



Máster en Metodología de la Investigación en Ciencias Sociales: Innovaciones y Aplicaciones

Departamento de Sociología: Metodología y Teoría
Facultad de Ciencias Políticas y Sociología
Universidad Complutense de Madrid



PROGRAMA DE LA ASIGNATURA

“MÉTODOS DE ENCUESTA EN LA SOCIEDAD DIGITAL”

**Curso 2026-2027
(Primer semestre)**

**Profesores: M.^a Ángeles Cea D’Ancona
Sara Tena Reiff**



DESCRIPTOR

Conocimiento y dominio de la metodología de encuesta, conjugando la teoría con la práctica real en investigaciones sociales concretas. Los nuevos modos digitales se suman a los convencionales, destacando sus limitaciones y potencialidades en la calidad de la encuesta. Se aportarán conocimientos teórico-prácticos precisos, y a nivel avanzado, para proyectar y ejecutar una encuesta adecuándola a un problema de investigación específico. El alumno ha de ser capaz de detectar los distintos errores que hayan podido converger en el proceso de encuesta y de apuntar actuaciones paliativas en su resolución.

OBJETIVOS FORMATIVOS

- 1- Tener una profunda visión panorámica y pormenorizada de la lógica, el proceso, los componentes y las fases de una investigación mediante encuesta en la sociedad digital (conjugando la teoría con la práctica real en investigaciones sociales concretas). Se cubrirán las distintas fases del proceso de investigación con la especificidad que corresponda a cada método de encuesta, con especial énfasis en las nuevas propuestas digitales.
- 2- Ser capaz de diseñar y desarrollar una encuesta, abordando las diferentes fases en su realización y manejando el pertinente software estadístico.
- 3- Alcanzar una amplia comprensión de los métodos de encuesta que permita detectar los distintos errores que hayan podido converger en el proceso de encuesta, y de apuntar las actuaciones paliativas en su resolución.
- 4- Evaluar los procedimientos más pertinentes y actuales a la hora de estudiar y analizar una investigación por encuestas y los cuestionarios online.
- 5- Conocer y practicar las aplicaciones de la innovación tecnológica en el campo de la investigación social por encuestas.

COMPETENCIAS A DESARROLLAR

En consonancia con la Memoria modificada del Máster, esta asignatura obligatoria está especialmente relacionada con la adquisición de las siguientes competencias: básicas (CB), generales (CG), transversales (CT) y específicas (CE):



Máster en Metodología de la Investigación en Ciencias Sociales: Innovaciones y Aplicaciones

Departamento de Sociología: Metodología y Teoría
Facultad de Ciencias Políticas y Sociología
Universidad Complutense de Madrid



BÁSICA:

CB6 - Poseer y comprender conocimientos que aporten una base u oportunidad de ser originales en el desarrollo y/o aplicación de ideas en un contexto de investigación

CB7 - Que los estudiantes sepan aplicar los conocimientos adquiridos y su capacidad de resolución de problemas en entornos nuevos o poco conocidos dentro de contextos más amplios (o multidisciplinares) relacionados con su área de estudio

CB9 - Que los estudiantes sepan comunicar sus conclusiones y los conocimientos y razones últimas que las sustentan a públicos especializados y no especializados de un modo claro y sin ambigüedades

CB10 - Que los estudiantes posean las habilidades de aprendizaje que les permitan continuar estudiando de un modo que habrá de ser en gran medida autodirigido o autónomo.

GENERALES:

CG3 - Demostrar capacidad de iniciativa e invención para elegir o idear métodos de investigación según las demandas de estudio social.

CG4 - Demostrar capacidad de organización y relación interpersonal para integrar el trabajo y capacidades individuales en labores de equipo, y hacerlo consensuadamente.

CG5 - Demostrar capacidad para plantear y presentar de forma clara y concisa, por escrito y oralmente, los proyectos de investigación demandados y ejecutados, con sensibilidad de archivo e inclinación a la mejora de la calidad.

TRANSVERSALES:

CT1 - Capacidad de aplicar los conocimientos adquiridos en metodología de la investigación al análisis de fenómenos, situaciones o problemas sociales.

CT5 - Capacidad de auto-aprendizaje y de búsqueda autónoma de la información, que permita abordar el estudio de técnicas novedosas o áreas de aplicaciones nuevas, así como avanzar hacia la consecución de una tesis doctoral en los casos que se busque ese objetivo.



