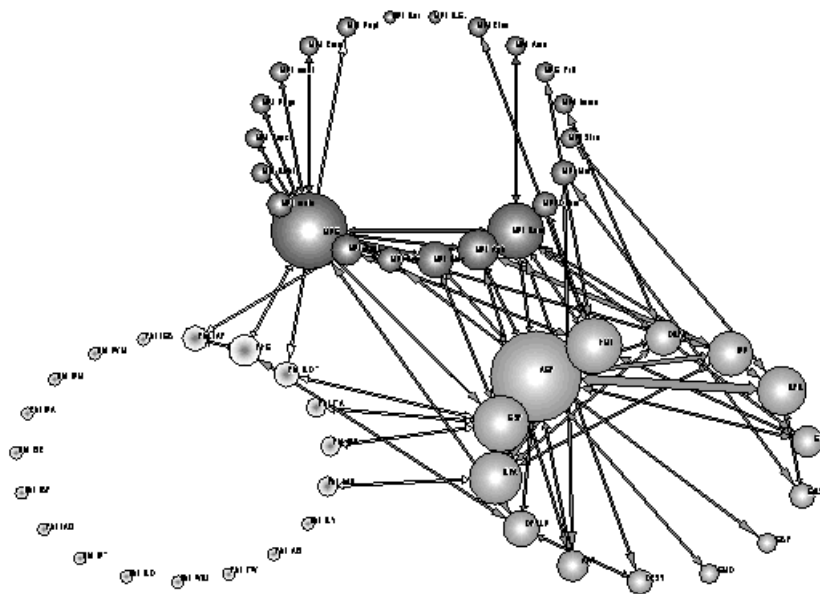




Eustat

LA ENCUESTA SOBRE CAPITAL SOCIAL 2007 SOCIAL 2007 EN LA C. A. DE EUSKADI

**Dimensiones, indicadores, metodología y herramientas.
Resultados del pretest**



Jesús Rodríguez Marcos – Mariví García Olea

Cursos de Verano-Europeos de la UPV/EHU 2007
Donostia-San Sebastián, 2-4 de julio de 2007

Imagen cedida por PD.Dr.Lothar Krempel, MaxPlanck Institute for the Study of Societies

Introducción

A pesar de los amplios antecedentes que se pueden encontrar relativos a la noción de Capital Social en la literatura científica (Politología, Sociología, Economía, Urbanismo, etc.), hay que situar la mayoría de ellos en el ámbito de las intuiciones. Podemos decir que surge como concepto de estudio para las Ciencias Sociales con la definición del sociólogo francés Pierre Bourdieu en 1980, que acaban desarrollando y operacionalizando James Coleman y, sobre todo, Robert D. Putnam a lo largo de la década siguiente.



COLLÈGE
DE FRANCE
— 1530 —



Pierre F. Bourdieu



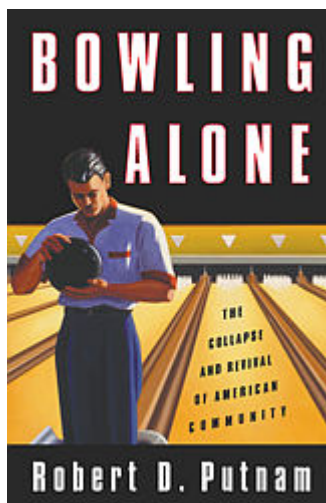
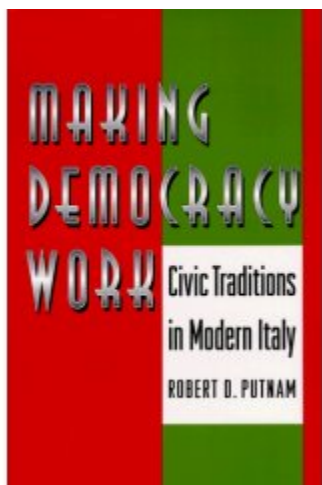
Robert D. Putnam

Precisamente será la publicación del artículo del politólogo y profesor de Harvard ‘Bowling Alone: America’s Declining Social Capital’ en 1995 (publicado como libro en 2000) el detonante de la investigación en este ámbito.

El Banco Mundial y la OECD en el ámbito internacional, en el comienzo del milenio, inician sus investigaciones a la vez que en las oficinas de estadística, ya sea debido a demandas externas de información o ya sea debido a la necesidad de completar sus indicadores sociales, deviene también en objeto de estudio.

En el ámbito español y vasco también se constata el interés en el mundo académico y de la investigación socio-económica. Se podrían citar multitud de artículos en que el Capital Social es tenido en cuenta, aunque la mayoría desde perspectivas parciales o con objetos de estudio de ámbitos reducidos. En nuestra opinión la mayoría de edad se alcanza con las investigaciones de la Fundación BBVA, con su estudio del Capital Social en 13 países y del IVIE (Instituto Valenciano de Investigaciones Económicas) y

la propia Fundación citada con la investigación sobre ‘Medición del Capital Social. Una aproximación económica’.



Eustat, recogiendo la demanda y el interés de este ámbito temático en la sociedad vasca y con vistas a situarse a la par del resto de institutos de estadística que están en esta línea de trabajo (Reino Unido, Finlandia, Australia, Nueva Zelanda, INSEE especialmente) inicia este proyecto.

Podemos diferenciar en tres grandes fases los trabajos realizados hasta la fecha con el fin de llevar adelante la investigación sobre Capital Social en la C. A. de Euskadi: una primera de documentación bibliográfica y búsqueda de fuentes y experiencias similares, una segunda de fijación de conceptos y concreción de dimensiones y áreas del Capital Social y una tercera, que ha consistido en construir y probar un cuestionario y definir la metodología de recogida de la información.

1. Dimensiones e indicadores del Capital Social

De cara a la segunda fase se investigaron en profundidad las dimensiones y metodologías de investigación del Capital Social de las siguientes instituciones:

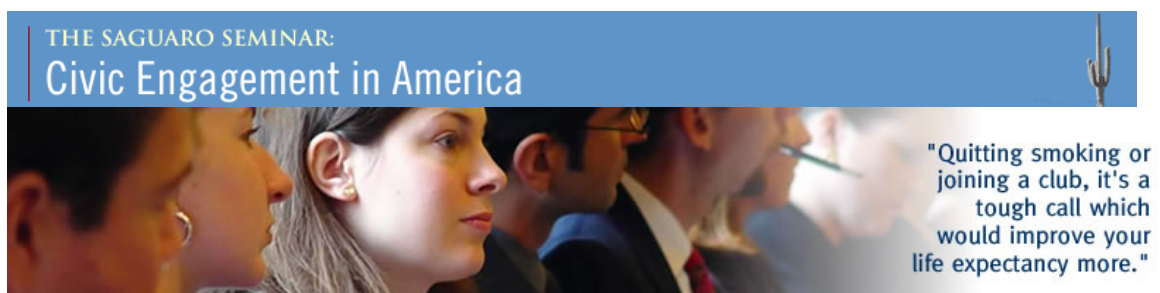
- Banco Mundial
- Fundación BBVA - IVIE
- Saguaro Seminar –Dirigido por Robert D. Putnam- (Social Capital Community Survey)
- Policy Research Initiative (PRI). Canadá
- Oficina Estadística del Reino Unido-ONS-

- Oficina Estadística de Australia- ABS-

Aunque las definiciones del concepto de estudio no varían sustancialmente, si no se hace una lectura literal, los indicadores y las dimensiones en que cada institución se ha fijado o proponen presentan una mayor variabilidad. Comprensible en muchos casos al diferir en varias ocasiones los sujetos de estudio y sus objetivos.

A pesar de ello y en casi todos los casos –el del PRI canadiense resulta excepcional al centrar la operacionalización del Capital Social sólo en las redes sociales- aparecen tres dimensiones centrales: confianza (y reciprocidad), redes sociales y participación social. A su vez con mayor o menor peso y centralidad se añaden otras dos dimensiones: información (y comunicación) y cohesión (y discriminación).

Además y, en casi todos los estudios, se analizan indicadores asociados o que se supone que pueden tener relación con el Capital Social y que en muchos casos tienen que ver con los cambios en el ciclo de vida de las personas: percepción de la salud, de los ingresos, acceso al mercado de trabajo, etc. Estas variables las hemos incluido en un epígrafe llamado de ‘contexto’; aunque en algunos estudios hay evidencias empíricas de su relación (en la homeweb del Saguario Seminar se habla de que dejar de fumar y pertenecer a un club aumenta la esperanza de vida...) aún queda pendiente su comprobación exhaustiva y sobre todo en qué dirección y cómo se producen con relación al Capital Social.



