


Artículos / Articles

## Utilización conjunta de encuestas administradas y autoadministradas. ¿Proporcionan resultados similares?

### *Use of administered and self-administered surveys. ¿Do they provide similar results?*

Vidal Díaz de Rada 

I-COMMUNITAS. Institute for Advanced Social Research, Universidad Pública de Navarra, España.

[vidal@unavarra.es](mailto:vidal@unavarra.es)

Recibido / Received: 28/02/2020  
Aceptado / Accepted: 10/05/2020



#### RESUMEN

El objetivo de este trabajo es conocer hasta qué punto la utilización secuencial de modos autoadministrados y administrados (encuesta telefónica y presencial) producen cambios en las preguntas (de contenido) de un cuestionario. Se utiliza una encuesta sobre hábitos lingüísticos realizada en una región bilingüe española. Una encuesta autoadministrada online aplicada a toda la muestra consigue una colaboración del 44,3% de la muestra. Las personas que no han respondido son contactadas con encuestas administradas (telefónica y presencial). El modo autoadministrado online, como se esperaba, presenta una mayor utilización de la lengua de la comunidad. Ahora bien, cuando se considera los factores que más influyen en esta respuesta se aprecia que las variables sociodemográficas y el lugar de nacimiento presentan más influencia que el modo de administración utilizado.

**Palabras clave:** efectos modo mixto; encuesta presencial; encuesta telefónica; encuesta autoadministrada; encuesta web; calidad de la respuesta.

#### ABSTRACT

The objective of this paper is to know if the sequential use of self-administered and administered modes (face to face and telephone survey) makes changes in the questions of a questionnaire about language habits. A survey on linguistic habits carried out in a Spanish bilingual region is used. An online survey applied to the entire sample achieves a 44.3% collaboration of the sample. People who have not responded are contacted with administered survey (telephone and face-to-face surveys). The on-line self-administered mode, as expected, presents a greater use of the language of the community. However, when considering the factors that most influence this response, we appreciate that the sociodemographic variables and the place of birth have more influence than the mode of administration used.

**Keywords:** Mixed mode effects; face to face; telephone survey; web survey; response quality.

**Sugerencia de cita / Suggested citation:** Díaz, V. (2021). Utilización conjunta de encuestas administradas y autoadministradas. ¿Proporcionan resultados similares?. *Revista Española de Sociología*, 30 (1): a09. <https://doi.org/10.22325/fes/res.2021.09>

El objetivo de este trabajo es conocer hasta qué punto la utilización conjunta (en una misma investigación) de modos de recogida de información auto-administrados y autoadministrados generan cambios en las preguntas (de investigación) de un cuestionario. Se trata, en definitiva, de averiguar si la respuesta a las preguntas sustanciales de la investigación varían en función del modo, considerado que este produce, por un lado, una diferente composición muestral debido a la preferencia de determinados colectivos a colaborar en un modo u otro (entre otros, [Olson, Smyth y Wood, 2012](#)). Por otro lado, el modo empleado supone una forma diferente de responder, al utilizar recursos visuales, orales, o ambos conjuntamente (entre otros, [Lynn, Hope y Jäcke, 2012](#)). Se trata de un objetivo muy relevante cuando se considera la gran transformación en la utilización de modos de administración experimentada en las tres últimas décadas, y que se detalla a continuación.

Una visión retrospectiva del modo de administración del cuestionario en la investigación con encuesta desvela el predominio de la encuesta presencial durante la mayor parte del siglo XX, perdiendo su hegemonía en las últimas décadas (entre otros, [Groves, 2011](#); [Dillman, Smyth y Christian, 2009](#)). Aunque algunas instituciones –como *Literary Digest*– habían utilizado el teléfono para hacer prospecciones electorales, y en la década de los cincuenta y sesenta hubo una gran utilización de la encuesta telefónica en temáticas de salud pública ([Natham, 2001](#)). Ahora bien, en la mayor de las investigaciones la encuesta telefónica era utilizada de forma suplementaria.

Durante la década de 1960 tiene lugar un gran incremento de la población con teléfono ([Trewin y Lee, 1988](#)). Es a partir de este momento –tras constatar que más del 90% de hogares disponen de equipamiento telefónico ([Thornberry y Massey, 1988](#); [Couper, 2017](#))– cuando se produce la gran expansión de la encuesta telefónica, ayudada por la implementación de la encuesta telefónica asistida por ordenador (CATI) en 1971 (entre otros, [Groves y Mathiowetz, 1984](#)), y el desarrollo de las muestras con sistemas de números aleatorios (entre otros, [Couper, 2008](#)). Esto supone el final del “dominio” de la encuesta presencial, que había sido la más utilizada hasta 1980 ([Lyberg y Kasprzyk, 1991](#)).

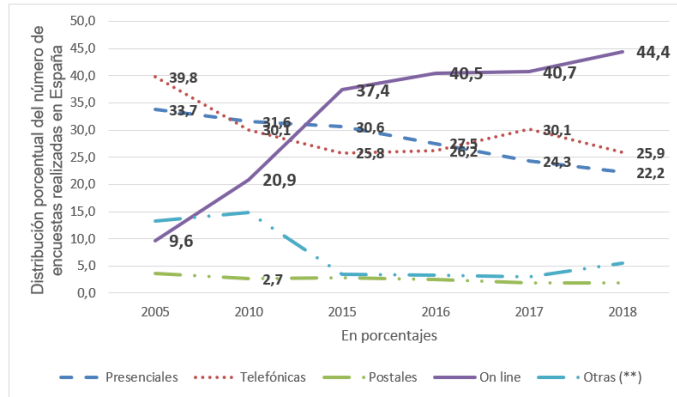
El predominio de la encuesta telefónica se ve amenazado en el último decenio del siglo XX por el crecimiento de la telefonía móvil y el gran desarrollo de la encuesta web a través de Internet ([Couper, 2011](#); [Smith y Kim, 2015](#)). Esta amenaza se hace realidad en el presente siglo con la gran expansión de las encuestas autoadministradas web.

El aspecto básico que caracteriza a una encuesta autoadministrada, y que las distingue del resto de modos de recogida de información, es la ausencia de un entrevistador que lea las preguntas y recoja/apunte las respuestas, siendo en este caso el propio encuestado el que realiza estas tareas. La modificación del rol del “respondiente” (ya no es entrevistado) genera un importante cambio en el modo de comunicación. Los recursos orales y gestuales, propios de las encuestas administradas, pierden importancia en favor del lenguaje *visual* (entre otros, [Stange, Barry, Smyth y Olson, 2016](#); [Smyth, 2018](#)), donde los colores, las formas, diagramas, etc. suponen importantes innovaciones en la comunicación.

Esta pérdida de uso de la encuesta presencial en favor de las encuestas telefónicas y autoadministradas, iniciada en los países anglosajones, se expande rápidamente por Europa, llegando a España con un ligero retraso respecto a los países de su entorno ([Díaz de Rada y Portilla, 2015](#)). Ahora bien, este retraso queda paliado con una mayor velocidad, como se observa al analizar los datos de la última edición de la investigación *Industria del Sector de la Investigación de Mercado*. La información mostrada en el gráfico 1 desvela un rápido y constante crecimiento de los modos autoadministrados (44,4% de las encuestas realizadas en 2018), a costa de disminuir el uso de la encuesta telefónica y presencial. Todo hace prever, considerando estimaciones internacionales, que esa situación aumentará mucho más en el futuro (entre otros, [Sociedad Europea de Opinión e Investigación de Mercados \[ESOMAR\], 2018](#); [Daikeler, Bosnjak y Lozar Manfreda, 2020](#)). Esta “convivencia” de

modos legitima este trabajo que considera hasta qué punto la elección del modo produce cambios en la información recogida.

**Gráfico 1.** Evolución de los modos de administración utilizados en España por las empresas privadas del Sector de la Investigación de Mercados y Opinión



**Fuente:** Asociación Española de Estudios de Mercado, Marketing y Opinión (AEDEMO, 2006, 2011); Asociación Nacional de Empresas de Investigación de Mercados y Opinión, AEDEMO y Sociedad Europea de Opinión e Investigación de Mercados (ANEIMO, AEDEMO y ESOMAR, 2016, 2018); Insights y Analytics España (2019).

En cuanto a la organización del texto, el trabajo comienza con una exposición del desarrollo de los modos de recogida de información, como una estrategia para reducir la falta de respuesta en las encuestas, procediendo seguidamente con una exposición de las ventajas que supone la administración conjunta. En el segundo epígrafe se describe la fuente de datos empleada en esta investigación, así como las hipótesis y técnicas de análisis de datos empleadas. La presentación de resultados, dividida en tres apartados, da paso a las conclusiones, donde se sintetizan todos los hallazgos.

## DESARROLLO DE LOS MODOS DE RECOGIDA DE DATOS: DEL UNIMODO AL MULTIMODO

Numerosos expertos (entre otros, Massey y Tourangeau, 2013; National Research Council, 2013) explican el desarrollo de los diferentes modos de recogida como una estrategia para hacer frente a la dificultad de conseguir respuestas de la población objetivo, así como por el encarecimiento de la recogida de información que esto genera (Couper, 2017). De hecho, una de las conclusiones del Panel de investigación sobre el futuro de la recogida de datos en ciencias sociales (*Panel on a Research Agenda for the Future of Social Science Data Collection*) señala –en la página 36– que el que el crecimiento del coste de las encuestas presenciales produjo un desplazamiento hacia la encuesta telefónica empleando números aleatorios.

El desarrollo de la telefonía móvil provocó problemas de cobertura de las encuestas telefónicas, por lo que fue preciso la utilización de marcos duales desarrollando marcos exhaustivos como la muestra basada en direcciones (*address-based simple*) o ABS (Dillman,

2017; Couper, 2017). Diversos expertos (entre otros, Battaglia, Link, Frankel, Osborn y Mokdad, 2008; Battaglia, Frankel, Osborn, Mokdad y Link, 2008) han constatado la adecuación de esta forma de proceder. El aumento del coste derivado de la utilización de marcos duales, unido a la pérdida de cobertura de los marcos empleados, llevó a una mayor utilización de la encuesta web.

