose adaptarlo a la marcha de la conversación. En general:

- Ha de empezarse por preguntas fáciles y no comprometedoras. Se irá de lo menos comprometedor a lo más confidencial.
- Se irá de lo más general a lo más específico.
- Se irá de lo más impersonal a lo más singular.
- Se irá de las cuestiones menos relevantes a las centrales.
- Se irá de la descripción de hechos a su interpretación.
- Pese a lo anterior, conviene finalizar con alguna pregunta distendida y amable.

Son esenciales las **habilidades del entrevistador**:

- ⊕ Ha de ser amable y mostrar confianza en sí mismo.
- ⊕ Ha de crear un ambiente relajado e íntimo (piensa en Jesús Quintero).
- ⊕ Debe saberse bien el guión o cuestionario, para no romper el ritmo o crear distanciamiento repasándolo.
- ⊕ Debe mostrar interés y curiosidad.
- ⊕ Su tono de voz ha de ser natural, propio de una conversación informal.
- ⊕ No debe condicionar las respuestas, ni mostrar sorpresa o reprobación.
- ⊕ Debe practicar, en fin, una *escucha activa*.

¿Para qué? Con esa **escucha activa**:

- ◆ Uno se hace más digno de confianza (esto es clave).
- ◆ El entrevistado se sentirá aceptado.
- ◆ La entrevista será más fluida y larga, y se llegará al fondo de los problemas (algo no posible con irritación u hostilidad).

Cómo se escucha:

- ✱ Preparándonos psicológicamente: lo único que interesa es el entrevistado.
- ✱ Mostrándose curioso, ávido de información.
- ✱ Sin distraerse.
- ✱ Observando al entrevistado: No sólo sus palabras, también sus expresiones no verbales, o la manifestación de sus sentimientos.
- ✱ Identificando los momentos en que desea que hablemos de algo, o que cambiemos de tema.
- ✱ Adoptando ciertos gestos y maneras: mostrando atención, manteniendo el contacto visual, una postura física activa, incentivos no verbales (como asentir con la cabeza), etc.
- ✱ Adoptando ciertas expresiones verbales:
 - Un tono y volumen adecuados.
 - Incentivos verbales neutros (“sí, sí...”, “ya, ya...”; “no lo entiendo... acláremelo”, etc.).
 - Evitando interrupciones al entrevistado.
 - No ofreciendo respuestas.
 - No mostrando superioridad, o que ya sabemos lo que va a decir (síndrome de experto).

5 – La encuesta y el muestreo

- ✕ Es una técnica de investigación fundamentalmente cuantitativa.
- ✕ Su uso es hoy generalizado (política, consumo...).
- ✕ Es ideal para medir creencias, actitudes, acciones, etc., en grupos amplios de personas.
- ✕ Es una alternativa a las estadísticas oficiales, a veces parciales y sesgadas.

Definición: *Es la investigación realizada sobre una muestra de sujetos representativa de un colectivo más amplio, utilizando procedimientos estandarizados de interrogación, con el fin de obtener mediciones cuantitativas de una gran variedad de características objetivas (hechos) y subjetivas (opiniones y actitudes) de la población.*

Hay **tres modalidades** tradicionales: la **encuesta personal**, la **encuesta telefónica** y la **encuesta por correo**. En los últimos años la encuesta por correo prácticamente ha desaparecido y ha sido sustituida por **encuestas online** a través de plataformas de internet, cada vez más habituales (la plataforma *Google Drive* o la *web survio.com* son fáciles herramientas para los estudiantes). La primera decisión importante consistirá en decidir cuál –o cuáles– se va a emplear. Ello dependerá de:

- ♦ La naturaleza de los temas: si más confidenciales → mejor la personal (incluso con cuestionario autoadministrado) u online.
- ♦ La extensión y complejidad del cuestionario: si mayor → mejor la personal.
- ♦ Los plazos, el tiempo de la investigación: si mayores → mejor personal u online.
- ♦ Los recursos económicos y humanos disponibles: si mayores → mejor personal.
- ♦ Las características de la población: a más cultura, accesibilidad o interés por el tema → menos necesaria la personal.

Ventajas e inconvenientes de cada tipo de encuesta (véase apéndice):

- La que más puede durar es la personal (hasta 30 ó 45 minutos), frente a la telefónica o por correo (de 10 a 15').
- La encuesta telefónica ha tenido un tradicional sesgo económico (no todo el mundo tiene teléfono, lo que afecta a nuestra muestra), hoy mucho menos significativo.
- Las encuestas personales hechas *puerta a puerta* tienen un pequeño sesgo: los *sin techo*. Aún se hacen mucho en España por lo mal pagados que están los encuestadores, lo que las abarata; pero esto lleva a que a menudo sean de mala calidad y en ellas abunden los fraudes, lo que habrá que controlar (que las encuestas no se hayan hecho realmente, etc.).
- La encuesta *online* resulta hoy en día muy tentadora: es muy cómoda y fácil de hacer y potencialmente puede darnos una muestra muy grande. Pero casi siempre carece de valor científico: no facilita un muestreo nada representativo. Sus sesgos son enormes: se difunden a menudo entre grupos de amigos o de pares, o entre grupos con similares hábitos e intereses, o no permite estudiar a quienes no vivan habitualmente conectados, etc., lo que las limita mucho, y además su tasa de respuestas es generalmente baja.

TIPOS DE PREGUNTAS (véanse ejemplos en el apéndice):

● Según el tipo de respuesta:

- Cerradas: - Dicotómicas (sí/no)
- Lista de respuestas
- Semicerradas: Lista de respuestas + otras ("especificar")
- Abiertas: Respuesta libre, no prefijada; el encuestador se limita a anotar lo más fielmente posible la respuesta. Aquí es más importante la labor del encuestador. Tienen la ventaja de aportar matices y aclaraciones y el inconveniente de requerir más tiempo, ganas y de ser más difíciles de tabular o cuantificar.