THE SAGUARO SEMINAR: CIVIC ENGAGEMENT IN AMERICA is an ongoing initiative of [Professor Robert D. Putnam](#) at the [John F. Kennedy School of Government](#) at [Harvard University](#). The project focuses on expanding what we know about our levels of trust and community engagement and on developing strategies and efforts to increase this engagement. A signature effort was the multi-year dialogue (1995-2000) on how we can increasingly build bonds of civic trust among Americans and their communities.

Home del Web del Saguario Seminar

Se optó por asumir las dimensiones centrales, las asociadas y la llamada de contexto, eliminando subdimensiones muy asociadas a lo que hemos llamado ‘sujeto del estudio’. Así, no se han tenido en cuenta los indicadores pensados específicamente para países en vías de desarrollo -del cuestionario del Banco Mundial- o la subdimensión de participación religiosa -incluida en la encuesta del Saguaro Seminar, en la de la Fundación BBVA y en la propuesta de la ONS-.

Desde nuestro punto de vista pensamos que el Capital Social deviene en un recurso que puede pertenecer tanto a los individuos como a los grupos o instituciones y a los países, que se crea cuando se está insertado o se dispone de redes personales y grupales en las que se interactúa activamente en base a normas y valores que se interpretan en un ambiente de confianza.

CUADRO 1 DIMENSIONES DEL CAPITAL SOCIAL - EUSTAT		
DIMENSIÓN I	REDES SOCIALES	NUCLEARES
ÁREA I.1	CUANTIFICACIÓN Y TIPIFICACIÓN DE REDES	
ÁREA I.2	VÍAS Y FRECUENCIA DE COMUNICACIÓN EN LAS REDES	
ÁREA I.3	HOMOGENEIDAD INTERNA DE LAS REDES	
ÁREA I.4	EFFECTIVIDAD DE LAS REDES (BENEFICIO Y RECIPROCIDAD)	
DIMENSIÓN II	CONFIANZA Y RECIPROCIDAD	
ÁREA II.1	CONFIANZA EN GENERAL	ASOCIADAS
ÁREA II.2	CONFIANZA EN LAS REDES SOCIALES	
ÁREA II.3	CONFIANZA EN DISTINTAS PROFESIONES	
ÁREA II.4	CONFIANZA EN LAS INSTITUCIONES	
ÁREA II.5	RECIPROCIDAD DE AYUDA Y CONFIANZA	
DIMENSIÓN III	PARTICIPACIÓN Y COOPERACIÓN	
ÁREA III.1	INTERÉS POR TEMAS SOCIO-POLÍTICOS	CONTEXTO
ÁREA III.2	PARTICIPACIÓN SOCIAL Y POLÍTICA	
ÁREA III.3	PREDISPOSICIÓN A LA COOPERACIÓN	
ÁREA III.4	INFLUENCIA PERSONAL EN EL ÁMBITO SOCIAL Y POLÍTICO	
ÁREA III.5	INDEPENDENCIA PERSONAL	
DIMENSIÓN IV	INFORMACIÓN Y COMUNICACIÓN	
ÁREA IV.1	INTERÉS E INFORMACIÓN EN ASUNTOS PÚBLICOS POR ÁMBITO	ASOCIADAS
ÁREA IV.2	FUENTES DE INFORMACIÓN POR ÁMBITOS	
ÁREA IV.3	CONSUMO DE MEDIOS DE COMUNICACIÓN	
ÁREA IV.4	INTERNET Y REDES VIRTUALES	
DIMENSIÓN V	COHESIÓN EN INCLUSIÓN SOCIAL	
ÁREA V.1	COHESIÓN SOCIAL	
ÁREA V.2	DISCRIMINACIÓN	
ÁREA V.3	SEGURIDAD	
ÁREA V.4	CORRUPCIÓN	
DIMENSIÓN VI	CONTEXTO	
ÁREA VI.1	FELICIDAD PERSONAL	CONTEXTO
ÁREA VI.2	SALUD SUBJETIVA	
ÁREA VI.3	REDES Y TRABAJO	
ÁREA VI.4	RESIDENCIA Y MOVILIDAD	

Entendemos la noción de recurso como activo económico y social, que puede impulsar el desarrollo económico, pero también el bienestar personal y social. En esa medida se puede o tiene que invertir en él y se puede depreciar.

Por otro lado a través de la redes circulan bienes y servicios pero también información. Las comunicaciones, relaciones y transacciones resultan menos costosas o más efectivas en tanto en cuanto se desarrollan en un ambiente de confianza mutua, en donde se elimina la corrupción y la exclusión política y social.

El Capital Social no resulta en sí mismo bueno o malo, ya que puede aplicarse, como el resto de nociones de capital, a fines positivos o negativos. Las bandas de delincuentes, por ejemplo, no cabe duda de que se mantienen por los altos niveles de Capital Social que poseen: redes fuertes, confianza extrema, participación alta, cohesión y altos flujos de comunicación, amén de disponer de normas y códigos de conducta muy definidos.

2. Construcción del Cuestionario

El siguiente paso consistió en desarrollar una metodología de obtención de indicadores. Dentro de las tres vías principales para una oficina estadística –recopilación de fuentes disponibles, introducción de un módulo en otra operación de recogida y encuesta específica a la población- se optó por la tercera, al permitir recoger indicadores primarios incluidos en un marco teórico previo y tener la potencialidad del análisis individual, grupal y de conjunto para todo el país. Además no se sufrirían las restricciones y carencias que imponen al compartir espacio con otra investigación.

Este último camino, aunque lleva algo más de cinco años desarrollándose, casi siempre ha sido seguido por instituciones relativamente alejadas de la estadística, con lo que iba a ser preciso coordinar una nueva metodología según los estándares estadísticos con la elaboración de un cuestionario propio.

Hay que adelantar que tempranamente Eustat se puso en contacto con la Fundación BBVA con el fin de recibir apoyo metodológico y sobre todo avanzar conjuntamente en los aspectos que se habían planteado como objetivos del proyecto.

Se partió como eje central del cuestionario de Eustat del de la Fundación BBVA, aunque para algunas subdimensiones se utilizaron ítems o adaptaciones de otras encuestas. Así, se decidió incluir los ítems que recogen los canales y fuentes de información según ámbito en la línea del cuestionario del Banco Mundial. Las preguntas sobre corrupción institucional del cuestionario de la FBBVA se sustituyeron por una adaptación de las utilizadas por Transparencia Internacional (en su estudio

Barómetro Global de la Corrupción), se ampliaron las opciones de participación cívico-política siguiendo los formatos del Gabinete de Prospecciones Sociológicas del Gobierno Vasco y del CIS.

También se pasaron algunos ítems de escala semántica a numérica, de cara a una más fácil utilización en la elaboración de índices.

Por otro lado se intenta recuperar en el cuestionario de Eustat la visión local del Capital Social, que los de Robert D. Putnam y de la ONS recogen con amplitud, y que el cuestionario de la FBBVA, al tener una visión internacional, plantea con menos precisión e intensidad.

A pesar de lo dicho, la mayoría de los indicadores de la encuesta de Eustat son deudores de los de la Fundación, con lo que podrán realizarse las correspondientes comparaciones y además plantear las líneas de investigación conjuntas (indicadores sintéticos y estimación económica).

Aunque desde Eustat se ha definido el Capital Social y se ha elaborado un marco teórico, con el contenido amplio de indicadores del cuestionario se ha querido trasladar a otros investigadores la posibilidad de concretar definiciones e hipótesis de estudio diferentes. Se llegó a percibir esa necesidad con el estudio previo de dimensiones.

El otro reto que se trasladó al diseño del cuestionario venía de las exigencias metodológicas de recogida. Por razones de cobertura y de calidad de información se decidió probar y aceptar posteriormente varios métodos de captura de información (CATI, CAWI, CAPI-PAPI). Esta circunstancia llevó a reducir la carga del cuestionario y a habilitar soluciones tecnológicas a la distribución de sesgos de recogida.

En orden a facilitar aún más la captura de información y dado que se dispondrá de varios soportes de archivo, también se reduce al máximo la aplicación de la técnica del grafo y los filtros. Se llegó a esta medida después de evaluar el escaso impacto que iba a tener en la información su limitación, tomando como referencia el pretest.

Se mantendrán los ítems incluidos en el pretest que pretenden medir la comprensión y el grado con que se percibe la privacidad de las dimensiones del cuestionario, con el fin de disponer de herramientas de estudio de la no respuesta parcial, además de poder analizar los posibles sesgos que introduce cada método de recogida. Parte de las preguntas las contestarán los encuestados y parte los encuestadores. El cuestionario de Internet

también llevará ítems adicionales de cara a conocer las motivaciones de su elección y de evaluar la calidad del propio aplicativo.

