

¿Qué datos deben incluirse en la ficha técnica para publicar una encuesta?

ESOMAR actualizó, en 2009, su “Guía sobre la publicación de sondeos de opinión y resultados de encuestas”. En ella se establece el contenido que, como información técnica, debe acompañar a toda publicación.

Con estos datos, la “Ficha Técnica”, se trata de poner a disposición del lector la mínima información que le permita una interpretación adecuada de los resultados que se presentan.

CONTENIDO BÁSICO DE LA FICHA TÉCNICA

- ✓ Ámbito y Universo
- ✓ Tamaño de la muestra
- ✓ Método de muestreo
- ✓ Tratamiento previo de la información (si procede)
- ✓ Recogida de información
- ✓ Fechas de realización
- ✓ Organización responsable de los trabajos

Es importante que los contenidos de esos conceptos o claves técnicas sean precisos y que expresen fielmente los criterios que han guiado la realización de la encuesta.

Sabemos de la exigencia de ajustar al menor espacio posible esta información dentro de la publicación pero, como se verá, seguir estas recomendaciones no supone más espacio del que, generalmente, los medios impresos ya vienen dedicando a esta cuestión.

No se trata de dar explicaciones extensas (innecesarias, por otra parte, para el lector común) sino de ser, simplemente, precisos en las definiciones. A continuación se detallan algunas recomendaciones.

❖ **Ámbito y Universo:** Definir el marco de muestreo **efectivo**

Es decir, si, a partir de la definición previa (criterio genérico) del universo y la extensión geográfica, se da alguna circunstancia que hace que se excluya del alcance real del muestreo una parte de aquel (por reducida que sea) debe darse a entenderse así.

❖ **Tamaño de la muestra:** Número de entrevistas **válidas finales**

Parece ya convención expresar el margen de error aun cuando no se esté trabajando con muestreo aleatorio o, ni siquiera, probabilístico.

Al menos se debería advertir del relativo valor de ese indicador o expresar que su cálculo resulta del supuesto en muestreo aleatorio.

❖ **Método de muestreo:** General y de **cada fase si es polietápico**

Si se trata de muestreo aleatorio, fuente para el muestreo y cobertura.

Si hay estratificación previa del marco de muestreo, variables o criterios de estratificación.

Es importante expresar la proporcionalidad o no de la afijación.

Sobre todo, claridad en el método de selección de unidades últimas (los individuos)

Recomendable incluir el número de puntos de muestreo para dar idea de la dispersión de la muestra.

❖ **Tratamiento de la muestra obtenida:** Si es sometida a **corrección**

En caso de muestreo no proporcional ha de mencionarse el hecho del posterior equilibraje de la muestra para ajustar su estructura a la del universo en estudio. Idealmente se deben mencionar los coeficientes “extremos” (bastan los dos que indiquen mayor y menor representación corregida) que se han hecho necesarios para dicho equilibraje.

❖ **Recogida de información:** **Método para la realización** de entrevistas

Acceso a los entrevistados y aplicación del cuestionario; telefónico, personal en hogar, on line, etc. En caso de haber combinado métodos, especificar cuáles y el alcance de entrevistas con cada uno.

Es obligado especificar si se ha utilizado una plataforma multicliente y/o multiusuarios; por ej., ómnibus, panel pre-establecido con distintos fines, panel de acceso on line, etc.

❖ **Fechas de realización:** Inicio y final de la **realización de entrevistas**

No incluir otras tareas de “campo” anterior o posteriormente inmediatas a la obtención de entrevistas ni el tiempo dedicado a otros aspectos del estudio.

Se trata de establecer el momento preciso de la “foto” que supone el sondeo.

❖ **Organización responsable de los trabajos:** Responsabilidad del **análisis y recogida de información**

En caso de haber participado más de una empresa en la realización del estudio es obligado, al menos, hacer constar la que ha realizado la recogida de información (el trabajo de campo) y la que elabora o analiza los resultados.

En estos casos, por otra parte, la responsabilidad final de la bondad técnica del estudio publicado recae sobre la empresa que ha analizado los datos y que, generalmente, firma la publicación.

Como se comentaba al inicio de estas notas, estos contenidos pueden incluirse sin necesidad de gran espacio en la publicación.

No obstante es una buena práctica incluir esta o una ficha más extensa en la web del medio y mencionar, en la edición en papel, la posibilidad de su consulta. Así mismo esta es una fácil solución para los casos de comunicación de resultados de encuestas en medios audiovisuales.

Comité de Ética de AEDEMO

Marzo, 2013