● Según la función:

- Preguntas de introducción. Al comienzo. El encuestador se presenta. Debe generar confianza, garantizar confidencialidad...
- Preguntas filtro. Se seleccionan submuestras de la población con características determinadas
(Ej.: "¿Fuma? 7 a/ No, nunca
7 b/ No, lo he dejado } 8/ ¿A qué edad comenzó?"
7 c/ Sí
- Preguntas de control. Para asegurarnos de la veracidad de las respuestas. Se repite una misma pregunta en diversas partes del cuestionario, pero formulada de distinta manera para ver si hay contradicciones.
- Preguntas de cambio de tema. Con *entradilla*, al comienzo de cada bloque temático, para evitar brusquedades presentando lo que sigue.

● Según el objeto a medir:

- Sobre hechos. No subjetivas o valorativas. Con frecuencia piden un *sí* o un *no*.

- Sobre actitudes y opiniones. Subjetivas. Admiten muchas gradaciones (*escalas*): desde “muy de acuerdo” hasta “muy en desacuerdo”, o “de 1 a 5”, o poner en orden varias opciones, etc.
- Datos de clasificación. Irán al principio de la encuesta o, mejor, al final. Darán las claves sobre las variables sociodemográficas del encuestado: edad, sexo, estado civil, nivel de estudios, nivel de renta, situación laboral, número de hijos...

Por último, todo cuestionario suele ir acompañado por los datos de control: quién ha sido el encuestador, dónde se ha hecho la encuesta, qué número ocupa, etc.

Siempre convendrá hacer **pilotos**, ensayos previos, para ver cómo funciona en la práctica el cuestionario y ajustarlo con correcciones, o añadiendo o suprimiendo preguntas, o para revisar los horarios previstos y los encuestadores y sus instrucciones, etc.

REDACCIÓN DEL CUESTIONARIO:

- ◆ Conviene agrupar las preguntas en bloques temáticos (al menos si el cuestionario es largo).
- ◆ Conviene empezar suavemente, tras presentarse. Se debe preguntar por temas sensibles tras haber ganado confianza, hacia la mitad; tampoco más tarde por si la entrevista acaba antes o se cansa el entrevistado). En estos temas sensibles convendrá normalizar: introducir la pregunta de modo que sugiera que se pregunta por algo normal o poco relevante (“Muchas parejas tienen problemas. Cuándo discutió Ud. Por última vez...”; “Todos hemos robado algo alguna vez. ¿Con qué frecuencia...”). Huir de preguntas duras, del tipo “¿Ha violado a alguien?”
- ◆ Evitar preguntas hipotéticas (“¿Qué harías si...?”), por dar respuestas poco fiables. Éstas son típicas en algunos temas (como denuncias por malos tratos...); mejor es preguntar por el pasado: “¿Ha denunciado alguna vez?”
- ◆ Expresión neutral: Que la forma de redactar no sesgue o condicione la respuesta (“¿No crees que...?”). Eliminar términos ofensivos (“*moros*”, “*maricas*”).
- ◆ Lenguaje asequible. Que se entienda. Hay que pensar en el público al que nos dirigimos. Conviene elegir el rasero o nivel más bajo. A veces convendrá usar *argot*.
- ◆ Claridad. Evitar ambigüedades. El encuestado ha de estar seguro de qué se le pregunta. No preguntar por lo que exceda el conocimiento del entrevistado.
- ◆ Hacer preguntas específicas, en contexto y tiempo. Convendrá especificar: “... en Huelva”, “... en los últimos 6 meses”. No obligar a hacer cálculos o a abusar de la memoria (“¿Cuántos cigarrillos fumas al año?”, “¿Cuántas veces has suspendido un examen?”).
- ◆ Un solo tema por pregunta. Así, no “¿Qué opina del Gobierno y de la Oposición?”
- ◆ Exclusividad (en preguntas cerradas): que sólo se pueda elegir una respuesta; que éstas no se solapen (no: “50–100, 100–200”, sino “50–99, 100–199”).
- ◆ Exhaustividad: asegurarse de incluir todas las respuestas posibles. Si no, poner al menos “☐ Otras (especificar) ”.
- ◆ Ofrecer respuestas equilibradas. Si hay un “muy de acuerdo”, debe haber un “muy en desacuerdo”; si se pone “De 1 a 5”, hay controversia sobre cómo interpretar el “3”, que suele usarse como *valor refugio*; mejor poner “De 1 a 4”, aunque entonces muchos tienden a responder NS / NC (No sabe o no contesta).

- ◆ NS / NC: Ofrecer esta opción lo menos posible, por ser un fácil *valor refugio* que evita esforzarse en responder. Además es difícil de interpretar: ¿no saben o no quieren contestar?

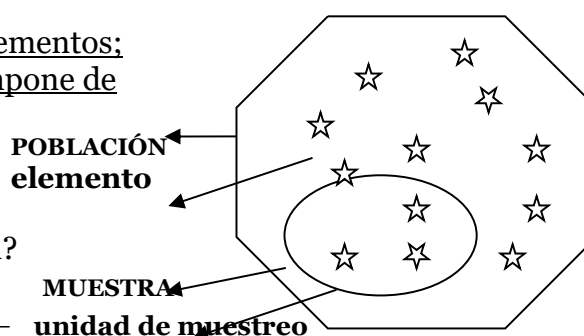
EL MUESTREO

¿Cuál es la **población** o el **universo** de nuestro estudio? Generalmente no podemos trabajar con toda ella. Habremos de recurrir a una **muestra**: un subconjunto de la población que comparte con ella todos sus rasgos principales (si no, sería una muestra *sesgada*). Lo más importante al buscar la muestra es su representatividad.

Sólo se podrá prescindir de muestras cuando trabajemos con censos o la totalidad de una población (por ejemplo, con “todos los alumnos de esta clase”, que es una cantidad muy limitada). Trabajar con censos da, por supuesto, resultados más válidos, pero con frecuencia no podremos estudiar a “toda” una población, o no dispondremos de censos o listados totales de ésta, o serán muy deficientes.

Usar muestras, en general, es más cómodo, rápido y barato. Las usaremos para generalizar: se supone que los resultados o conclusiones válidas para la muestra lo serán también para la población en general.

Una población se compone de elementos;
una muestra (o marco muestral) se compone de
unidades de muestreo.



¿Cuántas unidades de muestreo serán necesarias para una investigación?