3. Diseño del pretest. Metodología de recogida

Dada la temática de la encuesta centrada en actitudes y opiniones, más que en comportamientos o hechos, no muy habitual en las operaciones de la estadística oficial, Eustat vio la necesidad de probar el cuestionario, su duración, los métodos de recogida y la propia problemática que podría plantear la encuestación, principalmente la valoración de la población del tipo de ítems a los que se le enfrentaba.

Se apostaba a priori por un sistema CATI como método preferencial de captura de la información, poco habitual en encuestas similares en el ámbito estadístico europeo, aunque nada ajeno a los trabajos del Marketing y de la investigación sociopolítica norteamericana y canadiense.

El Pretest llevado a cabo con una amplia muestra para estos casos (ver Cuadro 2), nos reafirmó la importancia de la carta de presentación, así como la de la propia explicación del objeto de la encuesta a los entrevistados por parte de los entrevistadores. También nos indicó que sin una tasa mínima de contactos y un buen y actualizado marco de muestreo la no respuesta sería uno de los problemas importantes.

CUADRO 2 ECS07- FICHA METODOLÓGICA del Pretest de la Encuesta sobre Capital Social																																										
1	Unidad de muestreo: Individuos empadronados (en viviendas familiares y colectivas) 15 y más años																																									
2	Método de recogida: 80% CATI == 20% PAPI																																									
3	Tamaño muestral: 360 entrevistas (60 x 6 dimensiones)																																									
4	Muestra a extraer: Cuotas por sexo y edad y ubicación territorial dirigida																																									
Estratificación:																																										
4.1 EDAD: JÓVENES - ADULTOS - MAYORES																																										
Relación con: Tamaño de Redes, Participación Sociopolítica, Información y Comunicación, Salud y Felicidad Personal																																										
Grupos propuestos: 15-24 ; 25 -44, >=45																																										
Distribución sexo, edad, método:																																										
	<table border="1"> <thead> <tr> <th rowspan="2"></th> <th colspan="3">MUESTRA - TELEFÓNICA</th> <th colspan="3">MUESTRA - PRESENCIAL</th> </tr> <tr> <th>T</th> <th>V</th> <th>M</th> <th>T</th> <th>V</th> <th>M</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>TOTAL</td> <td>288</td> <td>140</td> <td>148</td> <td>72</td> <td>35</td> <td>37</td> </tr> <tr> <td>15-24</td> <td>33</td> <td>17</td> <td>16</td> <td>8</td> <td>4</td> <td>4</td> </tr> <tr> <td>25-44</td> <td>107</td> <td>55</td> <td>52</td> <td>27</td> <td>14</td> <td>13</td> </tr> <tr> <td>>=45</td> <td>148</td> <td>68</td> <td>80</td> <td>37</td> <td>17</td> <td>20</td> </tr> </tbody> </table>		MUESTRA - TELEFÓNICA			MUESTRA - PRESENCIAL			T	V	M	T	V	M	TOTAL	288	140	148	72	35	37	15-24	33	17	16	8	4	4	25-44	107	55	52	27	14	13	>=45	148	68	80	37	17	20
	MUESTRA - TELEFÓNICA			MUESTRA - PRESENCIAL																																						
	T	V	M	T	V	M																																				
TOTAL	288	140	148	72	35	37																																				
15-24	33	17	16	8	4	4																																				
25-44	107	55	52	27	14	13																																				
>=45	148	68	80	37	17	20																																				
4.2 TAMAÑO DE MUNICIPIO:																																										
Grupos propuestos:	Tamaño grande >=100.000 y Tamaño pequeño, <=20.000 (CATI) Tamaño mediano, >20.000 y <=100.000 para encuestación presencial (PAPI)																																									
5	Método de extracción/selección: <p>CATI: Vivienda - Selección aleatoria de num. de teléfono -RDD-</p> <p>PAPI: Vivienda - Rutas aleatorias (Random Route)</p> <p>CATI-PAPI: Personas 1ª fase- Tabla de Kish (Parrilla en base a número de contacto, edad y sexo de personas de la viviendas)</p> <p>CATI-PAPI: Personas 2ª fase - cuando se reducen los estratos no se pueden seleccionar aleatoriamente</p>																																									
6	Marco de muestreo: MARCO CATI: Listín telefónico																																									
7	Sustitución: Se extraen 6 suplentes por cada titular (CATI)																																									
8	NO RESPUESTA: Se enviará carta de presentación y nota explicativa de la encuesta Resulta fundamental realizar un seguimiento exhaustivo de la No Respuesta en el Pretest (incidencias -no contactos, negativas, interrupciones, etc.) para poder estimar el tamaño muestral en las mejores condiciones																																									
9	Período de encuestación: 15 DE MARZO A 4 DE ABRIL DE 2007																																									
10	Nº de encuestadores: 10																																									
11	Horario de encuestación: De 09:00 a 21:00; de lunes a viernes																																									
12	ERROR MUESTRAL: En la hipótesis de muestreo aleatorio simple, con un nivel de confianza del 95%, y una P=70%, el error muestral sería del 5%																																									

A su vez la bibliografía consultada matiza la trascendencia en este tipo de estudios de los sesgos de no respuesta, especialmente de los rechazos. Incluso se afirma que el ‘atosigamiento’ del encuestado puede añadir otro tipo de sesgos más peligrosos.

Relacionada con la calidad de la respuesta o el propio rechazo, está la carga de respuesta, cuyo indicador más básico se deduce de la duración de la entrevista; curiosamente las realizadas por el sistema CATI alcanzaron una prácticamente idéntica a la del cuestionario de la encuesta de Robert D. Putnam de 2000: 26’. Las entrevistas cara a cara llegaron a 41 minutos.

Tabla 1 RESULTADOS DE CAMPO Y COMPARACIÓN DE TASAS DE RESPUESTA

Tabla 1.a Incidencias de recogida y tasas de cobertura de ECS07 - Pretest

	ISER	TOTAL	Alava	Bizkaia	A+B	Gipuzkoa
1. Teléfono Erróneo (1)	NE	281	10	271	281	0
2. No es vivienda familiar	NE	75	0	74	74	1
3. Negativa de vivienda	R	396	33	354	387	9
4. Ausencia Prolongada vivienda	NC	288	43	223	266	22
5. Negativa de individuo	R	0	0	0	0	0
6. Ausencia Prolongada individuo	NC	17	1	16	17	0
7. Encuestada	I	361	14	275	289	72
9. No encuestable	NE	121	2	119	121	0
TOTAL		1.539	103	1.332	1.435	104

TASAS DE RESPUESTA - ISER	MÉTODO DE RECOGIDA	TELEFÓNICA			PRESENCIAL
	TOTAL	Alava	Bizkaia	A+B	Gipuzkoa
TASA DE RESPUESTA	34,0	15,4	31,7	30,1	69,9
TASA DE COOPERACIÓN	47,7	29,8	43,7	42,8	88,9
TASA DE RECHAZO	37,3	36,3	40,8	40,4	8,7
TASA DE CONTACTO	71,3	51,6	72,5	70,5	78,6
TASA DE ELEGIBILIDAD	49,2	45,6	47,2	47,1	77,9

Tabla 1.b Tasas de cobertura en la Enc. de Codiciones de Vida 2004 y de la Encuesta Social Europea 02,05,07

TASAS DE RESPUESTA - ISER	RECOGIDA MIXTA		RECOGIDA PRESENCIAL			
	ECV04 (NE) (2)	ECV04 (NC)	ENC. SOCIAL EUROPEA			
	CA de Euskadi	CA de Euskadi	ESPAÑA 07	ESPAÑA 05	ESPAÑA 02	CA de Euskadi 02
TASA DE RESPUESTA	70,8	61,2	60,0 (3)	54,9	53,0	35,0
TASA DE COOPERACIÓN	79,7	67,7			58,9	40,7
TASA DE RECHAZO	18,1	15,6		25,1	34,0	49,0
TASA DE CONTACTO	88,9	76,8		92,9	90,0	86,0
TASA DE ELEGIBILIDAD	82,5	95,4				

TASA DE RESPUESTA: ENTREVISTAS REALIZADAS SOBRE CASOS ELEGIBLES

TASA DE COOPERACIÓN: ENTREVISTAS REALIZADAS SOBRE LAS CONTACTADAS

TASA DE RECHAZO: PROPORCIÓN DE TODOS LOS CASOS ELEGIBLES ESTIMADOS QUE SE NIEGAN A CONTESTAR

TASA DE CONTACTO: PROPORCIÓN DE PERSONAS CONTACTADAS SOBRE LAS ELEGIBLES

TASA DE ELEGIBILIDAD: PROPORCIÓN DE CASOS ELEGIBLE SOBRE TOTAL

(1) El teléfono no corresponde con la aproximación postal muestreada

(2) ECV04: Encuesta de Condiciones de Vida 2004. Cuando no se ha contactado por telf. se considera no elegible.