La aplicación de los avances tecnológicos a la tradicional clasificación de modos de recogida (Schober y Conrad; 2008; Tourangeau, Conrad y Couper, 2013) genera la emergencia de un gran número de dispositivos con objeto de aumentar la rapidez y la calidad en la recogida de información, sin olvidar la reducción del coste (Couper, 2008). Coetáneo a esta situación, en el primer decenio del siglo XXI aparecen voces que proclaman la mejora que supone la utilización de diversos modos a un universo debido a cuatro factores: 1) mejora de la cobertura, 2) aumento de la tasa de respuesta y reducción del error de no respuesta, 3) reducción del coste y, 4) una mejor medición (entre otros, DeLeeuw, 2018). Además, el hecho que determinados colectivos prefieran responder con un modo determinado (entre otros, Haan, Ongena y Arts, 2014; Olson et al., 2012; Smyth, Olson y Kasabian, 2014) genera también una reducción del error de cobertura y una mejora en la tasa de respuesta (Dillman et al., 2014; Lee, Kim, Couper y Woo, 2019).

La combinación de modos puede hacerse de modo concurrente, esto es, utilizando todos a la vez (uno en cada zona o aplicado a determinados colectivos), o de modo secuencial. Este último aplica primero un modo a toda la muestra, un modo diferente a la muestra que no ha respondido, y otros modos a los que todavía no han cooperado, logrando así “optimizar los costes totales de la investigación” (Díaz de Rada, Domínguez y Pasadas, 2019, p. 25). Aunque se trata de la estrategia más utilizada (entre otros, Hochstim, 1967; Sala y Lynn, 2009; Fowler, Roman, Mahmood y Cosenza, 2016), hay dudas de si los que han respondido con el primer modo son iguales (en cuanto al objeto de estudio) a los que responden con el último. A esta situación se añade la posible existencia de efectos provocados por el modo utilizado, esto es, si la respuesta con un modo administrado basado en recursos orales y gestuales (encuestas presenciales) es similar a la respuesta a un modo no administrado y basado en comunicación visual.

Se trata, en definitiva, de considerar los dos componentes del “efecto del modo” detectados por Tourangeau et al. (2013): diferencia en los errores de no observación (quién responde y quién no en qué modo) y diferencia en errores de observación (cómo responden en un modo).

## FUENTE DE DATOS Y METODOLOGÍA

Como fuente de datos se utilizará la investigación sobre *Usos Lingüísticos de la Población de Cataluña 2013* realizada por el *Institut d'Estadística de Catalunya*-Instituto de Estadística de Cataluña (en adelante Idescat) y la *Direcció General de Política Lingüística del Departament de Cultura*, cuyo objeto de estudio es conocer los hábitos lingüísticos de los residentes en Cataluña. El universo de estudio son los mayores de 14 años residentes en Cataluña en hogares familiares principales, elaborándose una muestra de 7500 unidades.

Esta investigación utiliza un diseño mixto secuencial utilizando tres canales. El trabajo de campo se inicia con el envío de una carta (por correo ordinario<sup>1</sup>) donde, además de presentar la investigación, se incluye una dirección web para acceder a un cuestionario electrónico (en adelante, encuesta online). Además de aludir a la obligatoriedad de responder, al tratarse de una Estadística Oficial, en la carta se especifica que si no colabora

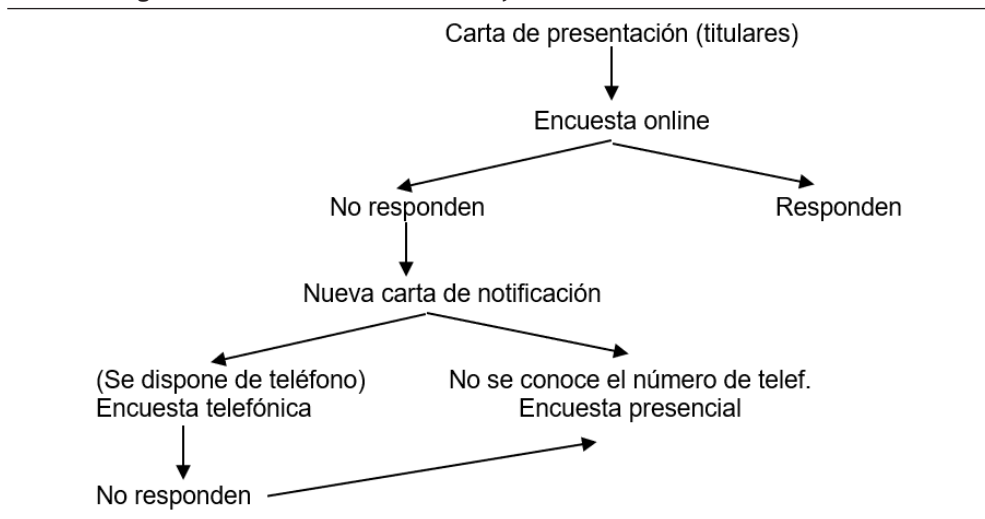
1 No hay constancia del idioma empleado en esta carta, aunque en la carta disponible en la publicación (Indecat, 2015) aparece la carta en catalán.

habrá una entrevista telefónica, y otra presencial, lo que supone que el entrevistado puede *elegir* si responde a esta o *esperar* al encuestador. Es posible que el deseo de no ser molestado con una llamada telefónica –o para evitar la visita de un encuestador– aumente la tasa de respuesta de la encuesta *online*, pese a que la mayor parte de la investigación realizada hasta el momento constata que el seleccionado elija el modo de respuesta descende la tasa de cooperación (entre otros [Haan et al., 2014](#); [Stoop, 2007](#)).

Los que no responden reciben un segundo contacto a través del correo y, en caso de no obtener respuesta, son contactados mediante una encuesta telefónica. 3.212 personas (el 44,3% de la muestra) contestan la encuesta online, bien tras el primer contacto, tras recibir la segunda carta o tras ser contactada por teléfono<sup>2</sup>, y 3.195 (el 44%) responden la encuesta telefónica. En los casos que no se dispone del teléfono, o cuando este nunca es respondido, se aplica una encuesta presencial; que es respondida por 848 personas (un 11,7%).

El informe metodológico de la encuesta insiste en la importancia de este último modo en la medida que permite recoger la población más volátil ([Idescat, 2015](#), p. 15). Además, busca reducir la carga de trabajo y las molestias a los entrevistados, así como disminuir el coste de la encuesta por el bajo precio de la encuesta online ([Masats, Oller y Torras, 2018](#)). En la [figura 1](#) se muestra gráficamente como se han combinado las diferentes modalidades en el trabajo de campo.

**Figura 1.** Combinación de modalidades y momento de realización de cada una



Fuente: elaboración propia basada en Idescat y Biblioteca Técnica de Política Lingüística, 2018.

En el anexo se presentan los rasgos sociodemográficos de los que más han respondido a cada modo. Tres de cada cuatro encuestados de la encuesta online han nacido en Cataluña, son más jóvenes (la mitad tienen menos de 44 años), presentan una elevada tasa de convivencia en pareja, un elevado nivel de estudios (un 27% universitarios), y siete de cada diez forman parte de la población activa, laboralmente hablando.

<sup>2</sup> Algunos respondieron la encuesta online cuando fueron llamados por teléfono, e incluso cuando recibieron en su hogar la visita del entrevistador.

Es importante precisar que este grupo presenta rasgos coincidentes con la menor participación en encuestas (entre otros, [Billiet y Matsuo, 2012](#); [Beullens, Loosveldt, Vandenplas y Stoop, 2018](#)). La juventud del colectivo, unida a la elevada tasa de actividad (y ocupación) los configura como los grupos que habitualmente menos cooperan en encuestas, principalmente por la dificultad de localización. [Díaz de Rada y Núñez \(2008\)](#), utilizando los barómetros del CIS, demuestran que estos colectivos son los últimos en ser entrevistados, los últimos que completan las cuotas, siendo contactados en numerosas ocasiones a partir de las 8 de la tarde. La situación es similar en encuestas telefónicas (entre otros, [Haan et al., 2014](#); [Stoop, 2005](#)).

La encuesta telefónica, por su parte, destaca por ser más respondida por personas nacidas en otras provincias españolas (un 23%), tienen más edad (el 47% mayores de 54 años), bajo nivel de estudios (el 45% sin estudios y con estudios primarios), un mayor número de jubilados (29%) y personas que realizan trabajos domésticos no remunerados (el doble que los que responden por Internet).

Los que responden la encuesta presencial destacan por el elevado número de personas que han nacido en otros países (un 42,5%), presenta un perfil más joven que el grupo anterior pero menos que los encuestados online (el 43% entre 25 y 44 años). Tiene también un nivel de estudios similar al colectivo encuestado telefónicamente y una mayor tasa de actividad que éste; destacando principalmente su elevada tasa de paro. En definitiva, no presenta tantas diferencias respecto a los anteriores, asemejándose en ocasiones a los encuestados a través del teléfono (especialmente en el nivel de estudios) y a los que responden online (en edad y relación con la actividad).