Varía mucho dependiendo del asunto o de la población a estudiar. No es lo mismo estudiar prostitutas (hay pocas y poco accesibles al investigador) que consumidores (todos lo somos). Para trabajos de clase en Bachillerato bastarán 70 u 80 (al menos 25-30 por alumno). En trabajos profesionales, desde 300 (lo habitual son de 800 a 2000); en macroencuestas, de 10.000 a 15.000.

¿Cómo se hace el muestreo?

Hay dos tipos principales, el probabilístico y el no probabilístico.

El **probabilístico** es más aleatorio y da más confianza. Supone, en general, disponer de censos. Varios subtipos:

- Aleatorio simple: sobre un censo, se aplican tablas de números aleatorios.
- Aleatorio sistemático: se elige aleatoriamente la primera unidad de la muestra, y de ahí se sigue por orden con el resto.
- Por conglomerados: se eligen aleatoriamente grupos enteros.

El **no probabilístico** es menos fiable, por no basarse en el azar, pero a menudo es la única opción disponible. Varios subtipos:

- Accidental: se escoge a la gente (unidades) al azar. Muy poca validez.
- Sistemático (no aleatorio): en un censo, se empieza por un número no elegido aleatoriamente.
- Intencional: se elige a la gente por ciertos criterios, con un interés determinado (útil si estudiamos una población muy característica: “calvos de más de 2 metros”).

- Por cuotas: se busca un número prefijado de unidades de cada categoría preestablecida (se buscan “perfiles”).
- Por “bola de nieve”: a través de personas–puente (uno nos lleva a otro, etc.); especialmente útil al estudiar fenómenos ocultos o ilegales.

En general habrá que aplicar todas las medidas posibles para garantizar la representatividad de la muestra, es decir, para que sea lo más parecida posible a la población en general y no se distinga de ésta por ninguna característica en particular.

ALGUNAS SUGERENCIAS:

→ Se trabajará con el mayor número de unidades de muestreo posible (o se hará el mayor número posible de encuestas), aunque si la población estudiada es pequeña cabe ser menos exigentes.

→ Cuidar el muestreo (la selección de la muestra): hay que buscar siempre la máxima aleatoriedad.

→ Si no se dispone de censos (listados de toda la población), buscar datos estadísticos, pirámides poblacionales, etc., que nos den una idea precisa de la población a estudiar y de qué porcentaje de ella son varones, o jóvenes, o jubilados, o habitantes de cada barrio... para procurar siempre que nuestra muestra sea lo más parecida posible a la población (con los mismos porcentajes de cada grupo: si el 18% de nuestra población es mayor de 65 años, también lo será el 18% –más o menos– de nuestra muestra). A esto se llama estratificar. Hay muchas páginas en *internet*, de organismos oficiales o no, que contienen esas informaciones.

→ Si van a hacerse encuestas telefónicas: buscar una guía telefónica de la ciudad, seleccionar al azar algunas páginas (usando, por ejemplo, tablas de números aleatorios con la contenida en los *Apéndices*); elegir al azar dos cifras y seleccionar los números de teléfono que terminen en esas dos cifras.

- Habrá que seleccionar más números de los previstos: muchos rechazarán contestar, o sólo aceptarán encuestas breves.
- Cuidado con los sesgos por edades o sexos: responderán más mujeres que varones, o mayores que jóvenes, y eso deberá corregirse (preguntando por ejemplo por otros miembros de la familia).

→ Si se van a hacer encuestas a domicilio: A partir de datos estadísticos y contando con un callejero de la ciudad, seleccionaremos aleatoriamente calles, y dentro de ellas números, repartidas proporcionalmente en cada barrio según su población, o su nivel de renta, etc. (si la población de nuestro estudio es la de toda la ciudad).

- Evitar los mismos sesgos (más mujeres, viejos...) que en el caso anterior. Convendrá hacer las encuestas a ratos en diferentes días y a las mismas horas.

→ Si se van a hacer encuestas en la calle: esta opción parece la más fácil y cómoda y lamentablemente es la menos fiable estadística y científicamente. Habrá que cuidar mucho la estratificación por tramos de edad, nivel de estudios, nivel de renta, sexo, etc. en la selección de la muestra, y hacerlas en lugares y horas variados y distribuidos aleatoriamente con proporción a nuestra población de estudio. Huir al máximo del *muestreo accidental*.

6 – Apéndice

Los siguientes materiales pueden servir de ayuda y modelo para la realización de las actividades. No obstante, puedes encontrar muchos más ejemplos e información en otras fuentes.

Están tomados del manual de M^a José Rubio y Jesús Varas *El análisis de la realidad en la intervención social. Métodos y técnicas de investigación*, Editorial CCS, Madrid, 1999, que está a vuestra disposición si queréis ampliar información o consultar dudas.

VENTAJAS E INCONVENIENTES DE LOS TRES TIPOS DE ENCUESTA

	VENTAJAS	INCONVENIENTES
Encuesta personal	• Es la que más se adecua a la disponibilidad/tiempo del entrevistado. • Obtiene la tasa de respuestas más elevada. • Incluye a personas con dificultades para rellenar por sí mismas un cuestionario (analfabetos...). • Es posible clarificar preguntas y respuestas en el momento. • Elimina errores de respuesta. • Posibilidad de convencer al entrevistado para continuar. • Recoge respuestas espontáneas.	• Es la más costosa en términos económicos. • Necesita más tiempo que la encuesta telefónica. • Posibles interferencias y/o sesgos del entrevistador. • Dificultad para acceder a determinadas personas (tiempo, ocupación, acceso a sus casas o lugares de trabajo, etc.).
Encuesta telefónica	• Menos costosa que la personal. • Más rápida. • Menos exigente con los entrevistadores. • El sesgo del entrevistador es controlable más fácilmente. • Mejor tasa de respuesta que por correo. • Posibilidad de clarificar preguntas y respuestas.	• Sólo se incluyen en la muestra a las personas que aparecen en la guía telefónica. • Sensación de frialdad, ausencia de empatía entre entrevistador-entrevistado. • La conversación debe ser breve (no más de 10 o 15 minutos), pues de lo contrario produce cansancio, falta de concentración, etc.
Encuesta por correo	• Menos costosa que la encuesta personal. • Posibilidad de obtener una tasa de respuesta mayor en las preguntas confidenciales. • Posibilidad de acceder a personas alejadas espacialmente o muy ocupadas. • No existen interferencias ni sesgos del entrevistador. • Mayor flexibilidad en relación a los tiempos y ocupaciones del entrevistado. • Mayor posibilidad para reflexionar las respuestas. • El entrevistado tiene la posibilidad de consultar o verificar antes de responder.	• Baja tasa de respuestas. • Dudosa representatividad de los cuestionarios devueltos. • Muy limitada por el nivel educativo de los entrevistados. • Imposibilidad de que el entrevistado siga el orden de las respuestas. • Quien responde puede verse influido por las opiniones de otras personas. • El cuestionario ha de ser breve y muy sencillo. • En realidad se desconoce la identidad de la persona que ha contestado el cuestionario, pues éste puede haber sido rellenado por otra persona de su entorno. • Es un proceso que necesita bastante tiempo.