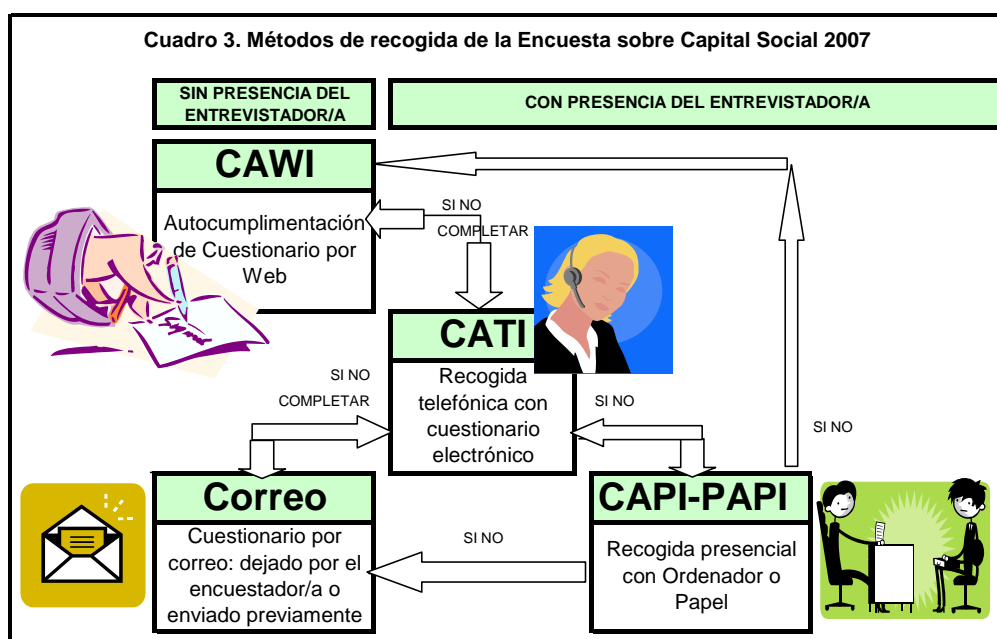
(3) Datos provisionales, facilitados por Anna Cuxart

El rechazo a ser entrevistado fue objeto de análisis, deduciéndose que el contenido del cuestionario no aparece como causa fundamental, tal vez por desconocimiento (la presentación no precisaba todo el contenido, si la nota explicativa adicional a la carta de presentación), tal vez por simple intento de ocultación. Sin embargo apareció entre las 14 opciones posibles, el 'no estoy interesado/a en responder' como la mayoritaria. Esta respuesta orienta poco sobre las verdaderas motivaciones del rechazo. De estos resultados se deduce la necesidad de aplicar argumentarios dirigidos a este tipo de razones y personal especializado en su ejecución.

También se midió el grado de comprensión de los ítems por parte de los encuestados/as, ya sea desde su punto de vista o desde el de los propios encuestadores. Aparece con nitidez un 5% de personas que afirman no haber comprendido casi nada de las preguntas; los entrevistadores/as aún son más pesimistas. Estos datos y las propias

observaciones que hizo el personal de campo nos lleva a cuestionar la validez de una parte de la muestra, probablemente debido a limitaciones físicas o síquicas. Será necesario, pues, concretar aún más las condiciones para aceptar un informante válido. A su vez se está demandando una mejora en la redacción y en la forma de preguntar los distintos ítems.

Las diferencias en los aspectos de comprensión por métodos de recogida nos han llevado a pensar en la existencia del efecto ‘presencia del encuestador, distinto si estamos en un sistema PAPI o CATI.



Entre las personas que respondieron, sí que se ha podido apreciar un nivel alto de sensibilidad hacia los ítems de las dimensiones básicas, especialmente los relativos a participación política y social, confianza y cohesión. Esa interpretación de las preguntas como personales o indiscretas o como que no eran para hablar con cualquiera, se acentuaba o disminuía según el tamaño o tipo de municipio. Para proteger estos casos todas esas preguntas llevarán necesariamente la opción de ‘No Sabe/No Contesta’, y se advertirá a los encuestados a comienzo de la entrevista (y en los cuestionarios). No obstante se mantendrá el carácter de encuesta obligatoria.

CUADRO 4		FICHA METODOLOGICA: ENCUESTA SOBRE CAPITAL SOCIAL 2007 EUSTAT
IDENTIFICACIÓN	1 Denominación y COD. de la oper.:	01 08 99 ENCUESTA SOBRE CAPITAL SOCIAL -ECS07-
	2 Ámbito espacial:	C.A. de Euskadi y sus territorios históricos
	3 Ámbito poblacional:	Población residente
	4 Periodicidad:	Variable (vocación de ser periódica)
	5 Fecha inicio:	2007
	6 Clase de operación:	Muestral
DISEÑO MUESTRAL	7 Unidad de muestreo:	Individuos de 15 y más años residentes en viviendas y en colectivos
	8 Tamaño muestral teórico:	3.450 (más lo necesario para tener estratos representativos)
	9 Tamaño muestral real:	6.900 (En base a la asunción de la Tasa de Respuesta del 50%. Base ESE05 España)
	10 Marco Muestral:	Registro Estadístico de Población (Eustat) después de Actualización Extraordinaria. Directorio de Viviendas
	11 Distribución de la muestra:	Distribución por territorios históricos con el objetivo de tener similares errores Estratificación por tamaño de municipio (CAPITALES-MEDIANOS-PEQUEÑOS) Medianos (de 100.000 a 20.000) Pequeños (20.000 y menos) (400 unidades mínimas por tthh y estrato)
	12 Diseño Muestral:	Muestreo Aleatorio Estratificado
	13 Fases de muestreo:	Selección del individuo directamente
	14 Variables de estratificación:	Territorio Histórico y tamaño de municipio
	15 Extracción:	Aleatoria
	16 Variables a extraer y pasos:	Nombre y apellidos, aprox. postal de la vivienda y nombre y apellidos del titular Pasos: Extraer individuo-muestra, buscar vivienda y asignar titular Buscar telf. de de individuo-muestra y si no se encuentra despues el del titular de la vivienda
RECOGIDA	17 Cuestionario:	Rotación de Bloques/Dimensiones para disminución de carga de respuesta
	18 No sabe / No responde:	Mantener en todos los items de actitud/opinión
	19 Duración de entrevista:	26' telefónica y 41' presencial
	20 Coste Recogida:	Pago de cuestionario por método de recogida (CATI doble que CAWI y CAPI-PAPI triple que CASIWeb)
	21 Fecha de Recogida:	17 de setiembre a 10 de diciembre (12 semanas)
	22 Sustitución:	NO sustituir. Salvo que la Tasa de Respuesta caiga por debajo del 50% de algún estrato.
	23 Informantes:	Población de 15 y más años (insistencia en informantes adecuados y capaces) Insistir en informantes adecuados (filtrar mayores que no oyen o entienden o personas con limitaciones)
	24 Método de recogida:	CATI (principal), CAPI-PAPI (secundario). CAWI (Internet, servidores Eustat) y Correo . Orden de métodos de recogida: se ofrece CASIWeb a todos, CATI (si se contacta por teléfono), CAPI-PAPI (resto de casos) y Correo a demanda del entrevistado/a
25 Incidencias:	Metodología ISER (incluir todas las incidencias y realizar agregados)	
26 Manuales y formación:	Además de de los habituales: Introducción a la entrevista, argumentarios y tratamiento de negativas	
27 Media de contactos exigidos:	6 por horario y días CATI y 2 CAPI-PAPI	
28 Incentivos:	Pago de 10€ a informantes por Internet y regalo al resto de 3€ de valor	
EXPLOTACIÓN	29 Imputación de NR:	Casos especiales (valores NS/NC) para indicadores sintéticos Aplicar en la ponderación
	30 Método de Calibrado:	
	31 Variables de Calibrado:	Edad, sexo. En su caso tamaño de familia.
	32 Población de elevación:	Proyecciones 2010 Eustat. Base 2001. Punto intermedio del período.
33 Errores de muestreo:	Cálculo directo	
34 Archivo y programación:	Aplicación de recogida por Internet: Webservice, accesibilidad AA, multidioma Base de Datos Oracle y SAS para tabulación y análisis Diseño de tablas fuentes y de tablas de explotación (con variables sintéticas y difundibles)	
DIFUSIÓN	35 Difusión:	Indicadores sintéticos Variables no sensibles. TTHH, Capitales y estratos municipales Estimación económica de CS en la CAE, sus TTHH y estratos definidos
CONFIDENCIALIDAD	36 Obligatoriedad:	La encuesta será de contestación obligatoria, aunque:
	37 Dcho. a la intimidad y honor:	Extender la opciones NS/NR a todas las preguntas sobre opiniones/actitudes Indicar en la introducción a los encuestados que existe esa posibilidad
	38 Confidencialidad:	No incluir nombres en el cuestionario (si en hoja de ruta). Archivo diferenciado, etc.// No inclusión en microdatos de items sensibles=Indicador

Dada la precisión encontrada en los resultados del pretest, que recordemos que parte de una muestra pseudoaleatoria, al comparar con los resultados de la encuesta de la FBBVA, se decidió un tamaño de muestra más reducido que el habitual en Eustat para las encuestas a hogares, 3.450 personas de muestra efectiva (frente a 5.000), estratificada por tamaño de municipio. Esa misma precisión validó el método CATI como preferente,

aunque en aras a mejorar la cobertura se seguirán también métodos CAPI-PAPI, y CAWI, incluso el correo, siempre teniendo en cuenta la posibilidad y voluntad de los encuestados (ver Cuadro 3).