## El cuestionario

El cuestionario se centra en el uso que la población residente en Cataluña hace de las diversas lenguas presentes en el territorio catalán. en los diferentes espacios de relación entre las personas, utilizando tres lenguas: catalán, castellano y occitano<sup>3</sup> ([Biblioteca Técnica de Política Lingüística, 2018](#), p. 22). Se trata de un cuestionario estructurado en 10 bloques temáticos, que corresponden a cada uno de los ámbitos relacionales efectuados en el discurrir la vida cotidiana:

- 1º Lengua del entrevistado (según su propia autoadscripción) y, tras la respuesta, le plantea si entiende catalán, aranés (cuando procede) y castellano.
- 2º Preguntas sobre la lengua que habló primero, por el conocimiento de lengua inglesa y francesa.
- 3ª y 4ª *ámbito familiar*, considerando en el primero las personas que comparten hogar, y el siguiente a la familia extensa.
- 5ª y 6ª A partir de aquí se considera la lengua que utiliza en sus *entornos sociales* (temática 5), considerando a los amigos, los vecinos, los compañeros de estudios (cuando procede), y los compañeros de trabajo (si procede). Posteriormente se abordan los denominados *entornos de consumo*: lengua empleada en las compras, en las gestiones en bancos, en la administración, en el servicio sanitario, y cuando escribe notas personales (temática sexta).
- 7ª y 8ª Las preguntas de la *séptima* temática buscan información sobre el porcentaje de tiempo que habla/lee/escribe en cada lengua, disponiendo –en la siguiente– de preguntas sobre la consideración sobre el catalán de otras comunidades, frecuencia con la que inicia las conversaciones en catalán, reacción cuando el entrevistado

3 Aranés en el Valle de Aran.

inicia una conversación en catalán y la otra persona le responde en castellano (y viceversa), valoración del uso del catalán actualmente, prospectiva y retrospectiva en 5 años.

- 9ª La evaluación de conocimientos del catalán, castellano, francés e inglés, así como si ha realizado algún curso para aprender catalán, da paso a 7 preguntas sociodemográficas.

## Planteamiento hipotético y técnicas de análisis de datos

Del total de preguntas del cuestionario este trabajo se centrará en la lengua utilizada en el *ámbito familiar* (considerando las personas que comparten el hogar), en los *entornos sociales*, y en los *entornos de consumo*. Siguiendo la afirmación de Couper (2011, p. 896) que considera que los modos administrados o autoadministrados no producen cambios en las preguntas de comportamiento, la hipótesis a comprobar es que la respuesta a cada pregunta presenta escasa variación en función del modo elegido para responder o, dicho de otro modo, que el modo utilizado para responder tiene menos importancia en la lengua empleada (con familia, entorno social y de consumo) que los rasgos sociodemográficos, y el lugar de nacimiento.

Así, tras considerar la lengua utilizada en los ámbitos destacados se buscará la posible influencia de ésta en las variables sociodemográficas, el lugar de nacimiento (Cataluña, resto de España y en el extranjero), y el modo elegido para responder. Para ello se utilizará la regresión multinomial que considera la lengua utilizada en cada uno de los tres ámbitos como variable dependiente, adoptando como categoría de referencia hablar solo castellano.

Definidas las variables dependientes, como términos independientes será considerada la edad (en cuotas), forma de convivencia (con pareja o no), nivel de estudios, relación con la actividad, tamaño de la familia, lugar de nacimiento, y modo empleado para responder (autoadministrado y administrado). Salvo la forma de convivencia, que tienen dos categorías, el resto de variables independientes han sido codificadas considerando como referencia la última, y en su interpretación debe considerarse que todos los términos de la ecuación de regresión parten de esta categoría no incluida. En el presente caso las categorías tomadas como base (referencia) componen una persona mayor de 64 años, que no convive en pareja, con estudios universitarios, con actividad principal trabajo doméstico no remunerado, nacidos en el extranjero, y entrevistados con encuesta presencial. Los coeficientes se interpretan como el efecto que produce en la variable dependiente un cambio de una unidad en la variable independiente, manteniendo constantes todas las demás.

El uso de una regresión, que permite controlar la influencia del resto de variables busca dar respuesta a una de las inquietudes que se señaló en el informe. Concretamente, en la página 31 de la publicación de la Biblioteca Técnica de Política Lingüística se señala que “las diferencias de resultados entre canales se explican más por los perfiles sociodemográficos de las personas que responden que por el hecho de que sea el canal lo que condicione respuestas a los informantes” (Biblioteca Técnica de Política Lingüística, 2018, p. 31).

## RESULTADOS

La exposición de resultados está dividida en tres partes. Se ha definido como “ámbito íntimo” la lengua utilizada dentro del hogar. El “ámbito relacional” (“entornos sociales”



en el cuestionario) considera la lengua utilizada para hablar con amigos, vecinos, y con compañeros de la actividad principal (estudios o trabajo). En el tercer epígrafe se considera un ámbito denominado “trámites”, donde se abordan asuntos diversos como compras, gestiones bancarias, administraciones, asuntos relacionados con la salud y notas personales. Este último aspecto aparecía en el cuestionario como “entornos de consumo”.

### Ámbito “íntimo”: lengua utilizada dentro del hogar

El ámbito íntimo está formado por tres variables, la lengua hablada en el hogar, la lengua hablada con la pareja, y con el hijo mayor. El [gráfico 2](#) muestra con claridad la mayor colaboración en la encuesta autoadministrada online de los que utilizan habitualmente el catalán en el hogar: el 50% (42+8) de las personas que responde la encuesta online declaran que el catalán es el idioma con el que se comunican habitualmente en el hogar, siendo mayor el grupo que utiliza solo el catalán (42%) que los que utilizan ambos aunque más el catalán). En los que responden la encuesta telefónica el porcentaje de personas que únicamente utilizan catalán en el hogar es prácticamente el mismo (40%), reduciéndose al 4% (la mitad que online) los que utilizan ambas lenguas pero más el catalán. Los encuestados presencialmente son los que menos utilizan catalán en el hogar, usado por uno de cada tres entrevistados. Un 10% de los encuestados online utiliza ambas lenguas, cifra que se reduce hasta el 7-8% en los encuestados con encuestador.

Una situación similar se produce en la lengua para hablar con su pareja, utilizando el catalán la mitad (43 +6) de los que responden la encuesta autoadministrada, nueve puntos superior (38+3) a los que responden la encuesta telefónica, aumentando otros diez puntos en las encuestas presenciales.

Esta reducción porcentual de diez puntos en hablar catalán de la encuesta *online* respecto a la telefónica, y de esta última respecto a la presencial, se mantiene también cuando se analiza la lengua empleada para comunicarse con su hijo mayor; aunque en este caso el porcentaje de comunicación en catalán es muy superior respecto al lenguaje utilizado en el hogar y con los amigos.

Tratando de localizar la importancia del modo, frente a otros aspectos, se optará por una regresión considerando cada una de las variables del [gráfico 2](#) como variables dependientes, y como independientes los rasgos sociodemográficos, lugar de nacimiento, lengua habitual, y modo de respuesta. Ahora bien, deben tenerse en cuenta que los tres aspectos descritos en el [gráfico 2](#) están muy relacionados: todos los que hablan con los hijos en catalán también lo utilizan con la pareja, y con la familia. De hecho, la aplicación de la tau-b de Kendall muestra que la lengua utilizada en el hogar está fuertemente correlacionada con la empleada con la pareja y con los hijos (0,80 y 0,814 respectivamente); lo que implicará tres modelos muy similares. Considerando que solo han respondido la pregunta sobre los hijos los que los tienen, y lo mismo la pregunta sobre la pareja, se utilizará como término dependiente la lengua utilizada en el hogar; que obtiene más respuestas que las anteriores. Además, esta variable muestra la relación más elevada (según el V de Cramer) con el modo de recogida, lo que implica que es la que presenta más influencia. Se busca, de esta forma, evitar redundancias.

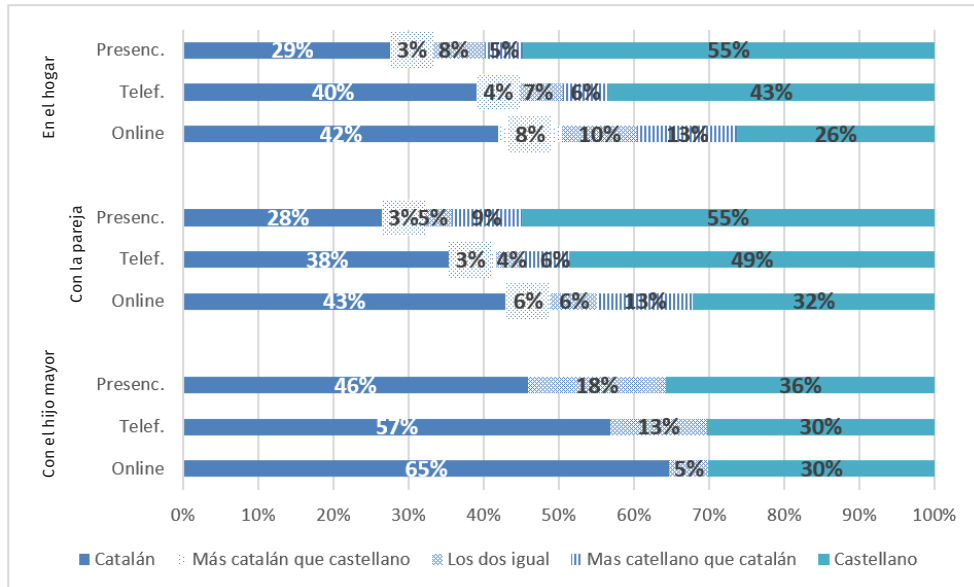
El primer modelo de regresión, relativo a la lengua utilizada en el hogar ([tabla 1](#)), desvela la gran importancia del lugar de nacimiento, seguido de la edad y del nivel de estudios. Los que más utilizan el catalán<sup>4</sup> se caracterizan por haber nacido en Cataluña, tener más de 64 años y estudios superiores. En cuarto nivel de influencia aparece el modo de administración, donde únicamente el modo online presenta significación, indicando sus

4 A efectos de exposición esta categoría será denominada “siempre en catalán”, para diferenciarse del siguiente grupo (más catalán que castellano) que será descrito como uso “moderado” del catalán.



coeficientes que la probabilidad de utilizar el catalán en el hogar es mayor en los que han respondido utilizando este canal. En éstos, la probabilidad de hablar en catalán es un 70% superior que en los entrevistados presencialmente (encuesta presencial) que utilizan el castellano en el hogar.

**Gráfico 2.** Lengua habitual<sup>5</sup> en el ámbito íntimo diferenciando modalidad utilizada (porcentajes).



Nota: la respuesta del hijo mayor presenta únicamente tres opciones; catalán, ambos por igual y castellano.

Fuente: Idescat y Dirección General de Política Lingüística: Enquesta d'usos lingüístics de la població (2013).