Adaptación del esquema de R. PINEAULT y C. DAVELUY (1990: 168-169).

DISTRIBUCIÓN HABITUAL DE UN CUESTIONARIO

• DATOS DE CONTROL
• PRESENTACIÓN
• PREGUNTA/S DE INTRODUCCIÓN
• BLOQUES TEMÁTICOS
• DATOS DE CLASIFICACIÓN

VENTAJAS E INCONVENIENTES DE LAS PREGUNTAS ABIERTAS Y CERRADAS

	VENTAJAS	INCONVENIENTES
Preguntas abiertas	– Ofrecen la posibilidad de descubrir nuevas respuestas, opiniones o situaciones no previstas por el investigador. – Pueden reconducir o negar las hipótesis previas del investigador. – Dan mayor libertad al encuestado. – Permiten un grado mayor de profundización y de matización de la información. – Dejan mayor libertad al entrevistado.	– Requieren un proceso de cierre y codificación de las respuestas obtenidas. – Se emplea más tiempo. – Si la pregunta no está bien formulada, se pueden obtener respuestas ajenas a los objetivos de la investigación. – Se precisa mayor atención del entrevistador para recoger con exactitud las palabras del entrevistado. – El entrevistador puede introducir sesgos en la información si no transcribe con fidelidad las respuestas.
Preguntas cerradas	– Son sencillas de codificar. – Dan agilidad al cuestionario. – Requieren un menor esfuerzo del entrevistador y del entrevistado. – Facilitan la comparación de respuestas.	– Casi siempre imponen limitaciones a las posibles respuestas. – Reducen y acotan el campo semántico. – Exigen una redacción clara y sin ambigüedades. – El investigador ha de tener un buen conocimiento sobre el tema. – Las preguntas pueden ser mal interpretadas. – El entrevistado puede elegir una respuesta, sin que refleje con exactitud su opinión.

EJEMPLO DE BLOQUES TEMÁTICOS EN UN CUESTIONARIO
— RUTINAS DIARIAS (hora de levantarse, acostarse, comidas, etc.).
— AFICIONES (actividades, espectáculos, cuáles se practican, etc.).
— OCUPACIONES ACTUALES (estudio, trabajo, remuneraciones, contratos, paro, tiempo buscando trabajo, etc.).
— MEDIOS ECONÓMICOS (ingresos propios, gastos, gastos que decide personalmente, etc.).
— RELACIONES PERSONALES (estado civil, hijos, proyectos respecto al matrimonio e hijos, con quién se habla de religión, política, trabajo, estudios, sexo... problemas personales, etc.).
— ASOCIACIONISMO.
— ESCALAS DE ACTITUDES SOCIALES, POSICIÓN POLÍTICA Y RELIGIOSA.
— DATOS DE CLASIFICACIÓN.

Informe de Juventud en España 1988. (ZÁRRAGA, 1989.)

PREGUNTA CERRADA DICOTÓMICA	
¿CREE VD. QUE TODA PERSONA PORTADORA DEL VIRUS DEL SIDA AL FINAL ACABA CONTRAYENDO LA ENFERMEDAD?	
— Sí	1
— No	2

Fuente: *Actitudes sociales ante el SIDA entre el colectivo de trabajadores en salud.* (Plan Nacional sobre el SIDA, 1990.)

PREGUNTAS CERRADAS CON LISTADO DE RESPUESTAS (De elección única)	
¿DÓNDE VIVÍA VD. ANTES DE VENIR AL BARRIO?	
— En las antiguas Palomeras	1
— En otra zona de Vallecas	2
— En otro distrito de Madrid	3
— Fuera de Madrid	4
— Ha nacido en el barrio	5

Fuente: *Encuesta a los vecinos.* (VV.AA., 1990.)

PREGUNTA CERRADA CON TARJETA	
DE LOS SIGUIENTES PROBLEMAS SOCIALES, DIME LOS CUATRO QUE CONSIDERAS MÁS IMPORTANTES PARA EL PAÍS. (Entrevistador: mostrar tarjeta)	
— La droga	1
— La inmigración	2
— El consumo abusivo de bebidas alcohólicas	3
— El SIDA	4
— La corrupción de la vida política	5
— El consumo abusivo de tabaco	6
— El poder de los partidos políticos	7
— El paro	8
— La vivienda	9

TARJETA
— La droga.
— La inmigración.
— El consumo abusivo de bebidas alcohólicas.
— El SIDA.
— La corrupción de la vida política.
— El consumo abusivo de tabaco.
— El poder de los partidos políticos.
— El paro.
— La vivienda.

Fuente: *Jóvenes españoles.* (ELZO, 1994.)

EJEMPLO DE CODIFICACIÓN DE PREGUNTAS Y PREGUNTAS FILTRO

P. 28. ¿PODRÍAS DECIRME SI ALGUNA VEZ EN TU VIDA HAS PROBADO ALGÚN TIPO DE BEBIDA ALCOHÓLICA?

- No, nunca he probado 1
- Sí, he bebido al menos en alguna ocasión 2
- NS 8
- NC 9

➔ P. 28a. ¿EN LA ACTUALIDAD CONSUMES BEBIDAS ALCOHÓLICAS O ERES TOTALMENTE ABSTEMIO?

- No, no bebo nunca 1
- Sí 2
- NS 8
- NC 9

➔ P. 28b. ¿A QUÉ EDAD BEBISTE ALCOHOL POR PRIMERA VEZ?