La muestra será aleatoria de un solo paso –se extraerá directamente el individuo- y por primera vez se plantea un tamaño que permitirá la no sustitución; la muestra real será de 6.900 personas, estimándose una no respuesta máxima del 50%. Si se superase esta tasa se procedería a la sustitución, ante la posibilidad de que, si queda infrarrepresentado un solo estrato espacial (una capital de territorio histórico), queden invalidados para la difusión todos los de su nivel (ver Cuadro 4, resumen de la metodología de la operación definitiva).

Para evitar llegar a este punto extremo se diseñarán medidas especiales: preparación y formación de encuestadores, incentivos a los encuestados/as, pago por encuesta, número mínimo de contactos, tratamiento especial de negativas etc.

Dadas las especiales características de esta encuesta y de los métodos que se van a seguir, este trabajo puede y debe considerarse como experimental, en tanto en cuanto, además de los indicadores fundamentales sobre Capital Social objeto primordial del estudio, se podrán también medir y evaluar los posibles sesgos, ventajas y desventajas de los métodos de recogida y de los cambios en los tratamientos muestrales.

A esos efectos se mantendrán las preguntas especiales sobre comprensión y confidencialidad, así como las de control de campo y rechazos.

4. Análisis del pretest. Algunos resultados

Además de la validación del cuestionario y de la propia metodología de recogida, el pretest tenía la función de conseguir una muestra suficiente con la que comenzar a analizar la información e iniciar las investigaciones de cara a construir indicadores sintéticos y, sobre todo, proponer hipótesis de trabajo. De esta manera no se interrumpirá el trabajo en el momento de la recogida de la encuesta definitiva.

Presentaremos algunos de los datos que sirvieron para determinar el tamaño de la muestra, así como los cambios en la metodología de recogida, y como decimos, nos servirán también para establecer hipótesis de trabajo.

4.1 Tamaño y tipos de redes

Esta dimensión resulta ser la que ha centrado el interés tanto de teóricos como de investigadores empíricos del Capital Social; las redes pueden ofrecer:

- Bienes materiales y servicios (cuidado a niños, mayores, dependientes...)
- Información
- Reducción de costes de transacción
- Soporte emocional
- Refuerzo de conductas positivas
- Intermediación

Dentro de ella se investigará su tamaño, proximidad, diversidad y sobre las características de las transacciones esperadas y reales.

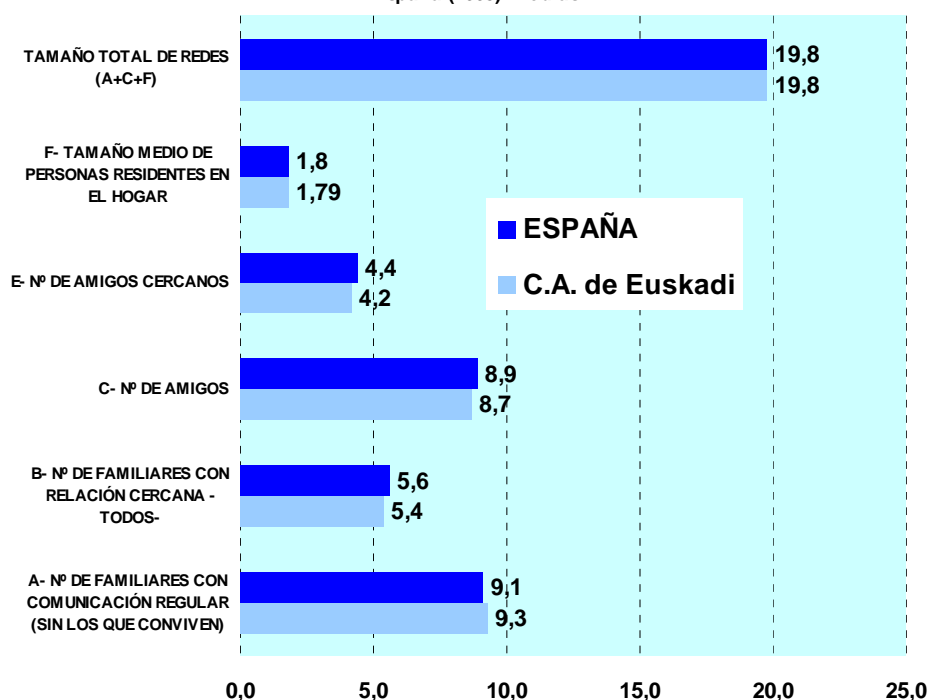
CUADRO 7 CUANTIFICACIÓN Y TIPIFICACIÓN DE REDES (D1.1/2)			
TAMAÑO	PROXIMIDAD	Redes familiares: convivencia, comunicación regular y relación cercana	
		Redes de amigos: número, amigos cercanos	
		Redes asociativas: implicación en asociaciones y grupos	
		Redes virtuales: conocimiento y relación a través de Internet	
	DIVERSIDAD - HOMOGENEIDAD	Proximidad (geográfica, amigos que son vecinos)	
		Procedencia de los amigos (compañeros de estudio, de trabajo)	
		CULTURAL	
		RELIGIOSA	
		SOCIOECONÓMICA	
		POLÍTICA	

CUADRO 8 FRECUENCIA, VIAS, DIFICULTAD Y DIRECCIÓN DE LAS TRANSACCIONES EN LA RED				
D1.2 VIAS Y FRECUENCIA DE COMUNICACIÓN EN LAS REDES				
	VIAS/FORMAS DE COMUNICACIÓN			
	PRESENCIAL	TELEFÓNICA	E-MAIL	SMS
FAMILIARES	X	X	X	X
AMIGOS	X	X	X	X
VECINOS	X			
COMPÁÑEROS	X			
D1.4. EFECTIVIDAD DE LAS REDES (PARA PRESTAR-RECIBIR AYUDA)				
DIFICULTAD DE ACCESO A AYUDA				
FÍSICA				
EMOCIONAL				
FINANCIERA				
RED DE AYUDA POTENCIAL				
TIPOS DE AYUDA	DIRECCIÓN DE LA AYUDA			
	PEDIRÍA			
	FÍSICA			
	EMOCIONAL			
FINANCIERA				
RED DE AYUDA REAL				
TIPOS DE AYUDA	DIRECCIÓN DE LA AYUDA			
	PRESTA RECIBE			
	FÍSICA			
	EMOCIONAL			
FINANCIERA				

AGENTES:
FAMILIARES
(CONVIVEN O NO),
AMIGOS, VECINOS,
COMPÁÑEROS DE
TRABAJO /
ESTUDIO

La primera sorpresa de los datos del pretest surge al comparar los tamaños medios de redes familiares y de amigos con los obtenidos por la encuesta de la Fundación BBVA dos años antes en España.

Gráfico 2. Tamaño medio de Redes Sociales por tipo. C.A. de Euskadi (2007), España (2005). Medias



Fuente: Eustat, Pretest de la Encuesta sobre Capital Social. Fundación BBVA, Estudio Internacional sobre Capital Social

El tamaño total de redes, entendido como la suma del número de familiares con comunicación regular (excluyendo los de la vivienda), más los familiares con los que se convive más el número de amigos, resulta idéntico en ambas fuentes:19,8. En el resto de colectivos sólo se producen diferencias como máximo de 2 décimas.

Sin embargo, y ésta fue la segunda sorpresa, en los estratos del pretest sí se encuentran diferencias.

Recordemos que la prueba se ejecutó sobre una muestra reducida y pseudoaleatoria , en tres municipios de tres tamaños diferentes y con métodos de recogida diferentes, presencial y CATI.

Hechas estas precisiones, podemos ver cómo el número de familiares con los que se puede tener una relación cercana resulta casi la mitad -5,4 de media- que con los que se tiene una comunicación regular -9,3-. Las mujeres parecen tener una ligera mayor facilidad para mantener redes familiares y sensiblemente menor para las de amistad: tienen de media 1,1 amigos menos y 0,6 menos cercanos. En general los amigos cercanos representan algo menos de la mitad del total.