La situación es similar entre los que utilizan más el catalán que el castellano (uso moderado), destacando fundamentalmente la gran influencia que presenta haber nacido en el resto de España, indicando los coeficientes el gran porcentaje de ese grupo que utiliza el castellano en el hogar. En este caso influye también la relación con la actividad, seguido de los que viven en pareja. El modo online es el que presenta mayor nivel de influencia.

Cuando se consideran los que utilizan ambas lenguas por igual el número de coeficientes significativos se reduce notablemente al desaparecer la influencia de la edad del entrevistado, aunque manteniéndose la tendencia señalada para el primer término (siempre catalán). Se observa una mayor utilización en los nacidos en Cataluña, en los que han terminado sus estudios superiores y, en tercer lugar, los entrevistados online. Este último presenta los coeficientes más bajos de todo el modelo. La convivencia en el hogar presenta un coeficiente negativo con la utilización de ambas lenguas por igual, mientras que los jubilados lo tienen positivo, indicando un mayor uso de ambas lenguas.

En la utilización del castellano más que el catalán destaca, en primer lugar, haber nacido en el extranjero, una edad entre 16 y 44 años, alto nivel de estudios y, además, haber sido entrevistado online.

5 La opción "catalán" incluye también los que declaran que hablan Aranés.

**Tabla 1.** Variables que influyen en las respuestas “Lengua utilizada en el ámbito íntimo” (modelo de regresión logística).

	<b>Lengua hablada en el hogar</b>			
	Catalán	Más catalán que castellano	Catalán y castellano igual	Más castellano que catalán
Intersección	-0,98 ***	-0,69 *	-1,62 ***	-1,21 ***
<b>Modo</b>				
<b>Online</b>	0,53 ***	0,87 ***	0,29 ***	0,86 ***
Teléfono	0,11	0,16	-0,23	-0,01
(Ref.: presencial)	0,00	0,00	0,00	0,00
<b>Lugar nacimiento</b>				
Cataluña	3,15 ***	0,47 ***	1,30 ***	-0,44 ***
Resto de España	-0,51 **	-1,96 ***	-0,49 **	-1,03 ***
(Ref.: extranjero)	0,00	0,00	0,00	0,00
<b>Variables sociodemográficas</b>				
<b>Edad</b>				
Entre 16 y 24	-2,07 ***	-0,27	-0,01	1,21 ***
De 25 a 34	-1,94 ***	-0,85 **	0,01	0,70 **
De 25 a 44	-1,50 ***	-0,60 **	0,21	1,11 ***
De 45 a 54	-1,30 ***	-0,52 *	0,16	0,76 **
De 55 a 64	-0,63 ***	-0,42	0,06	0,49 *
(Ref.: 65 y más)	0,00	0,00	0,00	0,00
Convive en pareja	0,05	-0,15	-0,47 ***	-0,39 ***
(Ref.: no)				
<b>Estudios terminados</b>				
Sin estudios	-1,49 ***	-1,74 ***	-1,57 ***	-0,22
Primarios	-0,78 ***	-0,74 ***	-0,60 ***	-0,15
Secundarios	-0,47 ***	-0,26 *	-0,39 **	-0,14
(Ref.: superiores)				
<b>Relación con la actividad</b>				
Ocupado	0,18	0,05	0,17	0,31
Parado	-0,17	0,09	0,27	0,37
Jubilado	0,08	0,11	0,59 *	0,04
Estudiante	0,35	-0,25 **	0,11	-0,35
(Ref.: trabajo doméstico no remunerado)				
Número de casos			5.799	
Chi Cuadrado			2602,70	
Pseudo R2 (Nagelkerke)			0,385	

(\*) Relación significativa al 0,10.      (\*\*) Significación 0,05.      (\*\*\*) Significación al 0,01.

Fuente: elaboración propia con datos de Idescat y Dirección General de Política Lingüística: Enquesta d'usos lingüístics de la població (2013).

Sintetizando, baja influencia del modo de administración, muy inferior al lugar de nacimiento, edad y nivel de estudios. Es importante dar cuenta de la alta significatividad del modelo, con medidas de bondad de ajuste del 0,38.

### **Ámbito relacional (“entornos sociales” en el cuestionario)**

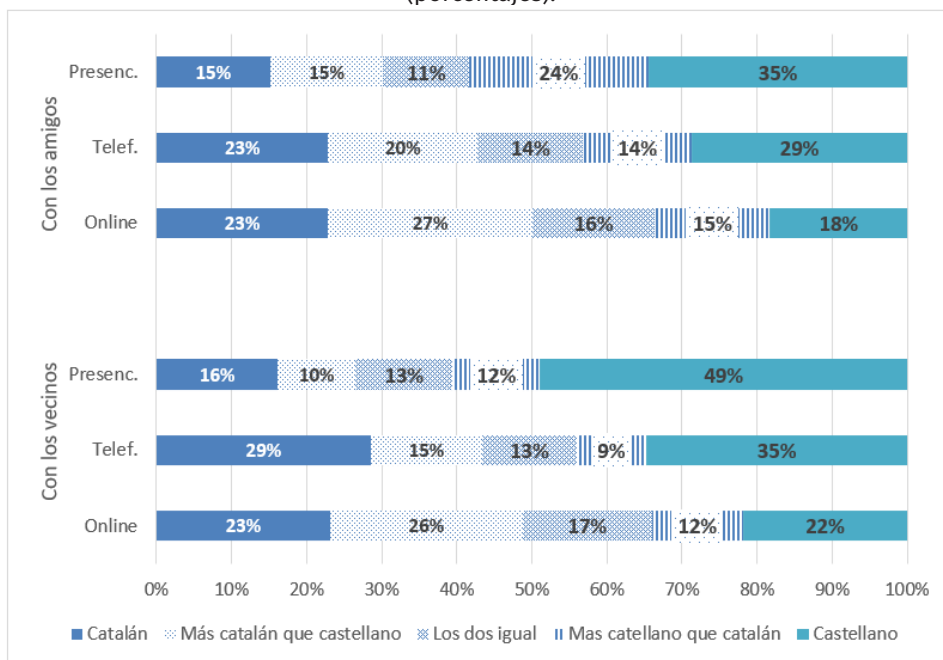
Se definió como “ámbito relacional” la lengua empleada en la relación con amigos, vecinos, compañeros de estudios y de trabajo. Las dos primeras son respondidas por toda la muestra, mientras que la tercera únicamente por los que estudian (1.077 entrevistados, un 23% de la muestra) y la cuarta por los que trabajan (un 77% de las 5.600 personas encuestadas). Se trata, por otro lado, de variables muy interrelacionadas entre ellas en la medida que la lengua hablada con amigos presenta una relación (tau-c) de 0,517 con la lengua empleada con los compañeros de estudios, que aumenta hasta el 0,571 con los compañeros de trabajo. Coeficientes ligeramente inferiores (0,459 y 0,549 respectivamente) se localizan cuando se consideran los vecinos (todos los coeficientes son significativos). Ambos motivos (porcentaje de población cubierta y alta correlación) nos llevan a considerar únicamente las dos primeras variables; la lengua hablada con amigos y con vecinos.

Comenzando con la primera (lengua empleada con los amigos), el análisis del [gráfico 3](#) desvela un descenso en el uso del catalán respecto a la lengua en el hogar (al igual que sucede con los vecinos), debido al incremento de las opciones intermedias: ‘más catalán que castellano’, ‘los dos por igual’, y ‘más castellano que catalán’. En la lengua utilizada en el hogar el 21% señaló estas categorías centrales, porcentaje que aumenta al 53,3% en el caso de la lengua empleada con amigos. Otro aspecto destacable es la menor diferencia del modo de recogida de información. Mismo porcentaje de entrevistados que utilizan catalán en los que responden la encuesta online y telefónica, y un 7% menos en esta última entre los que utilizan más el catalán que el castellano. Los entrevistados con encuesta presencial, en este caso, presentan una reducción del 8% entre los que siempre utilizan catalán y un 5% entre los que utilizan éste más que el castellano. Es decir, las diferencias de diez puntos entre modos en el lenguaje utilizado en el hogar se reducen a la mitad en la lengua utilizada con amigos.

Respecto a la lengua con los vecinos, se aprecia también un incremento de las categorías centrales respecto a la lengua en el hogar, destacando que los que responden a la encuesta telefónica son los que más utilizan el catalán. Esta situación produce, en el colectivo de entrevistados online, una mayor elección de la categoría ‘más catalán que castellano’. Comparado con lo que sucedía con los amigos, en este caso las diferencias entre modalidades presentan magnitudes similares a las localizadas en la lengua en el hogar: la diferencia en el uso del catalán entre los encuestados presencialmente que telefónicamente alcanza los trece puntos.

Buscando conocer la importancia del modo, frente a las variables sociodemográficas y el lugar de nacimiento en el idioma empleado con los amigos se aprecia, en primer lugar, la elevada influencia del lugar de nacimiento. Las siguientes variables influyentes en utilizar el catalán son la edad y el nivel de estudios, con una tónica muy similar a la detectada en el ámbito íntimo: nacer en Cataluña es la variable más determinante, seguida de la edad –donde los mayores de 65 años presentan la mayor tasa de utilización de la lengua– y del nivel de estudios; siendo los que tienen estudios más bajos los que menos utilizan siempre el catalán ([tabla 2](#)). El modo de administración es, de nuevo, la última variable con influencia, mostrando una relación entre responder el modo online y hablar catalán con los amigos.

**Gráfico 3.** Lengua habitual en el ámbito *relacional* diferenciando modalidad utilizada (porcentajes).



Fuente: Idescat y Dirección General de Política Lingüística: Enquesta d'usos lingüístics de la població (2013).

La misma tónica se aprecia en el uso *moderado* del catalán ('utilizarlo más que el castellano'), destacando un importante descenso en los coeficientes en el caso de la edad, y un notable incremento en los menores niveles de estudios, así como en los estudiantes. En esta situación el modo online aumenta notablemente su influencia, aunque sigue siendo la variable significativa con coeficientes más bajos.