Máster en Metodología de la Investigación en Ciencias Sociales: Innovaciones y Aplicaciones

Departamento de Sociología: Metodología y Teoría
Facultad de Ciencias Políticas y Sociología
Universidad Complutense de Madrid



ESPECÍFICAS:

CE2 - Aplicar las principales técnicas de investigación cuantitativa, con especial atención al diseño de encuestas personales, telefónicas asistidas por ordenador y encuestas en la web utilizando programas informáticos específicos.

CE14 - Capacidad de evaluar la calidad de la investigación cuantitativa y cualitativa.

METODOLOGIA DOCENTE

- **Teoría:** exposición teórica acompañada de ejemplos ilustrativos de encuestas reales, para facilitar la comprensión de los contenidos teóricos. La exposición por parte del profesor se acompañará de debate, por parte de los alumnos, de las lecturas exigidas para la superación de la asignatura.
- **Práctica:** la realización de una encuesta, proyectada y ejecutada por los propios alumnos desde el principio hasta el final. Cada fase de la encuesta (incluido el diseño de la muestra y del cuestionario) resultará de la puesta en común del hacer de cada alumno.

La distribución de las actividades docentes se ajustará, en consecuencia, a los siguientes apartados que marca la Memoria del Máster:

- **Sesiones teóricas**, de carácter magistral o similar (acompañadas de ejemplos y debate, con participación de estudiantes a partir de la documentación bibliográfica u otros materiales propuestos).
- **Sesiones prácticas** (de discusiones y exposiciones sobre supuestos prácticos; de ejercicios en aula, salas informáticas o laboratorio, etc.).
- **Tutorización de trabajos** individuales o en equipo que precisan actividad formativa no-presencial.
- Aprovechamiento del **campus virtual** para difusión de materiales de apoyo a la docencia, entrega de ejercicios y corrección de los mismos.
- **Seminarios**, conferencias o similares, con invitados externos o expertos.



TEMARIO

1. La encuesta como estrategia de investigación social

- Características esenciales de la encuesta
- La articulación de la encuesta con otras estrategias de investigación
- La búsqueda de la calidad. Tipología de errores de encuesta y la vulnerabilidad de los distintos métodos de encuesta digitalizados y convencionales
- Criterios de validez y fiabilidad en la metodología de encuesta

2. Elección del método de encuesta: su efecto diferencial en los errores de encuesta

- Encuesta cara a cara (PAPI, CAPI, HAPI)
- Encuesta telefónica (CATI, TDE, VR, ASR)
- Encuesta autoadministrada: a grupo, por correo postal, fax, DBM, EMS y web (CAWI, ACASI)
- Combinación de métodos de encuesta

3. Diseño del cuestionario en cada método de encuesta

- Errores de encuesta debidos al diseño del cuestionario: actuaciones en su mejora
- La concreción del problema de investigación: objetivos e hipótesis
- Operacionalización de los conceptos teóricos en indicadores empíricos
- Formulación de las preguntas: su redacción y formato
- La especificidad de la medición de actitudes
- El formato del cuestionario: ubicación de las preguntas y presentación del cuestionario
- La prueba del cuestionario y su redacción final

4. El diseño de la muestra y el trabajo de campo

- Decisiones clave: adecuación al método de encuesta a aplicar
- La elección del marco muestral y su repercusión en el error de no cobertura
- La selección de las unidades de muestreo: métodos probabilísticos y no probabilísticos
- El error muestral y su repercusión en la calidad de la encuesta



- La contribución del entrevistador a los errores de encuesta
- El error de no respuesta y su reducción

5. Los sistemas de encuesta asistida por ordenador. La encuesta telefónica y online, tecnología y práctica.

- ¿Qué es un Sistema CATI? – Un breve repaso a la tecnología de las encuestas telefónicas, sus necesidades y procedimientos.
- ¿Qué es un Sistema CAWI?
 - El mercado de la investigación online.
 - Cómo funciona un CAWI.
 - Tipos de encuesta online.
 - Fases de la encuesta online.
 - Muestreo en encuestas online.
 - Participación en las encuestas online: duración, incentivo y recordatorio.
- Diseño de una encuesta online y su puesta en marcha.

BIBLIOGRAFÍA BASICA

Cea D'Ancona, M.^a A. (2005/2022) *Métodos de encuesta. Teoría y práctica, errores y mejora*. Madrid. Síntesis.

- (2025) "La calidad de la encuesta en la sociedad digital: Avances y retrocesos". *REIS*, 191: 25-42. <https://doi.org/10.5477/cis/reis.191.25-42>.

De Leeuw, J.J. Hox y D. A. Dillman (eds.) (2008) *International Handbook of Survey Methodology*. New York. Lawrence Erlbaum Associates.