- Cuando tenía menos de 10 años 1
- De 10 a 12 2
- De 13 a 14 3
- De 15 a 16 4
- De 17 a 18 5
- Más de 19 6

(A todos)

P. 29. ¿PODRÍAS DECIRME SI ALGUNA VEZ EN TU VIDA HAS FUMADO?

- No, nunca he fumado 1
- Sí, he fumado al menos en alguna ocasión 2
- NS 8
- NC 9

BUENOS DÍAS/TARDES, ESTAMOS HACIENDO UNA INVESTIGACIÓN ACERCA DE ALGUNAS OPINIONES, MOTIVACIONES Y EXPECTATIVAS DE LOS EDUCADORES SOCIALES. NOS GUSTARÍA QUE RESPONDIERAS CON SINCERIDAD. RECUERDA QUE EL CUESTIONARIO ES ANÓNIMO Y QUE LAS RESPUESTAS NUNCA SE TRATARÁN INDIVIDUALMENTE. GRACIAS POR TU COLABORACIÓN.

Nº DE ESTUDIO (1)
Nº DE CUESTIONARIO (2-3)

NOMBRE DEL ENTREVISTADOR
FECHA Y HORA
DURACIÓN (MINUTOS)

P. 1. DENTRO DE LA SOCIEDAD EXISTEN DIFERENTES ORGANIZACIONES, INSTITUCIONES O COLECTIVOS QUE DESARROLLAN UNA LABOR SOCIAL. POR FAVOR, ¿PODRÍAS INDICAR CUÁL O CUÁLES CONOCES?

(4-5)

- Servicios del Ayuntamiento 0
- Serv. de la Comunidad de Madrid 1
- Serv. de ministerios 2
- Asociaciones 3
- Cáritas 4
- Cruz Roja 5
- ONGS (especifica cuál) 6
- Otros (especifica cuál) 7

P. 2. SEGÚN TU CRITERIO, ¿CUÁL DE ESAS ORGANIZACIONES, INSTITUCIONES O COLECTIVOS ESTÁ REALIZANDO UNA LABOR MÁS ADECUADA? (Señala tres en orden de preferencia)

1ª 2ª 3ª
(6-7) (8-9) (10-11)

- Servicios del Ayuntamiento 0 0 0
- Serv. de la Comunidad de Madrid 1 1 1
- Serv. de ministerios 2 2 2
- Asociaciones 3 3 3
- Cáritas 4 4 4
- Cruz Roja 5 5 5
- ONGS (especifica cuál) 6 6 6
- Otros (especifica cuál) 7 7 7

P. 3. VAMOS A HABLAR AHORA MÁS EN CONCRETO DE LAS PERSONAS QUE REALIZAN ESA LABOR SOCIAL. EN TU OPINIÓN, ¿QUIÉNES ESTÁN DESARROLLANDO UNA LABOR MÁS EFICAZ EN LA RESOLUCIÓN DE PROBLEMAS SOCIALES? (Señala tres en orden de preferencia)

1ª 2ª 3ª
(12) (13) (14)

- Educadores sociales 0 0 0
- Animadores Socio-culturales 1 1 1
- Religiosos/as 2 2 2
- Voluntarios 3 3 3
- Médicos/otros sanitarios 4 4 4
- Trabajadores sociales 5 5 5
- Psicólogos 6 6 6
- Pedagogos 7 7 7
- Sociólogos 8 8 8
- Otros (especifica cuál) 9 9 9

P. 4. DENTRO DE ESTOS COLECTIVOS, LOS EDUCADORES SOCIALES, LOS ASC Y LOS TRABAJADORES SOCIALES SUELEN TRABAJAR JUNTOS. POR FAVOR, DE LAS SIGUIENTES TAREAS SEÑALA LAS QUE TÚ CREES QUE SUELEN REALIZAR CADA UNO DE ELLOS.

EDU. ASC TS
(15-16) (17-18) (19-20)

- Orientar personalmente 0 0 0
- Derivar a otros profesionales 1 1 1
- Fomentar la participación 2 2 2
- Programar actividades 3 3 3
- Coordinar equipos 4 4 4
- Ofrecer recursos 5 5 5
- Estar en la calle detectando problemas sociales 6 6 6
- Estar en un despacho coordinando/gestionando programas sociales 7 7 7
- Dinamizar grupos sociales 8 8 8
- Hacer funciones que otros no quieren hacer 9 9 9
- Dinamizar personas 10 10 10
- Ayudar a que las personas enfrenten sus problemas 11 11 11
- Provocar cambios en las personas 12 12 12

P. 5. CENTRÁNDONOS EN LA FIGURA DEL EDUCADOR SOCIAL, ¿CÓMO LA DEFINIRÍAS TÚ EN POCAS PALABRAS?

(21-22)

- Un técnico 0
- Una persona con espíritu joven 1
- Un vocacional 2
- Una persona entregada a los demás 3
- Un revolucionario 4
- Una persona concienciada 5
- Un profesional 6
- Un líder 7
- Un gestor de recursos 8
- Un trabajador más 9
- Un militante del compromiso social 10

P. 6. ESCOGE TRES CARACTERÍSTICAS BÁSICAS QUE A TU JUICIO DEBE TENER UN EDUCADOR SOCIAL (Escoge tres en orden de preferencia)

1ª 1ª 3ª
(23) (24) (25)

- Formación teórica 0 0 0
- Formación práctica 1 1 1
- Creatividad 2 2 2
- Dinamismo 3 3 3
- Compromiso 4 4 4

- Simpatía 5 5 5
- Generosidad 6 6 6
- Inteligencia 7 7 7
- Experiencia 8 8 8

P. 7. EN TU OPINIÓN, LA EDUCACIÓN SOCIAL DEBERÍA SER UNA ACTIVIDAD:

(26)

- No remunerada 0
- Remunerada 1
- En algunos casos remunerada y en otros no remunerada 2
- Me es indiferente 3

P. 8. POR LO QUE TÚ CONOZCAS O HAYAS OÍDO HABLAR, EN LA ACTUALIDAD HAY MUCHA, BASTANTE, ALGUNA, Poca O NINGUNA GENTE TRABAJANDO DE FORMA VOLUNTARIA:

(27)

- Mucha 0
- Bastante 1
- Alguna 2
- Poca 3
- Ninguna 4
- No sabe 9

P. 9. EN TU OPINIÓN, ¿LA CALIDAD DE LA LABOR QUE REALIZA UN VOLUNTARIO ES MEJOR, IGUAL O PEOR QUE LA QUE HACE ALGUIEN DE MODO REMUNERADO?

