

## METODOLOGÍA DE CAMPO



### **Sebastián Castro Jiménez**

Licenciado en Sociología

*Director Técnico de Insobel Consulting*

Cada fenómeno estudiado en una investigación, es único en sí mismo, y no fácilmente exportable a otra investigación similar o parecida que pueda plantearse en otro escenario temporal o espacial; cada fenómeno requiere, pues, un diseño específico, que debe construirse con “un método” que puede situarse “a medio camino entre la ciencia y el arte”, en el sentido de que, además de conocer los fundamentos teóricos de las técnicas estadísticas, para realizar un buen diseño, es necesario tener la máxima información previa sobre el fenómeno investigado y los necesarios conocimientos de inferencia estadística, pero, además, se requiere una cierta intuición que se obtiene por la realización en este tipo de trabajos.

En las investigaciones de carácter sociológico es imprescindible determinar el modo de administración del trabajo de campo, en nuestro caso se ha optado , tras barajarse otras posibilidades por las encuestas personales domiciliarias con ordenador (CAPInet), por varias razones, entre las que destacan; la extensión del cuestionario (Tiempo medio estimado de 25”), y que pueden efectuarse preguntas que el entrevistador/a puede “adaptar” los literales de las preguntas a las características socioculturales del entrevistado/a.

En cuanto a la determinación de la muestra, se determinó la realización de 525 encuestas en cada provincia, haciendo un total de 4.200 encuestas a nivel regional, que con un nivel de confianza del 95%, el error muestral se sitúa en +/- 4,3% en cada provincia y de +/- 1,5% . El muestreo aplicado está siendo el muestreo estratificado con afijación proporcional a grupos de edad, sexo y tamaño del municipio (menos de 10.000 hab, de 10.000 hab a 20.000 hab, de 20.001 a 50.000, de 50.001 a 100.000 y más de 100.000 hab) , repartiendo la muestra entre estratos de forma proporcional al tamaño de cada uno de ellos.

El diseño muestral consiste en una muestra en tres etapas (trietápica). En la primera etapa en cada grupo de municipios según su tamaño poblacional se seleccionan aleatoriamente los municipios y secciones censales donde se realiza la entrevista. El entrevistador/a se encarga de la selección en la segunda (hogar) y tercera etapa (individuo). Para la selección de las viviendas se sigue un método de muestreo aleatorio, sistemático y circular con sustituciones, denominado “Randon Route”. Y la selección del individuo se realiza de manera aleatoria hasta cubrir las cuotas correspondientes a cada municipio y sección censal.

Una vez establecida la metodología a seguir se comienza la etapa preparatoria del trabajo de campo, en la que se destaca la figura de los coordinadores, responsables de la formación y unificación de criterios en las posibles incidencias del trabajo de campo en todos los municipios.

En cuanto a la formación se elabora un manual del entrevistador/a en el que entre otras cuestiones incluía; las obligaciones del entrevistador/a, instrucciones para la selección de la muestra y las instrucciones para la cumplimentación del cuestionario. En la fase del trabajo de campo se incide a los/as encuestadores/as que en este instante la calidad de la investigación depende directamente de ellos, haciéndoles participes de uno de los momentos más relevantes en toda investigación sociológica, la recogida de información. Por ello, también se estima oportuno la supervisión telefónica de al menos el 20% de los cuestionarios.

El Cuestionario se divide en grandes bloques temáticos, entre los que destacan los siguientes:

- Asociacionismo
- Hábitos de lectura
- Tv y Radio
- Internet (Ordenador, móvil, Tablet, etc..)
- Cine y películas
- Música
- Teatro
- Artes plásticas y escénicas
- Otras actividades relacionadas con la cultura
- Ocio y gasto en cultura
- Valores
- Datos sociodemográficos