Utilizar ambas lenguas por igual para hablar con los amigos está influida por el lugar de nacimiento, seguida por el nivel de estudios y, en tercer lugar, por el modo de administración online. La lógica es la misma que la localizada con la lengua empleada en el hogar. Terminar señalando las especificidades de utilizar el castellano con los amigos (más que el catalán), hábito seguido por los nacidos fuera de España, los menores de 44 años, los que viven en pareja y aquellos con estudios superiores. La influencia del modo de administración, aunque significativa, es la menor de todas que presentan influencias en el modelo.

El idioma utilizado para comunicarse con los vecinos presenta una pauta muy similar en lo que concierne a la influencia del lugar de nacimiento y el nivel de estudios. Las diferencias son tres: 1) la pérdida de significatividad de la edad; 2, la aparición del modo telefónico, con gran influencia en hablar siempre en catalán y con menor influencia que el online en hablar catalán de forma moderada; y 3) la notable influencia de los estudiantes, con coeficientes elevados en las dos situaciones de hablar catalán (siempre y de forma moderada, 0,87 y 0,88 respectivamente). No se alude al comportamiento del lugar de nacimiento y del nivel de estudios al ser muy similar al localizado en la lengua con los amigos. Tan solo destacar el comportamiento del modo, con la aparición de coeficientes significativos en el caso de la encuesta telefónica, aunque siempre menores que la influencia del resto de variables. El modo telefónico influye también menos que el presencial.

Ambos modelos presentan un notable ajuste: 0,38 en el caso de los amigos y 0,37 para los vecinos.

### **Trámites: compras, gestiones bancarias, administraciones, asuntos relacionados con la salud y notas personales**

En el [gráfico 4](#) se muestra la lengua utilizada en tres trámites realizados con alta frecuencia, como es la compra en comercios, gestiones bancarias, y la escritura de notas personales. En los dos primeros la situación es notablemente diferente a lo señalado en el entorno familiar y relacional en la medida que los entrevistados con teléfono son los que presentan los mayores niveles de utilización del catalán: en la compra en comercios, el 36% de los entrevistados telefónicamente utiliza el catalán, porcentajes que descienden al 25% en el modo online y al 22% en los encuestados presencialmente. Algo similar sucede en la lengua utilizada en gestiones bancarias, realizadas en catalán por casi la mitad (un 45%) de los entrevistados por teléfono, y que desciende al 38% y al 25% respectivamente entre los que son entrevistados online y presencialmente. Esto supone, lógicamente que el uso “moderado” del catalán sea muy alto en el modo online, y bajo en los demás.

No conviene perder de vista que ambas situaciones se realizan en castellano por el 29% de los que responden la encuesta online, el 41% de la telefónica, y el 58% de los entrevistados presencialmente (agregadas las dos categorías de castellano). Además de los pequeños comercios, el cuestionario pregunta también sobre la lengua empleada en grandes comercios. La similitud con el uso en los comercios nos ha llevado a no incluirlos en el gráfico al presentar unos resultados muy similares.

Situación diferente presenta la lengua en la que se redactan las notas personales, el ámbito más privado de todos los considerados, donde el 36% de los que responden la encuesta online declaran realizarlo siempre en catalán, y un 11% más en catalán que en castellano. Agregados, el 48% de los que responden esa modalidad lo hace siempre en catalán, caso muy diferente a las modalidades administradas donde el uso del catalán apenas llega al 32% en el caso de la encuesta telefónica, y al 25% en la presencial. El ámbito privado de esta actividad, unido a la ausencia de interlocutor, puede explicar esta situación.

En el [gráfico 5](#) se presentan otras situaciones menos habituales, como son la visita al médico y los trámites con la administración. En ambas administraciones la modalidad online y telefónica presentan una utilización del catalán similar, aumentando en más de 10 puntos porcentuales el uso del catalán en las consultas médicas en los entrevistados telefónicamente. Al igual como se detectó en el [gráfico 4](#), cuando se agrega el uso del catalán con el uso “moderado” la modalidad online es la que presenta un mayor uso de esta lengua: el 55% de las gestiones en servicios médicos y con la administración local son realizadas en catalán por los entrevistados online, porcentaje que aumenta diez puntos cuando se trata de la administración local.

La modalidad presencial, por su parte, realiza las gestiones fundamentalmente en castellano: un 60% de los entrevistados con este modo declara el uso de esta lengua en los servicios médicos y los trámites con la administración estatal, que desciende ligeramente (54%) cuando se trata de realizar gestiones en la administración local.

La gran cantidad de situaciones consideradas, ocho si se tienen en cuenta las dos situaciones no mostradas en los [gráficos 4](#) y [5](#) (grandes comercios y tramites con la administración autónoma), así como la necesaria brevedad en un trabajo que ya es más largo que lo que el autor había planificado, precisa de una selección de los ámbitos a los que se aplicará la regresión.

**Tabla 2.** Variables que influyen en las respuestas “Lengua utilizada con amigos y vecinos” (modelo de regresión logística).

	Lengua hablada con amigos				Lengua hablada con vecinos			
	Catalán	Más catalán que castellano	Catalán y castellano igual	Más castellano que catalán	Catalán	Más catalán que castellano	Catalán y castellano igual	Más castellano que catalán
Intersección	-0,89 **	0,27	-1,23 ***	-0,84 **	-1,06 **	-1,32 **	-1,52 **	-1,77 **
<b>Modo</b>								
On line	0,25 *	0,60 **	0,35 **	0,23 *	0,35 ***	1,02 ***	0,44 ***	0,51 ***
Telefónico (Ref.: presencial)	0,06	0,19	0,15	-0,04	0,36 **	0,31 **	-0,03 **	0,07 **
<b>Lugar nacimiento</b>								
Cataluña	3,51 ***	1,76 ***	1,88 **	-0,12	3,25 ***	2,43 ***	1,93 ***	0,94 ***
Resto de España (Ref.: extranjero)	-0,59 **	-1,08 ***	0,07	-0,88 ***	-0,38 **	-0,25 **	0,29 **	0,03 **
<b>Edad</b>								
Entre 16 y 24	-1,68 ***	-1,30 ***	-0,37	1,23 ***	-1,79	-1,47	-0,50	0,77 ***
De 25 a 34	-1,78 ***	-1,39 ***	-0,31	1,02 ***	-1,63	-1,30	-0,48	0,54 ***
De 25 a 44	-1,57 ***	-1,41 ***	-0,24	1,12 ***	-1,55	-1,52	-0,54	0,65 ***
De 45 a 54	-1,41 ***	-0,98 ***	-0,23	0,87 ***	-1,29	-0,83	-0,32	0,46 ***
De 45 a 54 (Ref.: 65 y más)					-0,57	-0,56	0,05	0,50
Convive en pareja (Ref.: no)	-0,62 ***	-0,61 ***	-0,11	0,52 **	-0,08	0,07	0,00	-0,31 ***

	Lengua hablada con amigos			Lengua hablada con vecinos				
	Catalán	Más catalán que castellano	Catalán y castellano igual	Más catalán que castellano	Catalán	Más catalán que castellano	Catalán y castellano igual	Más catalán que castellano
<b>Estudios terminados</b>								
Sin estudios	-1,76 ***	-2,53 ***	-1,85 ***	-0,66 ***	-1,71 ***	-2,59 ***	-2,07 ***	-1,21 ***
Primarios+C153	-1,11 ***	-1,34 ***	-1,06 ***	-0,48 ***	-1,01 ***	-1,44 ***	-0,99 ***	-0,61 ***
Secundarios	-0,68 ***	-0,69 ***	-0,41 ***	-0,34 **	-0,50 ***	-0,66 ***	-0,37 ***	-0,44 ***
(Ref: superiores)								
<b>Relación con la actividad</b>								
Ocupado	0,03	0,21	0,29	0,15	0,24	0,50	0,46	0,45
Parado	-0,26	0,15	0,24	0,27	-0,09	0,30	0,36	0,52
Jubilado	0,21	0,18	0,39	0,39	0,20	0,60	0,38	0,74
Estudiante	0,40	0,81 **	0,42	-0,01 **	0,87 ***	0,88 ***	0,67 ***	0,57 ***
(Ref: trabajo doméstico no remunerado)								
Número de casos			6.643				6.639	
Chi Cuadrado			3036,80				2829,40	
Pseudo R2 (Negelkerke)			0,383				0,370	

(\*)Relación significativa al 0,10.

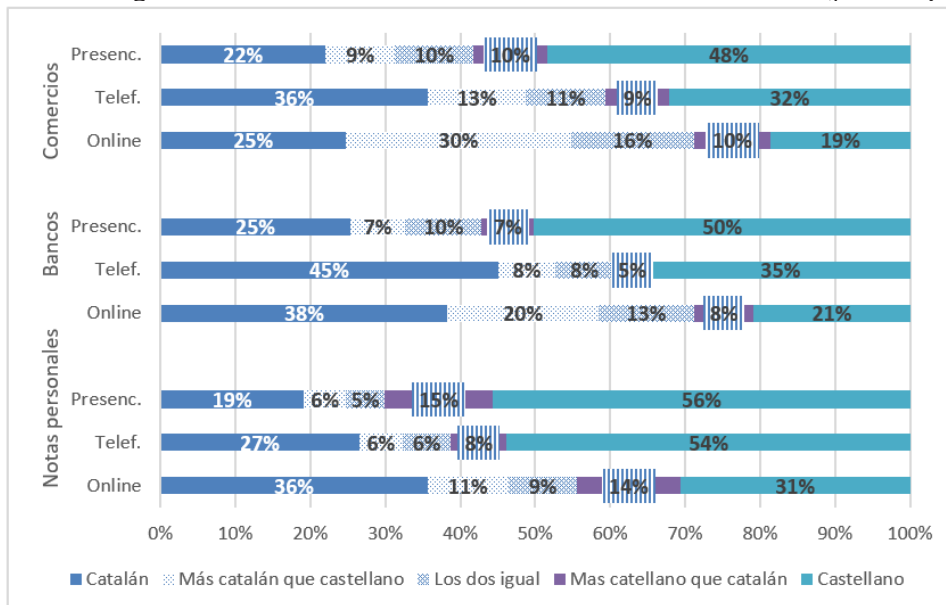
(\*\*) Significación 0,05.