(28)

- Mejor 0
- Peor 1
- Igual 2
- No sabe 3

Razona tu respuesta brevemente

.....
.....
.....

P. 10. EN OCASIONES SE SUELEN OÍR ALGUNAS EXPRESIONES ACERCA DEL VOLUNTARIADO. ¿PODRÍAS INDICAR SI ESTÁS MUY DE ACUERDO, BASTANTE, ALGO, POCO O NADA DE ACUERDO CON CADA UNA DE ELAS?

M B A P N
(29)

- El voluntariado es imprescindible si queremos tener una sociedad mejor 0 1 2 3 4

(30) - Las necesidades sociales son tantas que sin voluntarios la sociedad se deterioraría mucho 0 1 2 3 4

(31) - Muchas instituciones y organizaciones se aprovechan del voluntariado para no pagar a la gente 0 1 2 3 4

(32) - El voluntariado es necesario pues realiza trabajos que no quiere hacer nadie 0 1 2 3 4

(33) - El voluntariado quita puestos de trabajo 0 1 2 3 4

(34) - Ningún país podría soportar económicamente el trabajo que realizan los voluntarios si tuviera que pagarlo 0 1 2 3 4

VAMOS A HABLAR AHORA SOBRE ALGUNAS ACTIVIDADES PERSONALES.

P. 11. ¿EN LA ACTUALIDAD REALIZAS ALGUNA LABOR RELACIONADA CON LA EDUCACIÓN SOCIAL?

(35) - Si 0 -> Pasar a P. 12.
- No 1

P. 11a. ¿TE GUSTARÍA REALIZAR ALGUNA LABOR RELACIONADA CON ESOS CAMPOS?

(36) - No 0
- Si, como voluntario 1
- Si de forma remunerada 2
- Si (voluntario o remunerado) 3
- NS/NC 9

P. 11b. ¿CREE QUE EN UN FUTURO PRÓXIMO (2 o 3 AÑOS) REALIZARÁS ALGUNA LABOR RELACIONADA CON ESOS CAMPOS?

(37) - No 0
- Si, como voluntario 1
- Si, de forma remunerada 2

(38) - Si (voluntario o remunerado) 3
- NS/NC 9

RAZONA BREVEMENTE TU RESPUESTA

Pasar a P. 20.

P. 12. ¿ESA LABOR ES VOLUNTARIA O REMUNERADA?

(38) - Voluntaria 0
- Remunerada 1

P. 13. ¿CUÁNTO TIEMPO LLEVAS REALIZANDO ESA ACTIVIDAD? (Anotar en meses y años)

(39) - (40)

P. 14. ¿EN QUÉ TIPO DE ORGANISMO REALIZAS ESA ACTIVIDAD?

(40) - Ayuntamiento 0
- Comunidad Autónoma 1
- Ministerio 2
- Asociación 3
- Cáritas 4
- Cruz Roja 5
- ONGS 6
- Parroquia 7
- Otras (especificar cuál) 8

P. 15. ESTA ACTIVIDAD ESTÁ CENTRADA EN:

(41-42) - Educación de adultos 0
- Animación de personas mayores 1
- Educador marginación:
- Atención toxicómanos 2
- Prevención toxicomanías y delincuencia 3
- Atención enfermos SIDA 4
- Atención maltratos 5
- Atención en cárceles 6
- Educación de familias 7
- Animación juvenil 8
- Aulas de cultura 9
- Promoción de la mujer 10
- Tiempo libre 11
- Formación ocupacional 12
- Prevención comunitaria 13
- Otras (especifica cuál) 14

P. 16. POR FAVOR, INDICA LA/S TAREA/S QUE REALIZAS, RESPONSABILIDADES Y ACTIVIDADES CONCRETAS:

(43) M B A P N

(44) - Satisfecho 0 1 2 3 4

(45) - Inquieto 0 1 2 3 4

(46) - Quemado 0 1 2 3 4

(47) - Entusiasmado 0 1 2 3 4

(48) - Optimista 0 1 2 3 4

(49) - Desorientado 0 1 2 3 4

(50) - Con falta de conocimientos teóricos 0 1 2 3 4

(51) - Con falta de práctica 0 1 2 3 4

(52) - Con falta de recursos 0 1 2 3 4

P. 17. EN TÉRMINOS GENERALES, CUANDO REALIZAS ESA LABOR TE SIENTES: MUCHO, BASTANTE, ALGO, POCO O NADA:

(43) M B A P N

(44) - Satisfecho 0 1 2 3 4

(45) - Inquieto 0 1 2 3 4

(46) - Quemado 0 1 2 3 4

(47) - Entusiasmado 0 1 2 3 4

(48) - Optimista 0 1 2 3 4

(49) - Desorientado 0 1 2 3 4

(50) - Con falta de conocimientos teóricos 0 1 2 3 4

(51) - Con falta de práctica 0 1 2 3 4

(52) - Con falta de recursos 0 1 2 3 4

P. 18. POR LO GENERAL, CUANDO SE REALIZA UNA LABOR SOCIAL SE SUELEN PLANTEAR UNOS OBJETIVOS A CONSEGUIR, ¿CREE QUE LA INTERVENCIÓN QUE REALIZAS CONSIGUE LOS OBJETIVOS QUE TE HAS PLANTEADO?

(53) - Sí, con mucha frecuencia 0
- Sí, con bastante frecuencia 1
- No, con bastante frecuencia 2
- No, con mucha frecuencia 3
- No sabe 9

¿POR QUÉ?

P. 19. PENSANDO EN UN FUTURO PRÓXIMO (2 O 3 AÑOS) ¿CREE QUE SEGUIRÁS HACIENDO LA LABOR QUE REALIZAS ACTUALMENTE?

(54) - Es probable que sí 0
- Es probable que no 1
- No sabe 9

¿POR QUÉ?