Díaz de Rada Igúzquiza, V., Domínguez Álvarez, J.A., y Pasadas del Amo, S. (2019) *Internet como modo de administración de encuestas*. Madrid. CIS. Colección Cuaderno Metodológico n.º 59.

Groves, R. M., Fowler, F. J. Jr., Couper, M. P., Lepkowski, J. M., Singer, E. y Tourangeau, R. (2009) *Survey methodology*. Hoboken, New Jersey. Wiley & Sons.

Sánchez Carrión, J. J., Segovia Guisado, J. M. y Sánchez Meseguer, P. (2012) "Las encuestas en internet". En Arroyo, M. y Sádaba, I. (eds.), *Metodología de la investigación social. Técnicas innovadoras y sus aplicaciones*. Madrid. Síntesis: 79-108.



BIBLIOGRAFÍA COMPLEMENTARIA

- Alvira Martín, F. (2011) *La Encuesta: Una Perspectiva General Metodológica*. Madrid. CIS. Cuaderno Metodológico nº 35. (2ª edición)
- Battaglia, M. P., Link, M. W., Frankel, M. R., Osborn, L. y Mokdad, A. H. (2008) "An evaluation of respondent selection methods for household mail surveys". *Public Opinion Quarterly*, 72 (3): 459-469.
- Biemer, P. P. (2010) "Total survey error design, implementation, and evaluation". *Public Opinion Quarterly*, 74(5), 817-848.
- Biemer, P. P. y Lyberg, L. E. (2003) *Introduction to Survey Quality*. New Jersey. John Wiley & Sons.
- Cea D'Ancona, M.^a A. (2005) "La senda tortuosa de la *calidad* de la encuesta". *REIS*, 111: 75-103.
- (2012/2023) *Fundamentos y aplicaciones en Metodología cuantitativa*. Madrid. Síntesis.
 - (2022) "Calidad, confianza y participación en encuestas". *Papers*, 107/4: 1-27. <https://doi.org/10.5565/rev/papers.3074>.
- Couper, M. P. (2000) "Web Surveys: A Review of Issues and Approaches". *Public Opinion Quarterly*, 64: 464-494.
- (2017) "New developments in survey data collection". *Annual Review of Sociology*, 43, 121-145.
- Couper, M. P., Traugott, M. W. y Lamias, M. J. (2001) "Web survey design and administration". *Public Opinion Quarterly*, 65: 230-253.
- Cuxart, A. y Riba, C. (2009) "Mejorando a partir de la experiencia: la implementación de la tercera ola de la ESE en España". *REIS* 125: 147-168.
- Deutskens, E., Ruyter, K., Wetzels, M. y Oosterveld, P. (2004) "Response rate and response quality of Internet-based surveys, an experimental study". *Marketing Letters* 15: 21-36.
- De Vaus, D. (ed.) (2002) *Social Surveys*. London. Sage.
- Díaz de Rada Igúzquiza, V. (2001) *Organización y gestión de los trabajos de campo con encuestas personales y telefónicas*. Madrid. Ariel Practicum.



Máster en Metodología de la Investigación en Ciencias Sociales: Innovaciones y Aplicaciones

Departamento de Sociología: Metodología y Teoría
Facultad de Ciencias Políticas y Sociología
Universidad Complutense de Madrid



- (2015) *Manual de trabajo de campo de la encuesta (presencial y telefónica)*. Madrid: CIS. Colección Cuaderno Metodológico n.º 36 (2ª Edición).
- (2012) "Ventajas e inconvenientes de la encuesta por internet". *Papers*, 97 (1): 193-223.

Dillman, D. A. (2000) *Mail and Internet surveys: the tailored design method*. New York. Wiley.

Dillman, D. A., Smyth, J. D. y Christian, L. M. (2009) *Internet, mail and mixed-mode surveys. The Tailored Design Method*. Hoboken, New Jersey. John Wiley & Sons, Inc.

- (2014) "Reducing people's reluctance to respond to surveys". En: Dillman, D.A. et al. *Internet, Phone, Mail and Mixed-Mode Surveys*, 19-55. New Jersey: John Wiley & Sons.

Groves, R. M. y Couper, M. P. (1998) *Nonresponse in the Household Interview Surveys*. New York. Wiley-Interscience.

Groves, R. M., Don, A. D., Eltinge, J. L. y Little, R. J. A. (2002) *Survey Nonresponse*. New York. John Wiley & Sons.

Heerwegh, D., y Loosveldt, G. (2008) "Face-to-face versus web surveying in a high-internet-coverage population differences in response quality". *Public Opinion Quarterly*, 72(5): 836-846.