(\*\*\*) Significación al 0,01.

Fuente: elaboración propia con datos de Idescat y Dirección General de Política Lingüística: Enquesta d'usos lingüístics de la població (2013).

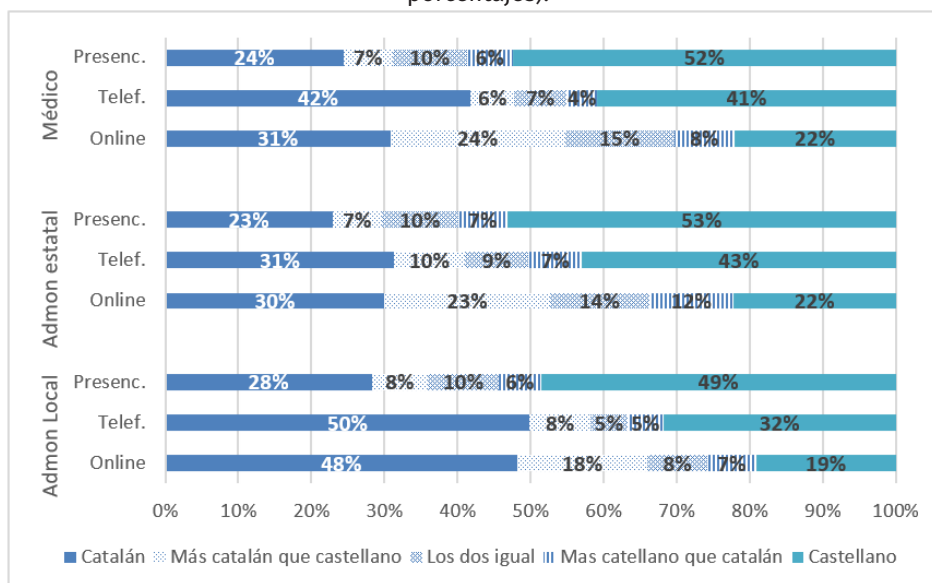


**Gráfico 4.** Lengua habitual en situaciones habituales diferenciando modalidad (porcentajes).



Fuente: Idescat y Dirección General de Política Lingüística: Enquesta d'usos lingüístics de la població (2013).

**Gráfico 5.** Lengua habitual en situaciones menos frecuentes, diferenciando modalidad (porcentajes).



Fuente: Idescat y Dirección General de Política Lingüística: Enquesta d'usos lingüístics de la població (2013).

El análisis de los coeficientes de correlación (tau-b de Kendal) de la [tabla 3](#) muestra una gran relación entre la lengua empleada en los comercios y en los bancos (resaltados en negrilla), por lo que no parece adecuado analizar los factores que influyen en ambas variables. En cuanto a las relaciones con la administración, la lengua utilizada en la administración local y la autonómica es prácticamente la misma (correlación de 0,939), lo que llevará a calcular la regresión solo de la primera<sup>6</sup>. Las correlaciones son más bajas en la lengua empleada en la administración estatal y la lengua empleada en notas personales, lo que recomienda utilizar otros tantos modelos de regresión.

**Tabla 3.** Correlaciones (tau-b de Kendal) entre todas las variables de la lengua hablada cuando se hacen trámites (considerando su disposición en el cuestionario)

Lengua hablada en...	Pequeños comercios	Bancos	Admon local	Admon autonómica	Admon estatal	Médicos	Notas personales
Pequeños comercios	1,000	<b>,844**</b>	<b>,844**</b>	,793**	,713**	,770**	,600**
Bancos	<b>,844**</b>	1,000	<b>,856**</b>	<b>,846**</b>	,736**	,802**	,620**
Administración local	<b>,844**</b>	,856**	1,000	,939**	,753**	,788**	,607**
Administración autonómica	,793**	<b>,846**</b>	<b>,939**</b>	1,000	,759**	,777**	,611**
Administración estatal	,713**	,736**	,753**	,759**	1,000	,704**	,549**
Médicos	,770**	,802**	,788**	,777**	,704**	1,000	,600**
Escribe notas personales	,600**	,620**	,607**	,611**	,549**	,600**	1,000

Fuente: elaboración propia con datos de [Idescat y Dirección General de Política Lingüística: Enquesta d'usos lingüístics de la població \(2013\)](#).

En la [tabla 4](#) se presentan los modelos de regresión para localizar las variables más influyentes en la lengua hablada en pequeños comercios y en la administración estatal. Respecto a la primera, vuelve a apreciarse la gran influencia del lugar de nacimiento, seguida del nivel de estudios y de la edad; todas ellas presentando la misma situación que lo detectado en las tablas anteriores. La novedad es el mayor uso del catalán por parte los estudiantes y los jubilados respecto a los que realizan trabajos domésticos no remunerados.

Respecto al uso “moderado” del catalán, los coeficientes del lugar de nacimiento, la edad y del nivel de estudios aumenta significativamente respecto al “siempre catalán”. Estos mismo sucede en el modo online, aunque siempre con magnitudes notablemente a los términos de la frase anterior.

En los que emplean catalán y castellano indistintamente desaparece la influencia de la edad, al tiempo que se reducen las magnitudes del nivel de estudios. Pese al descenso en los coeficientes, la capacidad explicativa del lugar de nacimiento y el nivel de estudios es superior al modo de administración. La calidad explicativa del modelo es superior a los anteriores, con una R2 de 0,41<sup>7</sup>.

<sup>6</sup> La menor correlación de los bancos con la administración estatal nos ha llevado a incluir esta variable en los modelos de regresión.

<sup>7</sup> Estos mismos resultados se localizan en la lengua utilizada en servicios bancarios, aunque con una capacidad explicativa ligeramente inferior (0,40). No mostrada para evitar redundancias.

**Tabla 4.** Variables que influyen en las respuestas “Lengua utilizada en trámites” (modelo de regresión logística).

	Lengua hablada pequeños comercios				Lengua utilizada con la administración estatal			
	Catalán	Más catalán que castellano	Catalán y castellano igual	Más castellano que catalán	Catalán	Más catalán que castellano	Catalán y castellano igual	Más castellano que catalán
Intersección	-1,22 ***	1,51 ***	-1,60 ***	-2,68 ***	-0,96 **	-1,71 ***	-1,48 ***	-2,17 ***
<b>Modo</b>								
On line	0,19	0,60 ***	0,77 ***	0,67 ***	0,36 ***	1,36 ***	0,62 ***	0,96 ***
Telefónico	0,29 **	0,19	0,12	0,17	-0,16	-0,05	-0,35 **	-0,02
(Ref.: presencial)								
<b>Lugar nacimiento</b>								
Cataluña	3,48 ***	1,76 ***	1,99 ***	1,17 ***	3,04 ***	2,48 ***	1,78 ***	1,47 ***
Resto de España	-0,04 **	-1,08	0,42	0,35 **	0,17	0,08	0,31 **	0,25
(Ref.: extranjero)								
<b>Edad</b>								
Entre 16 y 24	-1,18 ***	-1,30 **	0,20	0,59 *	-0,61 ***	-0,76 ***	0,23	0,32
De 25 a 34	-1,35 ***	-1,39 ***	-0,44 *	0,56 **	-0,97 ***	-0,95 ***	-0,56 ***	0,10
De 25 a 44	-1,13 ***	-1,41 ***	-0,25	0,63 **	-1,12 ***	-0,87 ***	-0,60 ***	0,09
De 45 a 54	-0,95 ***	-0,98 ***	-0,34	0,36	-0,91 ***	-0,91 ***	-0,59 ***	-0,01
De 45 a 54	-0,32 *	-0,61 **	-0,06	0,33	-0,54 ***	-0,49 ***	-0,28 *	0,11
(Ref.: 65 y más)								

	Lengua hablada			pequeños comercios			Lengua utilizada con la administración estatal		
	Catalán	Más catalán que castellano	Catalán y castellano igual	Más catalán que castellano	Catalán y castellano igual	Más catalán que castellano	Catalán y castellano igual	Más catalán que castellano	Más catalán que castellano
<b>Estudios terminados</b>									
Sin estudios	-2,07 ***	-2,53 ***	-1,85 ***	-0,99 ***	-1,72 ***	-1,87 ***	-1,79 ***	-1,16 ***	
Primarios	-1,09 ***	-1,34 ***	-0,97 ***	-0,41 ***	-0,96 ***	-1,06 ***	-0,79 ***	-0,67 ***	
Secundarios	-0,51 ***	-0,69 ***	-0,46 ***	-0,18	-0,36 ***	-0,45 ***	-0,14 ***	-0,30 ***	
<b>(Ref.: superiores)</b>									
<b>Relación con la actividad</b>									
Ocupado	0,36 *	0,21 **	0,26	0,54 **	-,-	-,-	-,-	-,-	
Parado	0,05	0,15	0,25	0,73 **	-,-	-,-	-,-	-,-	
Jubilado	0,53 **	0,18 **	0,18	0,65 **	-,-	-,-	-,-	-,-	
Estudiante	0,77 **	0,81 **	0,47	1,05 ***	-,-	-,-	-,-	-,-	
<b>(Ref.: trabajo doméstico no remunerado)</b>									
Número de casos			6.681				6.639		
Chi Cuadrado			3290,80				2829,40		
Pseudo R2 (Nagelkerke)			0,41				0,37		

(\*) Relación significativa al 0,10. (\*\*) Significación 0,05. (\*\*\*) Significación al 0,01. (-,-) Variable sin relación significativa.

Fuente: elaboración propia con datos de Idescat y Dirección General de Política Lingüística: Enquesta d'usos lingüístics de la població (2013).

La situación es similar en lo que respecta a la lengua utilizada en la administración estatal<sup>8</sup>, aunque desapareciendo la influencia de la relación con la actividad. La caracterización de los que emplean ambas lenguas por igual es similar a lo detectado con los comercios, salvo la desaparición de la relación de los nacidos en el extranjero y los que tienen estudios secundarios. El modelo tiene una capacidad explicativa similar.