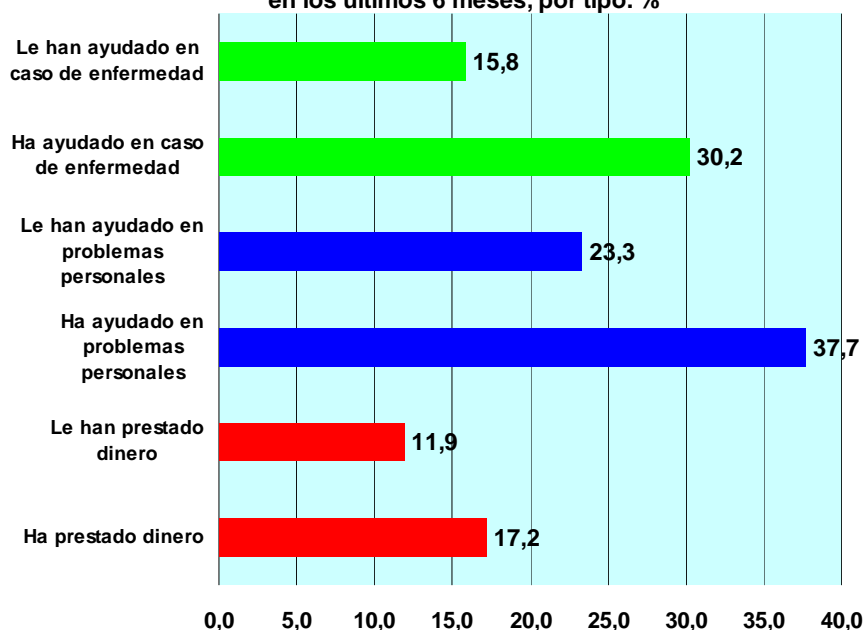
**TABLA 4 TAMAÑO MEDIO DE REDES DE FAMILIARES Y AMIGOS SEGÚN PROCEDENCIA POR SEXO. C.A. DE EUSKADI
POBLACIÓN DE 15 Y MÁS AÑOS**

Fuente: Eustat, ECS07-PRETEST

N	Total		
	Total	Varones	Mujeres
	338	162	176
Nº DE FAMILIARES CON COMUNICACIÓN REGULAR (SIN LOS QUE CONVIVEN)	9,3	9,1	9,5
Nº DE FAMILIARES CON RELACIÓN CERCANA -TODOS-	5,4	5,0	5,7
Nº DE AMIGOS	8,7	9,3	8,2
Nº DE AMIGOS CERCANOS	4,1	4,4	3,8
PROCEDENCIA DE LOS AMIGOS			
Nº DE AMIGOS-VECINOS	1,3	1,4	1,1
Nº DE AMIGOS-COMPAÑEROS DE TRABAJO	0,9	0,9	0,9
Nº DE AMIGOS-COMPAÑEROS DE ESTUDIO	1,7	2,0	1,4

El centro de estudios aparece como el mayor semillero de amigos cercanos, ocupando la vecindad el segundo puesto. El trabajo sería la fuente de algo menos de la cuarta parte de las amistades. Curiosamente las mujeres presentan la misma facilidad para encontrar amigos en el trabajo, pero menor entre compañeros de estudios y en la vecindad. Resultará preciso analizar por edades esta circunstancia, para evaluar el efecto de las generaciones de mujeres con menor acceso a estudios. El que en el entorno próximo no puedan rehacer redes en la misma medida que los varones pueden asociarse a la menor disponibilidad de tiempo. Subrayaremos que sólo un 4,2% de la muestra afirmó que no tenía amigos, 6 décimas más que el resultado para España del estudio de la Fundación BBVA.

Gráfico 3. Población de 15 y más años que ha intercambiado ayuda en los últimos 6 meses, por tipo. %



Fuente: Eustat, Pretets de la Encuesta sobre Capital Social

En el Gráfico 3, que trata de recoger los principales flujos de intercambio, se puede apreciar en primer lugar el desequilibrio entre la percepción de ayudar y de ser ayudado; casi uno de cada tres encuestados ha ayudado en caso de enfermedad –el 30,2%-, pero sólo la mitad afirman que les han ayudado en esos casos. O muchas personas ayudan a pocas, realidad innegable en casos graves de incapacidades o dependencia, o muchos opinamos que cuando nos cuidan por problemas de salud, no nos están ayudando, ya que es o debe ser una obligación familiar. El reconocer que se es ayudado, en cualquiera de los casos, implica aceptar la propia necesidad o debilidad, siempre una posición jerárquica inferior.

El desequilibrio se mantiene con el apoyo emocional, la transacción sin lugar a dudas más importante: dos de cada cinco personas han dado esa ayuda y la han recibido casi una da cada cuatro –el 23,3%-.

La ayuda económica también tiene su peso, ya que casi una de cada cinco personas –el 17,2%- afirma haber prestado dinero, y un 12% lo ha recibido (de familiares, amigos, compañeros o vecinos).

En general esos niveles de intercambio, sobre todo en los apartados del apoyo físico y psíquico, nos ofrecen la pista sobre el valor que aportan las redes a las personas y a la sociedad, que de alguna manera no tiene que asumir esos costes.

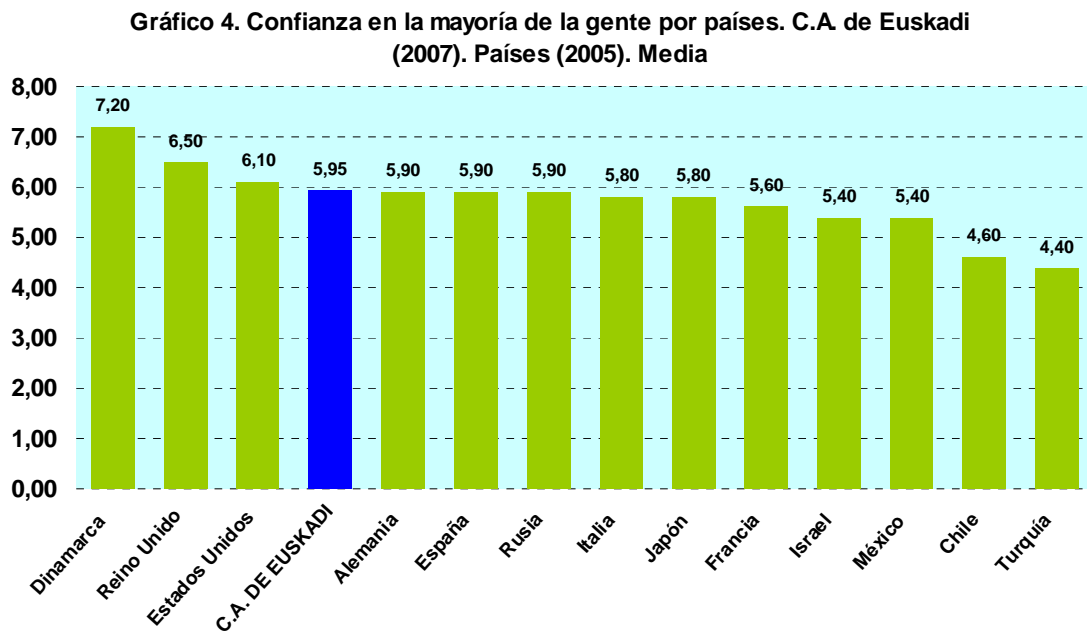
Hasta ahora, a través de las Encuestas de Empleo de Tiempo o de Condiciones de Vida hemos sido capaces de valorar y evaluar la riqueza del llamado trabajo no remunerado en el hogar, ya fuera por el cuidado de la salud de los miembros o por el resto de tareas que se realizan, pero ¿cómo se puede evaluar el apoyo emocional que sin duda puede tener una trascendencia no sólo desde el punto de vista de la felicidad o infelicidad de las personas, sino también desde su rendimiento económico o del resto de la gente que está en su entorno? Dado que se han incluido ítems en la encuesta para medir la felicidad subjetiva e incluso el estado de salud percibido, podremos relacionar, al menos, la oferta y/o la demanda de ayuda con la mejora o no en aquellos aspectos.

Dado el limitado tamaño muestral del pretest, con la muestra definitiva de la encuesta será interesante investigar en qué medida los flujos de ayuda son unívocos o biunívocos, en qué medida la gente se mueve por corrientes altruistas o egoístas –do ut des-.