A TODOS

P. 20. PENSANDO AHORA EN TU EXPERIENCIA EN EL CAMPO DE LA EDUCACIÓN SOCIAL, ¿HAS REALIZADO ALGUNA ACTIVIDAD VOLUNTARIA O REMUNERADA SIN TENER EN CUENTA LA QUE ESTÁS HACIENDO AHORA?

(55) - No 0 -> Pasar a D.1.
- Sí 1

	Voluntaria (56-57)	Remunerada (58-59)
• Ayuntamiento	0	0
• Comunidad Autónoma	1	1
• Ministerios	2	2
• Asociaciones	3	3
• Cáritas	4	4
• Cruz Roja	5	5
• ONGS (especificar)	6	6
• Parroquias	7	7
• Otras (especificar)	8	8

P. 21. EN CONJUNTO, ¿CÓMO VALORARÍAS ESA EXPERIENCIA?

	Voluntaria (60)	Remunerada (61)
- Muy satisfactoria	0	0
- Bastante satisfactoria	1	1
- Algo satisfactoria	2	2
- Poco satisfactoria	3	3
- Nada satisfactoria	4	4

DATOS DE CLASIFICACIÓN:

D. 1. SEXO

(62) - Hombre 0
- Mujer 1

D. 2. EDAD

(63) Años

D. 3. ESTADO CIVIL

(64) - Soltero/a 0
- Casado/a 1
- Viudo/a 2
- Separado/a 3
- Divorciado/a 4

D. 4. ESTUDIOS REALIZADOS O EN CURSO (Especificar con detalle)

(65-66)

D. 5. OCUPACIÓN DEL ENTREVISTADO (especificar con detalle)

(67-68)

D. 6. ¿QUÉ PERSONAS CONVIVEN CONTIGO?

(69) - Vivo solo 0
- Padre 1
- Madre 2
- Mi cónyuge o pareja 3
- Mis hermanos/as 4
- Mis hijos/as 5
- Amigos/as 6
- Otros familiares 7

- En comunidad religiosa 8
- Otras personas 9

D. 7. ¿QUIÉN ES EL CABEZA DE FAMILIA?

(70) - Entrevistado 0
- Cónyuge o pareja 1
- Padre/Madre 2
- Comunidad religiosa 3
- Otros 4

D. 8. OCUPACIÓN DEL CABEZA DE FAMILIA (para los que hayan respondido en las preguntas anteriores "comunidad religiosa", especificar la ocupación del cabeza de familia de origen)

(71-72)

D. 9. ¿PODRÍAS INDICAR CUÁLES SON TUS CREENCIAS RELIGIOSAS?

(73) - Católico practicante 0
- Católico no practicante 1
- Agnóstico 2
- Indiferente 3
- Otras religiones 4
- No creyente 5
- NS/NC 9

D. 10. EN LA SIGUIENTE ESCALA DE POSICIONAMIENTO IDEOLÓGICO (SIENDO 1 PARA LO MÁS A LA IZQUIERDA, Y EL 10 PARA LO MÁS A LA DERECHA), ¿QUÉ LUGAR ESTÁ MÁS ACORDE CON TU FORMA DE VER EL MUNDO?

(74) 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10
Izquierda Derecha

TABLA PARA LA DETERMINACIÓN DE UNA MUESTRA SACADA DE UNA POBLACIÓN FINITA, PARA MÁRGENES DE ERROR DE 1, 2, 3, 4, 5, 10 POR 100, EN LA HIPÓTESIS DE P = 50%. MARGEN DE CONFIANZA DEL 95,5%

Amplitud de la población	Amplitud de la muestra para márgenes de error abajo indicados					
	± 1%	±2%	±3%	±4%	±5%	±10%
500					222	94
1.000				385	286	83
1.500			638	441	316	91
2.000			714	476	333	95
2.500		1.250	769	500	345	96
3.000		1.364	811	517	353	97
3.500		1.458	843	530	359	97
4.000		1.538	870	541	364	96
4.500		1.607	891	549	367	98
5.000		1.667	909	556	370	98
6.000		1.765	938	566	375	98
7.000		1.842	949	574	378	99
8.000		1.905	976	580	381	99
9.000		1.957	989	584	383	99
10.000	5.000	2.000	1.000	588	385	99
15.000	6.000	2.143	1.034	600	390	99
20.000	6.667	2.222	1.053	606	392	100
25.000	7.143	2.273	1.064	610	394	100
50.000	8.333	2.381	1.087	617	397	100
100.000	9.091	2.439	1.099	621	398	100
∞	10.000	2.500	1.111	625	400	100

P= proporción (en porcentajes) de los elementos portadores del carácter considerado. Si p es < 50% la muestra necesaria es más pequeña.
Tomada de GARCÍA FERNANDO (1982).