La lengua utilizada en la redacción de notas personales es la que presenta un orcen de relaciones significativas completamente diferente a las anteriores (no mostrada para evitar redundancias). Tras el lugar de nacimiento y el nivel de estudios, siguiendo la lógica señalada hasta ahora, posteriormente (tercer lugar de influencia) aparece el modo de administración, seguida de la relación con la actividad. La edad, en este caso, es desplazada a quinto lugar. La interpretación de los coeficientes no difiere de lo señalado hasta el momento, tanto en las variables que influyen en redactar las notas personales en catalán como en catalán y castellano indistintamente.

## CONCLUSIONES

El presente trabajo aborda hasta qué punto el uso secuencial de varios modos de administración influye en los errores de medida, utilizando para ello una encuesta sobre hábitos lingüísticos realizada en Cataluña. La encuesta autoadministrada online aplicada a toda la muestra consigue la respuesta del 44,3% de la muestra. Las personas que no han respondido son contactadas con una encuesta telefónica y presencial, que consigue entrevistar al resto de los contactados.

Uno de los problemas de la administración secuencia de modos de recogida es la posible influencia del tema de la investigación en el número de personas que responden cada modo, generando así errores de medida. Aplicado al presente caso, podría suceder que las personas más sensibilizadas sobre el tema respondan más la encuesta autoadministrada, y que los menos interesados solo respondan cuando son contactados por un encuestador que solicita la respuesta a un cuestionario administrado. Esto supondría diferencias ente los entrevistados, diferencias generadas –por un lado– por los diferentes colectivos que han respondido cada una y, por otro lado, el posible efecto que el modo utilizado genera sobre el entrevistado.

En este trabajo se han considerado tales influencias en 15 variables sobre la lengua empleada en el hogar, con los amigos-vecinos y compañeros de trabajo y estudio, y la lengua empleada en hacer trámites diversos: compras, gestiones bancarias, escritura de notas personales, servicios médicos y en trámites con la administración.

El modo autoadministrado presenta una mayor utilización del catalán en todos los ámbitos, con diferencias alrededor del 10% en el ámbito íntimo y en el relacional, y con menores diferencias en los modos administrados. El empleo de la regresión logística, con el fin de conocer con precisión las variables que más influyen en el uso de la lengua desvela la gran influencia del lugar de nacimiento. Ahora bien, solo en dos de las regresiones, de las 15 efectuadas, el modo de administración presenta influencia menor que las variables consideradas: edad, estudios, forma de convivencia y relación con la actividad.

Emplear una regresión, en la medida que *controla* la influencia que sobre ella tienen el resto de las variables incluidas en el modelo (Escobar et al., 2009), lleva a aceptar la hipótesis planteada en los tres ámbitos analizados. En todos ellos la variable más influyente es el lugar de nacimiento, seguida del nivel de estudios. Un tercer nivel de influencia presenta la

<sup>8</sup> Algo que sucede también en la lengua utilizada con los médicos y en los trámites realizados con la administración local. Sin mostrar.

edad y, a continuación, el modo de administración. Los rasgos asociados a hablar catalán son haber nacido en la comunidad, tener más de 65 años, estudios superiores, estudiantes o jubilados, y responder online. Emplear ambas lenguas presenta un perfil similar, pero con magnitudes inferiores. En definitiva, se confirma así las apreciaciones que señalaban que las diferencias en los modos están causadas por las diferencias sociodemográficas de las muestras.

Quedaría por analizar si esta menor influencia del modo en variables de comportamiento se mantiene también en variables de actitud y opinión, algo que no es posible llevar a cabo con los datos de este estudio al carecer de ese tipo de información. Terminar señalando la principal limitación de esta investigación, como es el hecho de no contar con una muestra paralela, que permita conocer el impacto real del modo, tal y como han procedido Kappelhof y DeLeeuw (2019) en una investigación de esta misma temática.

## AGRADECIMIENTOS

El autordesea expresar su agradecimiento a dos revisores anónimos y a Celia Díaz Catalán, del Equipo Editorial de la RES. También a Anna Torrijos López, de la Dirección General de Política Lingüística del Departamento de Cultura de la Generalitat de Catalunya, y Carme Luna González, de Institut d'Estadística de Catalunya-Idescat. Gracias especiales al Institut d'Estadística de Catalunya-Idescat por proporcionarme los microdatos de la Enquesta d'usos lingüístics de la població 2013.

## REFERENCIAS

- Asociación Española de Estudios de Mercado, Marketing y Opinión. (2006). *El sector de la investigación de mercados en España 2005*. Recuperado de <https://www.aedemo.es/investigamos/estudio-sector/>
- Asociación Española de Estudios de Mercado, Marketing y Opinión. (2011). *El sector de la investigación de mercados también refleja la situación económica actual*. Recuperado de [http://www.aedemo.es/aedemo/images/stories/varios/2011.%20Volumen%20de%20negocio%20y%20estructura%20\(Nota%20de%20Prensa\).pdf](http://www.aedemo.es/aedemo/images/stories/varios/2011.%20Volumen%20de%20negocio%20y%20estructura%20(Nota%20de%20Prensa).pdf)
- Asociación Nacional de Empresas de Investigación de Mercados y Opinión Pública, Asociación Española de Estudios de Mercado, Marketing y Opinión, y Sociedad Europea de Opinión e Investigación de Mercados. (2016). *El sector de la investigación de mercados en España 2015*. Recuperado de <http://www.aneimo.com/datosmercado.php>.
- Asociación Nacional de Empresas de Investigación de Mercados y Opinión Pública, Asociación Española de Estudios de Mercado, Marketing y Opinión, y Sociedad Europea de Opinión e Investigación de Mercados. (19 de octubre de 2018). *X encuentro: la investigación a análisis. 2017: estabilidad en el sector de la investigación de mercados mundial*. Recuperado de <https://www.aedemo.es/producto/presentacion-del-estudio-de-la-industria/>
- Battaglia, M. P., Frankel, M. R., Osborn, L., Mokdad, A. y Link, M. W. (2008). A comparison of address-based sampling (ABS) versus random-digit dialing (RDD) for General Population Surveys. *Public Opinion Quarterly*, 72(1), 6-27.

- Battaglia, M. P., Link, M. W., Frankel, M. R., Osborn, L. y Mokdad A. (2008). An evaluation of respondent selection methods for household mail surveys. *Public Opinion Quarterly*, 72(3), 459-469. <https://doi.org/10.1093/poq/nfn026>
- Beullens, K., Loosveldt, G., Vandenplas, C. y Stoop, I. (2018). Response rates in The European Social Survey: Increasing, decreasing, or a matter of fieldwork efforts". *Survey Methods: Insights from the Field*. Recuperado de <https://surveyinsights.org/?p=9673>
- Biblioteca Técnica de Política Lingüística. (2018): *Anàlisi de l'Enquesta d'usos lingüístics de la població 2013: Coneixements, usos, transmissió i actituds lingüístics* (Vol. 1). Barcelona: Generalitat de Catalunya, Departament de Cultura. Recuperado de [https://llengua.gencat.cat/web/.content/documents/publicacions/btpl/arxius/23\\_EULP\\_Catalunya\\_2013-vol.1.pdf](https://llengua.gencat.cat/web/.content/documents/publicacions/btpl/arxius/23_EULP_Catalunya_2013-vol.1.pdf)
- Billiet, J. y Matsuo, H. (2012). Non-response and measurement error. En L. Gideon (ed.), *Handbook of survey methodology for the social sciences* (pp. 149-178). Nueva York: Springer.
- Couper, M. P. (2008). Technology and the survey interview/questionnaire. En F. G. Conrad y M. F. Schober (eds.), *Envisioning the survey interviewing of the future* (pp. 31-76). Nueva York: Wiley.
- Couper, M. P. (2011). The future of modes of data collection. *Public Opinion Quarterly*, 75, 889-908. <https://doi.org/10.1093/poq/nfr046>
- Couper, M. P. (2017). New Developments in Survey Data Collection. *Annual Review of Sociology*, 43, 121-145. <https://doi.org/10.1146/annurev-soc-060116-053613>
- Daikeler, J., Bosnjak, M. y Lozar Manfreda, K. (2020). Web versus other survey modes: An updated and extended meta-analysis comparing response rates. *Journal of Survey Statistics and Methodology*, 8(3), 513-539. <https://doi.org/10.1093/jssam/smz008>
- DeLeeuw, E. D. (2018). Mixed-Mode: Past, Present, and Future. *Survey Research Methods*, 12(2), 75-89. <https://doi.org/10.18148/srm/2018.v12i2.7402>
- Díaz de Rada, V., Domínguez, J. A. y Pasadas, S. (2019). *Internet como modo de administración de encuestas*. Madrid: CIS.
- Díaz de Rada, V. y Núñez, A. (2008). *Estudio de las incidencias en la investigación con encuestas*. Madrid: CIS.
- Díaz de Rada, V. y Portilla, I. (2015). Encuestas telefónicas: estrategias para mejorar la colaboración. *Perspectiva Empresarial*, 2(1), 97-115. <http://dx.doi.org/10.16967%2Frpe.v2n1a7>
- Dillman, D. (2017). The promise and challenge of pushing respondents to the Web in mixed-mode. *Survey Methodology*, 43(1), 3-30.
- Dillman, D. A., Smyth, J. D. y Christian, L. M. (2009). *Internet, Mail and Mixed-Mode Surveys: The Tailored Design Method* (3<sup>th</sup> ed.). Nueva York: Wiley.
- Escobar, M.; Fernández Macías, E. y Bernardi, F. (2009). *Análisis de datos con STATA*. Madrid: CIS.
- ESOMAR (2008), *26 Questions to Help Buyers of Online Samples*. Amsterdam: ESOMAR, <http://www.esomar.org/index.php/26-questions.html>
- Fowler, F. J., Roman, A. M., Mahmood, R. y Cosenza, C. A. (2016). Reducing Nonresponse and Nonresponse Error in a Telephone Survey: An Informative Case Study. *Journal of Survey Statistics and Methodology*, 4(2), 246-262. <https://doi.org/10.1093/jssam/smw004>