Kreuter, F., Presser, S. y Tourangeau, R. (2008) "Social desirability bias in Cati, IVR, and Web Surveys. The effects of mode and question sensitivity". *Public Opinion Quarterly*, 72 (5): 847-865.

Krosnick, J.A., Presser, S., Fealing, K.H., Ruggles, S., Vannette, D.L. (2015) *The future of survey research: Challenges and opportunities*. Arlington, VA: National Science Foundation.

http://www.nsf.gov/sbe/AC_Materials/The_Future_of_Survey_Research.pdf.

Lepkowski, J. M., Tucker, C., Brick, J. M., De Leeuw, E. D., Japec, L., Lavrakas, P. J., Link, M. W. y Sangster, R. L., (2008) *Advances in telephone survey methodology*. New York. Wiley.

Lyberg, L. (2012) "Survey quality". *Survey Methodology*, 38(2), 107-130.

Presser, S. (2004) (ed), *Methods for Testing and Evaluating Survey Questionnaires*. New York. John Wiley & Sons

Presser, S., Couper, M. P., Lessler, J. T., Martin, E., Martin, J., Rothgeb, J. M. y Singer, E. (2004) "Methods for testing and evaluating survey questions". *Public Opinion Quarterly*, 68 (1): 109-130.

Sánchez Carrión, J. J. (2000) *La bondad de la encuesta: El caso de la no respuesta*. Madrid. Alianza.



- (2012) "La encuesta, herramienta cognitiva". *Papers*, 97 (1): 169-192.

Schuman, H. y Presser, S. (1996) *Questions & Answers in Attitude Surveys. Experiments on Question Form, Wording and Context*. Thousand Oaks, California. Sage.

Segovia Guisado, J. M. y Sánchez Carrión, J. J. (2008) "La participación y la influencia del recordatorio en las encuestas panel online a estudiantes". *Empiria*, 16: 135-161.

Singh, S. (2003) *Advanced sampling theory with applications. How Michael selected Amy*. Dordrecht, The Netherlands. Kluwer Academic Publishers.

Sudman, S. y Bradburn, N. M. (1982/1987) *Asking questions: a practical guide to questionnaire design*. Jossey-Bass. San Francisco.

Toepoel, V., Das, M. y Van Soest, A. (2008) "Effects of design in web surveys. Comparing trained and fresh respondents". *Public Opinion Quarterly*, 72 (5): 985-1007.

Zhang, X., Kuchinke, L., Woud, M.L., Velten, J., Margraf, J. (2017) "Survey method matters: Online/offline questionnaires and face-to-face or telephone interviews differ". *Computers in Human Behavior*, 71, 172-180.

METODO DE EVALUACION

Se adoptará un sistema combinado de evaluación continua y calificación programada de actividades formativas relacionadas con las competencias previstas, basado en los criterios y aspectos siguientes. En todo caso, para ser evaluado y superar la asignatura (que tiene un carácter **presencial**), se requiere la asistencia al 80% de las sesiones, como mínimo. La calificación final se compondrá y ponderará del modo siguiente, siempre y cuando estén aprobadas cada una de las partes que componen la evaluación de la asignatura:

- Asistencia y participación en clase (10%).
- Exposición de lecturas y de prácticas concretas (10%).
- Realización de una encuesta, proyectada y ejecutada por los propios alumnos (encuesta *cara a cara* y CAWI) (50%).
- Evaluación continua que se complementará con un examen teórico-práctico de los contenidos del programa exigidos para superar la asignatura (30%).



Máster en Metodología de la Investigación en Ciencias Sociales: Innovaciones y Aplicaciones

Departamento de Sociología: Metodología y Teoría
Facultad de Ciencias Políticas y Sociología
Universidad Complutense de Madrid



INFORMACION DE CONTACTO

Departamento de Sociología: Metodología y Teoría
Facultad de Ciencias Políticas y Sociología
Universidad Complutense de Madrid
Campus de Somosaguas, s/n
28223 - Pozuelo de Alarcón
Madrid (España)



<https://www.ucm.es/smt/>

M.^a Ángeles Cea D'Ancona



Tlf: (+34) 91 394-2672



maceada@ucm.es



Tutorías virtuales y presenciales (lunes de 13:00 a 15:00 en despacho 3315). Contactar por email.

Sara Tena Reiff



Tlf: (+34) 91 394-2685



s.tena@ucm.es



Tutorías virtuales y presenciales (jueves y viernes de 17:00 a 19:00) en despacho 3308. Contactar por email.