4.2 Confianza y Reciprocidad

En el cuestionario de la Encuesta sobre Capital Social de Eustat se ha operacionalizado la dimensión de la confianza en cuatro subdimensiones: confianza en general, confianza en las profesiones, en las redes y en las instituciones. En la primera trataremos de evaluar la opinión con respecto al género, los grupos de edad, la etnia o las personas con creencias religiosas. En la segunda, mediremos el grado de confianza en los individuos que forman parte de las redes personales: amigos, familiares, vecinos, etc. y de redes sociales más amplias, si así se pueden entender, los conciudadanos, de la ciudad, de la Comunidad Autónoma o del estado.

Dentro del índice de Capital Social propuesto por Robert D. Putnam, dos de los 14 indicadores recogen la dimensión de la confianza; el estar de acuerdo con que se puede confiar en la mayoría de la gente presenta la mayor correlación de los 14 con el índice: 0,92.



Fuente: Eustat, Pretest de la Encuesta sobre Capital Social. FBBVA, Estudio Internacional sobre Capital Social.

En el Gráfico 4 se aprecia como este nivel de confianza en la gente, entre los habitantes de la C. A. de Euskadi no difiere sensiblemente del encontrado por la FBBVA para Alemania, España y Rusia. En el final de la escala se sitúan países con graves fracturas sociales, por razones políticas o étnicas (Turquía, Chile, México, Israel), mientras que los países con mayor confianza parecen ser también los más cohesionados (Dinamarca,

Reino Unido y Estados Unidos). ¿Estamos ante un indicador que mide variables diferentes a las que pretende, o por el contrario, como mantiene Woolcock, estamos ante un resultado?

También hemos apreciado un sensible mayor nivel de confianza en el estrato muestral de más población. En la Edad Media, al comienzo del resurgimiento de las ciudades se decía que el aire de estas liberaba a los hombres (de la servidumbre del campo). ¿Los grandes núcleos urbanos, considerados impersonales e inseguros, pueden subsistir por mayores dosis de confianza y reciprocidad con en el resto de conciudadanos?

TABLA 6 CONFIANZA EN GENTE MAYOR, EN LA JOVEN, EN MUJERES, VARONES, EXTRANJEROS Y PERSONAS CON CREENCIAS RELIGIOSAS POR SEXO. C.A. DE EUSKADI. MEDIAS

Fuente: Eustat, ECS07-PRETEST

	Total		
	Total	Varones	Mujeres
N	361	176	185
EN LA GENTE	5,95	5,89	6,01
EN LA GENTE MAYOR	6,58	6,57	6,59
EN LA GENTE JOVEN	6,1	6,08	6,13
EN LOS HOMBRES	5,96	6,36	5,57
EN LAS MUJERES	6,29	6,2	6,37
EN LOS EXTRANJEROS o INMIGRANTES	4,63	4,7	4,57
EN LAS PERSONAS CON CREENCIAS RELIGIOSAS	5,76	5,57	5,95

La Tabla 6 nos presenta un panorama de escasas diferencias entre los grupos presentados. Sólo en dos casos concretos se pueden subrayar distancias significativas.

Los extranjeros reciben el nivel de confianza más bajo, con una media del 4,63. Si relativizamos esa medias a un punto central que podría ser la confianza en la mayoría de la gente, resulta que la confianza en inmigrantes cae un 22,2%. Resulta evidente que la desconfianza en este colectivo resulta el primer paso para la exclusión y/o la discriminación. No cabe duda de que éste será uno de los principales nichos temáticos que ofrezca la encuesta de cara a completar el conocimiento sobre los mecanismos de la discriminación.

El otro caso que merece la pena destacar aparece en el mayor nivel de confianza que ofrecen las mujeres. En principio y según aparece en otros estudios, se tiende a confiar más en las mujeres que en los varones; en nuestro caso alcanzan 33 décimas de ventaja.

Si vemos estas valoraciones según el sexo de los encuestados tenemos que los varones confían un poco menos en las mujeres que en los de su sexo -16 centésimas menos-.

Entre las mujeres la mayor confianza en ellas frente a los varones suma 80. ¿De dónde y de quién procede esta mayor desconfianza de las mujeres hacia los varones?

Supondría una diferencia sobre la media de confianza en la gente del 7,32% menor.

Curiosamente cada sexo confía en sí mismo prácticamente con el mismo nivel – 6,36 varones, 6,37 mujeres-.

Como en el caso anterior se nos plantean preguntas y dudas que esperamos que con una muestra amplia y completa se puedan ir despejando: relación con el hábitat, las redes familiares, la edad, el estado civil, la relación con la actividad, los niveles de participación social y política, etc.

El Instituto para la Investigación de Política para la mujer americano, en 2002 publicó un estudio realizado por Amy Caiazza y Robert D. Putnam que sugería la fuerte relación entre estatus de la mujer y su disponibilidad de Capital Social. No establecieron, sin embargo si era el estatus el generador del Capital Social o al revés. Este tipo de análisis se podrá realizar en la encuesta de Eustat a través de indicadores objetivos (relación con la actividad, profesión, actividad, situación profesional) y subjetivos (clase social subjetiva).

En cuanto a la confianza en distintos profesionales, se observa una escala de valoración de profesiones que no suele variar mucho ni por países ni por épocas. Los médicos copan el primer puesto seguidos de maestros y científicos (estos ocupan el segundo en España), logrando un meritorio e interesante cuarto puesto los comerciantes. Los políticos, militares, empresarios y religiosos, en última instancia los detentadores del poder en una sociedad, son situados en los últimos puestos. Estamos ante una escala de poder-servicio en la que nos acercamos más a los ámbitos en los cuales podemos recibir una contraprestación y nos alejamos de los centros en dónde se decide lo que hay que hacer (o lo que tenemos que hacer).

La existencia de este eje, que prácticamente se repite en las valoraciones de las instituciones, nos deberá llevar a establecer índices sintéticos diferenciados.

4.3 Participación y Cooperación



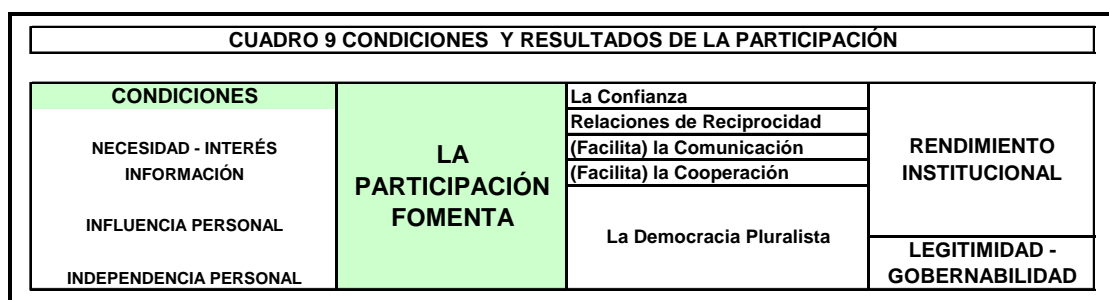
Pericles

La participación, salvo en las hipótesis de trabajo del PRI canadiense, formaba parte de todos los esquemas de concreción del Capital Social, ya fuera como dimensión diferenciada o como en los casos del Banco Mundial y de la ABS que se incluía como un aspecto más de las redes.

En nuestra opinión, y como hipótesis de trabajo, plantearíamos que para que se pueda participar social o políticamente en una sociedad, además de darse las condiciones objetivas, tiene que haber una cierta necesidad o un fuerte interés, además de una percepción, de que de alguna manera no se va a perder totalmente su independencia y a la vez va poder influir en los asuntos públicos.

Aunque siempre se discutirá si la confianza lleva a la participación o viceversa, parece lógico pensar que ésta facilita la reproducción de aquella además de la reciprocidad y la colaboración.

La participación en asociaciones es otra forma de acumular Capital Social y sirve para producir y reproducir confianza en la sociedad. Por otro lado, las personas que participan activamente en asociaciones y actos culturales confían más en la gente y en las instituciones; al menos eso es lo que plantean algunas evidencias empíricas, como el estudio finlandés de Laura Iisakka.



La dimensión de participación contendrá indicadores de interés, de participación política y electoral, cívica y en asociaciones, así como de cooperación, de influencia e independencia personal.

TABLA 13 INTERÉS EN ASUNTOS PÚBLICOS SEGÚN ÁMBITOS, POR SEXO, PARA LA C.A. DE EUSKADI Y PARA ESPAÑA. MEDIAS

	Total	Total		ESPAÑA
		Varones	Mujeres	
N	361	176	185	1.500
INTERÉS EN ASUNTOS DEL BARRIO	5,8	6,2	5,3	
INTERÉS EN ASUNTOS DE MUNICIPIO	5,7	6,1	5,3	7,2
INTERÉS EN ASUNTOS DE LA CCAA	5,5	5,9	5,2	
INTERÉS EN ASUNTOS DE ESPAÑA	4,8	5,0	4,5	7,0
INTERÉS EN ASUNTOS EUROPEOS	4,4	4,7	4,2	

Fuente: Eustat, Pretest de la Encuesta sobre Capital Social. FBBVA, Estudio internacional sobre Capital Social

En los resultados del pretest se puede apreciar que, aunque la media de interés no es muy alta si parece suficiente como para no decir que no existe o es muy baja (se sitúa cerca del 5, en función del ámbito).