- Groves, R. M. (1990). Theories and methods of telephone surveys. *Annual Review of Sociology*, 16, 221-240. <https://doi.org/10.1146/annurev.so.16.080190.001253>
- Groves, R. M. (2011). Three Eras of Survey Research. *Public Opinion Quarterly*, 75(5), 861-871. <https://doi.org/10.1093/poq/nfr057>
- Groves, R. M. y Mathiowetz, N. A. (1984). Computer Assisted Telephone Interviewing: Effects on interviewers and respondents. *Public Opinion Quarterly*, 48(4), 356-369. <https://doi.org/10.1093/poq/48.1b.356>
- Haan, M., Ongena, Y. P. y Aarts, K. (2014). Reaching Hard-to-Survey Populations: Mode Choice and Mode Preference. *Journal of Official Statistics*, 30(2), 355-379. <http://dx.doi.org/10.2478/jos-2014-0021>
- Hochstim, J. R. (1967). A critical comparison of three strategies of collecting data from households. *Evaluation Journal of the American Statistical Association*, 62, 976-989.
- Insights y Analytics España. (2019). *XI Encuentro: la investigación a análisis. Datos para España y mundiales de Investigación de Mercados 2018*. Recuperado de <http://ia-espana.es/index.php/notas-de-prensa/>
- Institut d'Estadística de Catalunya-Idescat (2015). *Enquesta d'usos lingüístics de la població 2013*, Barcelona; Generalitat de Catalunya, Departament de Cultura, Direcció General de Política Lingüística, <https://www.idescat.cat/cat/idescat/publicacions/catalog/pdfdocs/eulp2013.pdf>, acceso 8 de enero de 2019.
- Kappelhof, J. y DeLeeuw, E. D. (2019). Estimating the Impact of Measurement Differences Introduced by Efforts to Reach a Balanced Response among Non-Western Minorities. *Sociological Methods & Research*, 48(1), 116-155. <https://doi.org/10.1177/0049124117701474>
- Lee, H., Kim, S., Couper, M. y Woo, Y. (2019). Experimental Comparison of PC Web, Smartphone Web, and Telephone Surveys in the New Technology Era. *Social Science Computer Review*, 37, 234-247. <https://doi.org/10.1177/0894439318756867>
- Lyberg, L. E. y Kasprzyk, D. (1991). Data collection methods and measurement error: an overview. En P. P. Biemer, R. Groves, L. Lyberg, N. Mathiowetz y S. Sudman (eds.), *Measurement error in surveys* (pp. 237-257). Nueva York: Wiley.
- Lynn, P., Hope, S. y Jäcke, A. (octubre, 2012). Effects of Visual and Aural Communication of Categorical Response Options on Answers to Survey Questions. *Working Papers Institute for Social and Economic Research*, 2012-2.
- Masats, M.; Oller, E. y Torras, C. (2018). Metodología general de l'Enquesta d'usos lingüístics de la població 2013. En Biblioteca Técnica de Política Lingüística. (2018): *Anàlisi de l'Enquesta d'usos lingüístics de la població 2013: Coneixements, usos, transmissió i actituds lingüístics* (Vol. 1). Barcelona: Generalitat de Catalunya, Departament de Cultura. Recuperado de [https://llengua.gencat.cat/web/.content/documents/publicacions/btpl/arxius/23\\_EULP\\_Catalunya\\_2013-vol.1.pdf](https://llengua.gencat.cat/web/.content/documents/publicacions/btpl/arxius/23_EULP_Catalunya_2013-vol.1.pdf)
- Massey, D. S. y Tourangeau, R. (2013). Introduction: New challenges to social measurement. *The ANNALS of the American Academy of Political and Social Science*, 645(1), 6-22. <https://doi.org/10.1177/0002716212463314>
- National Research Council. (2013). *Nonresponse in social science surveys: A research agenda*. Washington, DC: The National Academic Press.

- Nathan, G. (2001). Telesurvey methodologies for household surveys – A review and some thoughts for the future?. *Survey Methodology*, 27(1), 7-31.
- Olson, K., Smyth J. D. y Wood, H. (2012). Does Giving People Their Preferred Survey Mode Actually Increase Survey Participation? An Experimental Examination. *Public Opinion Quarterly*, 74(4), 611-635. <https://doi.org/10.1093/poq/nfs024>
- Sala, E. y Lynn, P. (2009). The potential of a multi-mode data collection design to reduce non response bias. The case of a survey of employees. *Quality and Quantity*, 43, 123-136. <https://doi.org/10.1007/s11135-007-9148-5>
- Schober, M. F. y Conrad, F. G. (2008). Survey interviews and new communication technologies. En F. G. Conrad y M. F. Schober (eds.), *Envisioning the survey interviewing of the future* (pp. 1-30). Nueva York: Wiley.
- Smith, T. W. y Kim, J. (2015). A Review of Survey Data-Collection Modes. *Sociological Theory and Methods*, 30(2), 185-200.
- Smyth, J. (18 de septiembre de 2018). *Visual Design in Surveys: Using Numbers, Symbols, and Graphi*. Webinar de la Asociación Americana para la Investigación de la Opinión Pública (American Association for Public Opinion Research).
- Smyth, J. D., Olson, K. y Kasabian, A. (2014). The Effect of Answering in a Preferred Versus a Non-Preferred Survey Mode on Measurement. *Survey Research Methods*, 8(3), 137-152. <https://doi.org/10.18148/srm/2014.v8i3.5750>
- Sociedad Europea de Opinión e Investigación de Mercados. (2008). *26 Questions to Help Buyers of Online Samples*. Ámsterdam: ESOMAR. Recuperado de <http://www.esomar.org/index.php/26-questions.html>
- Stange, M., Barry, A., Smyth, J. D. y Olson, K. (2106). Effects of Smiley Face Scales on Visual Processing of Satisfaction Questions in Web Surveys. *Social Science Computer Review*, 36(3), 756-766. <https://doi.org/10.1177/0894439316674166>
- Stoop, I. (2005). *The Hunt for the Last Respondent. Non-Response in Sample Surveys*. The Hague: Social and Cultural Planning Agency.
- Stoop, I. (2007). No time, Too Busy: Time Strain and Survey Cooperation. En G. Loosveldt, M. Swyngedouw y B. Cambré (eds.), *Measuring Meaningful Data in Social Research* (pp. 301-314). Leuven: Acco.
- Thornberry, O. T. y Massey, J. T. (1988). International comparison of telephone coverage. En R. M. Groves, P. P. Biemer, L. E. Lyberg, J. T. Massey, W. L. Nicholls II y J. Waksberg (eds.), *Telephone Survey Methodology* (pp. 24-49). Nueva York: Wiley,
- Tourangeau, R., Conrad, F. G. y Couper, M. P. (2013). *The Science of Web Surveys*. Oxford: Oxford University Press.
- Trewin, D. y Lee, G. (1988). International comparison of telephone coverage. En R. M. Groves, P. P. Biemer, L. E. Lyberg, J. T. Massey, W. L. Nicholls II y J. Waksberg (eds.), *Telephone Survey Methodology* (pp. 9-24). Nueva York: Wiley.

## Anexo

### Características sociodemográficas de las muestras logradas por cada modo

		Online	Telefónica	Presencial	
Lugar de nacimiento	Cataluña	+75,6%	-62,1%	-39,9%	
	España	-13,3%	+23,0%	17,7%	
	Extranjero	-11,1%	-14,9%	+42,5%	
Edad	16 - 24 años	+12,1%	-6,9%	8,8%	
	25 - 34 años	+16,2%	-11,7%	+17,5%	
	35 - 44 años	+22,3%	-18,4%	+26,1%	
	45 - 54 años	+19,8%	-16,2%	17,0%	
	55 - 64 años	13,6%	+15,4%	-9,9%	
	65 y más años	-16,0%	+31,4%	20,8%	
Convivencia en pareja	Sí	+66,8%	64,9%	64,1%	
	No	-33,2%	35,1%	35,9%	
	NS/NC	0,0%	0,0%	0,0%	
Nivel de estudios	Sin estudios	-4,3%	+9,7%	7,1%	
	Primarios	-22,6%	+35,3%	+33,6%	
	Secundarios	+45,7%	-38,9%	42,3%	
	Universitarios	+27,4%	-16,1%	-17,0%	
Relación con la actividad	Trabajador/a	+54,2%	-45,2%	47,8%	
	Parado/a	+15,9%	-12,5%	+18,3%	
	Jubilado/ pensionista	-15,6%	+29,6%	-19,5%	
	Estudiante	+10,4%	-5,6%	6,4%	
	Trabajo doméstico no remunerado	-3,9%	+7,0%	+7,9%	
Número de casos:		3.212	3.195	848	7.255

## NOTA BIOGRÁFICA

**Vidal Díaz de Rada** es catedrático de Sociología de la Universidad Pública de Navarra, donde es profesor desde el año 1994. Licenciado y Doctor en Sociología, y Licenciado en Investigación y Técnicas de Mercado. Su especialidad es la medición y el análisis de la realidad social, habiendo impartido más de sesenta cursos sobre esta materia en empresas privadas e instituciones públicas. Autor de más de un centenar de artículos en revistas científicas y 25 libros, la mayor parte sobre sociología del consumo y metodología. Dentro de ésta última sus líneas de trabajo se centran en la /calidad de la encuesta/, mejora del /cuestionario/, /trabajo de campo/ y reducción de /no respuesta/, /modos de recogida de información/, y /análisis de datos/. Entre sus últimas publicaciones destacan: “Internet como modo de administración de encuestas” (CIS, 2019), “¿Influye en la respuesta el orden de administración de escalas valorativas 0-10?” (REIS, 2019), y “Calidad de respuesta y modo de administración del cuestionario” (RIS, 2019). La mayor parte de esas publicaciones son fruto de la participación en más de medio centenar de proyectos de investigación.