NÚMEROS ALEATORIOS

10 09 73 25 33	76 52 01 35 86	34 67 35 48 76	80 95 90 91 17	39 29 27 49 45
37 54 20 48 05	64 89 47 42 96	24 80 52 40 37	20 63 61 04 02	00 82 29 16 65
08 42 26 89 53	19 64 50 93 03	23 20 90 25 00	15 95 33 47 64	35 08 03 36 06
99 01 90 25 29	09 37 67 07 15	38 31 13 11 65	88 67 67 43 97	04 43 62 76 59
12 80 79 99 70	80 15 73 61 47	64 03 23 66 53	98 95 11 08 77	12 17 17 68 33
66 06 57 47 17	34 07 27 68 50	36 69 73 61 70	65 81 33 61 70	11 19 92 91 70
31 06 01 08 05	45 57 18 24 06	35 30 34 26 14	86 79 90 74 39	23 40 30 97 32
85 26 97 76 02	02 05 16 56 92	68 66 57 48 18	73 05 38 52 47	18 62 38 85 79
63 57 33 21 35	05 32 54 70 48	90 55 35 75 48	28 46 82 87 09	83 49 12 56 24
73 79 64 57 53	03 52 96 47 78	35 80 83 42 82	60 93 52 03 44	35 27 38 84 35
98 52 01 77 67	14 90 56 86 07	22 10 94 05 58	60 97 09 34 33	50 50 07 39 98
11 80 50 54 31	39 80 82 77 32	50 72 56 82 48	29 40 52 42 01	52 77 56 78 51
83 45 29 96 34	06 28 89 80 83	13 74 67 00 78	18 47 54 06 10	68 71 17 78 17
88 68 54 02 00	86 50 75 84 01	36 76 66 79 51	90 36 47 64 93	29 60 91 10 62
99 59 46 73 48	87 51 76 49 69	91 82 60 89 28	93 78 56 13 68	23 47 83 41 13
65 48 11 76 74	17 46 85 09 50	58 04 77 69 74	73 03 95 71 86	40 21 81 65 44
80 12 43 56 35	17 72 70 80 15	45 31 82 23 74	21 11 57 82 53	14 38 55 37 63
74 35 09 98 17	77 40 27 72 14	43 23 60 02 10	45 52 16 42 37	96 28 60 26 55
69 91 62 68 03	66 25 22 91 48	36 93 68 72 03	76 62 11 39 90	94 40 05 64 18
09 89 32 05 05	14 22 56 85 14	46 42 75 67 88	96 29 77 88 22	54 38 21 45 98
91 49 91 45 23	68 47 92 76 86	46 16 28 35 54	94 75 08 99 23	37 08 92 00 48
80 33 69 45 98	26 94 03 08 58	70 29 73 41 35	53 14 03 33 40	42 05 08 23 41
44 10 48 19 49	85 15 74 79 54	32 97 92 65 75	57 60 04 08 81	22 22 20 64 13
12 55 07 37 42	11 10 00 20 40	12 86 07 46 97	96 64 48 94 39	28 70 72 58 15
63 60 64 93 29	16 50 53 44 84	40 21 95 25 63	43 65 17 70 82	07 20 73 17 90
61 19 69 04 46	26 45 74 77 74	51 92 43 37 29	65 39 45 95 93	42 58 26 05 27
15 47 44 52 66	95 27 07 99 53	59 36 78 38 48	82 39 61 01 18	33 21 15 94 66
94 55 72 85 73	67 89 75 43 87	54 62 24 44 31	91 19 04 25 92	92 92 74 59 73
42 48 11 62 13	97 34 40 87 21	16 86 84 87 67	03 07 11 20 59	25 70 14 66 70
23 52 37 83 17	73 20 88 98 37	68 93 59 14 16	26 25 22 96 63	05 52 28 25 62
04 49 35 24 94	75 24 63 38 24	45 86 25 10 26	61 96 27 93 35	65 33 71 24 72
00 54 99 76 54	64 05 18 81 59	96 11 96 38 96	54 69 28 23 91	23 28 72 95 29
35 96 31 53 07	26 89 80 93 54	33 35 13 54 62	77 97 45 00 24	90 10 33 93 33
59 80 80 83 91	45 42 72 68 42	83 60 94 97 00	13 02 12 48 92	78 56 52 01 06
46 05 88 52 36	01 39 09 22 86	77 28 14 40 77	93 91 08 36 47	70 61 74 29 41
32 17 90 05 97	87 37 92 52 41	05 56 70 70 07	86 74 31 71 57	85 39 41 18 38
69 23 46 14 06	20 11 74 52 04	15 95 66 00 00	18 74 39 24 23	97 11 89 63 38
19 56 54 14 30	01 75 87 53 79	40 41 92 15 85	66 67 43 68 06	84 96 28 25 07
45 15 51 49 38	19 47 60 72 46	43 66 79 45 43	59 04 79 00 33	20 82 66 95 41
94 86 43 19 94	36 16 81 08 51	34 88 88 15 53	01 54 03 54 56	05 01 45 11 76
59 58 00 64 78	75 56 97 88 00	88 83 55 44 86	23 76 80 61 56	04 11 10 84 08
38 50 80 73 41	23 79 34 87 63	90 82 29 70 22	17 71 90 42 07	95 95 44 99 53
30 69 27 06 68	94 68 81 61 27	56 19 68 00 91	82 06 76 34 00	05 46 26 92 00
65 44 39 56 56	18 28 82 74 37	49 63 22 40 41	08 33 76 56 76	96 29 99 08 36
27 26 75 02 64	13 19 27 22 94	07 47 74 46 06	17 98 54 89 11	97 34 13 03 58

OBSTÁCULOS Y AYUDAS PARA LA COMUNICACIÓN EN UNA ENTREVISTA

Obstáculos	Ayudas
1. Falta de disponibilidad temporal 2. Etiqueta o reserva 3. Amenaza al ego 4. Trauma 5. Memoria 6. Confusión cronológica 7. Generalización 8. Aspectos inconscientes 9. Repercusión 10. Statu quo 11. Ruptura del círculo 12. Interés 13. Mecanismos de defensa	1. Reflejo de cortesía 2. Deseo de influir 3. Necesidad de hablar 4. Cumplimiento de expectativas 5. Reconocimiento 6. Altruismo 7. Comprensión 8. Catarsis 9. Novedad de la situación 10. Sentido o racionalidad 11. Recompensas exteriores

PREGUNTAS CLAVE EN UNA OBSERVACIÓN

1 ¿Qué tipo de observación se va a efectuar?

- Observación participante o no participante.
- No sistematizada, sistematizada o muy sistematizada.
- Cualitativa o cuantitativa.

2 ¿A quién o quiénes se va a observar?

- Un solo individuo.
- Varios.
- Un grupo.
- Un colectivo.
- Una zona geográfica (pueblo, barrio, etc.).

3 ¿En qué lugares y tiempos?

- Natural / Artificial.
- Duración total: días, meses, años.
- Períodos, intervalos.
- Situaciones más significativas.

4 ¿En qué situaciones y momentos?

- Todos los posibles (observación participante).
- Acontecimientos puntuales.
- Situaciones y momentos representativos.
- Al azar.

5 ¿Cuáles serán las unidades de observación?

- Establecimiento de unidades observacionales: constructos, categorías e indicadores.

6 ¿Qué tipo de selección o muestreo se va a efectuar? (si es preciso)

- Exhaustivo.
- Casos guía.
- Redes.
- Casos únicos.
- Casos extremos.
- Casos comparables.
- Cuotas.