Lo que nos parece interesante de la Tabla 13 es el mayor interés por los asuntos próximos frente a los más lejanos, en una escala perfecta. Curiosamente este interés no se suele corresponder con la participación electoral por ámbitos ya que suele darse mayor participación en las elecciones Generales que en las Autonómicas.

Diremos que la FBBVA preguntaba por interés en asuntos locales y nacionales; los temas locales recibieron en España un 7,2 y los nacionales un 7; el país con menos nivel de interés en temas locales resultó ser Turquía con 6,1 puntos y en temas nacionales Japón y Reino Unido con 6,5. Estos niveles cuestionan los resultados tan bajos del pretest. Habrá que esperar a la encuesta definitiva para su contraste.

La participación cívica-política configura otro de los indicadores clave del Capital Social; presentamos a continuación las respuestas a nueve posibles tipos de participación cívica o política. Antes que nada volveremos a subrayar que son datos de

un pretest y que, más en este caso que ya son respuestas de subconjuntos de población, hay que tomarlas con todas las reservas posibles.

Una de cada cinco personas de 15 y más años contestó que había firmado en una campaña de adhesión o rechazo en los últimos 12 meses y algo menos, un 17,4% que había participado en una manifestación.

El tercer lugar lo ocupan los boicots o apoyo a compras de productos por razones diversas. En torno a un 10% de personas han llevado pegatinas o insignias, han asistido a reuniones o mítines políticos o han reclamado por carta.

Sólo entre un 5 y un 7% han sido más activos participando en huelgas o contactando con políticos o autoridades.

Si descartamos las compras o rechazos de productos por motivos ideológicos, ya que en el cuestionario de la FBBVA iban separadas y en el del pretest juntas, en el resto de casos comparables nos encontramos con niveles más bajos en la C. A. de Euskadi que en el conjunto del estado. Dado que son ítems que habitualmente se incluyen en los sondeos de los gabinetes de prospección sociológica, habrá que descartar con sus datos el que no se separen demasiado de los niveles habituales.

Quizá el dato más sorprendente venga de la alta participación indicada por los encuestados (de 21 y más años) en las últimas tres elecciones en el momento de realizar el pretest (Autonómicas del 17 de abril de 2005, europeas del 13 de junio de 2004 y generales de 14 de marzo de 2004). De tres elecciones contabilizadas dicen participar en 2,5 de media.

Hasta 17,4 puntos de diferencia se constata en las Autonómicas de abril de 2005, 36,43 en las Europeas, aunque sólo 11,8 en las Generales, tomando el total de la Comunidad Autónoma para los que tienen 21 y más años en el pretest. Estas diferencias incrementarían artificialmente en 0,65 puntos la media de participación por persona en las tres elecciones (un 35%).

Estas distancias tan abultadas además del posible olvido (curiosamente la más alejada en el tiempo resulta ser la más precisa), tienen que explicarse por otras razones, no ajenas a los propios sesgos de la encuesta.

Sabemos que la respuesta en las encuestas de tema socio-político y/o electoral (aceptan contestar o se niegan) parece estar asociada a la participación en general en esos

ámbitos. La población que rechaza responder también suelen tener índices de abstención más alto en las elecciones y una baja participación en otras actividades políticas

Probablemente la abstención sea vista como algo negativo, por lo que se oculte a la hora de responder. Será preciso comprobar si resulta común este tipo de comportamientos en las encuestas o ha sido algo especial de nuestro pretest.

TABLA 18 MATRIZ DE CORRELACIONES ENTRE INDICADORES SINTÉTICOS PROVISIONALES								
Pearson Correlation Coefficients								
Prob > r under H0: Rho=0								
	TAMAÑO DE RED	CONFIANZA GENERAL	CONFIANZA EN PROFESIONES	RECIPROCI DAD	CONFIANZA EN INSTITUCIONES	PARTICIPACIÓN ELECTORAL	PARTICIPACIÓN CÍVICO-POLÍTICA	PARTICIPACIÓN SOCIAL
TAMAÑO DE RED	1,00							
CONFIANZA GENERAL	0.15371	1,00						
CONFIANZA EN PROFESIONES	0.08785	0.45258	1,00					
RECIPROCI DAD	0.10103	0.28528	0.28021	1,00				
CONFIANZA EN INSTITUCIONES	0.11320	0.31326	0.77230	0.26123	1,00			
PARTICIPACIÓN ELECTORAL	0.08414	0.06785	0.01557	0.07215	0.04133	1,00		
PARTICIPACIÓN CÍVICO-POLÍTICA	0.04765	0.03768	-0.13631	-0.05893	-0.15875	0.05487	1,00	
PARTICIPACIÓN SOCIAL	0.01509	0.13748	0.01085	0.01476	-0.07314	0.06326	0.39101	1,00

En la Tabla 18 hemos calculado las correlaciones entre índices sintéticos que recogen por simple agregación las medias de los valores de cada área. Además de los problemas que plantean algunos ítems, como hemos visto, estas correlaciones nos indican que resulta preciso seleccionar los ítems que más discriminen, además de analizar las dimensiones que realmente están midiendo, de cara a elaborar indicadores sintéticos válidos.

TABLA 19 COLABORACIÓN, INFLUENCIA E INDEPENDENCIA PERSONAL POR SEXO.C.A. DE EUSKADI. MEDIAS

Fuente: Eustat, ECS07-PRETEST

	Total		
	Total	Varones	Mujeres
N	361	176	185
COLABORACIÓN ESPERADA CUANDO HAY ESCASEZ DE AGUA-ELECTRICIDAD	6,66	6,87	6,46
INFLUENCIA PERSONAL EN ASUNTOS DEL BARRIO	5,11	5,17	5,06
INFLUENCIA PERSONAL EN ASUNTOS DEL MUNICIPIO	5,09	5,15	5,03
INFLUENCIA PERSONAL EN ASUNTOS DE LA CCAA	5,00	5,04	4,96
INFLUENCIA PERSONAL EN ASUNTOS DE ESPAÑA	4,31	4,07	4,55
INFLUENCIA PERSONAL EN ASUNTOS EUROPEOS	3,92	3,80	4,04
CONTROL SOBRE LAS PROPIAS DECISIONES	7,23	7,13	7,33

En la Tabla 19 presentamos los resultados de las otras tres subdimensiones con las que cuenta la dimensión de participación y colaboración.

En cuanto a grado de colaboración esperado en el caso de que existieran problemas de escasez de agua o de electricidad, tenemos como resultado una media de 6,7, prácticamente la misma que obtuvo la FBBVA para el conjunto español. México y Alemania con una puntuación de 7,2 y Dinamarca con 7,1, fueron los países con más alto nivel de colaboración esperada. Rusia con un 5,5 e Israel con un 6,1 fueron los que menos.

El grado de influencia que se percibe que se puede tener con el voto o con la participación presenta medias relativamente bajas, próximas a los 5 puntos en los asuntos próximos (del barrio, el municipio o de la propia Comunidad Autónoma).

La influencia en asuntos estatales o europeos aún se ve más reducida: 4,31 y 3,92 respectivamente. ¿La falta de interés puede tener que ver con la limitación de la influencia esperada? Y ¿la influencia con la participación? Estos interrogantes y otros parecidos podrán ser investigados con una muestra mayor.

Los datos disponibles de la FBBVA para este apartado y que hablan de la influencia en las decisiones que afectan al vecindario o área en la que se vive también van en la misma dirección: la media española se sitúa en 4,8, 0,31 décimas por debajo de la obtenida en la C. A. de Euskadi. México con 6,2, Turquía con 5,9 y Estados Unidos con 5,6 presentan las medias más altas, mientras que Rusia con 2,8, Israel con 3,7 y Francia y Alemania con 4,1, las más bajas.

El grado de independencia o de control sobre las propias decisiones aparece relativamente alto: los encuestados dan una media de 7,23.

¿Independencia personal y colaboración esperada forman un eje contrapuesto?

4.4 Información y Comunicación

La percepción de la información que se tiene en los asuntos públicos según el ámbito, las posibles redes virtuales, el consumo de medios de comunicación y el tipo configuran esta dimensión.

El grado de información que se percibe de los asuntos públicos además de ser relativamente bajo y asociarse al ámbito (se afirma estar mejor informado de los ámbitos espaciales más próximos que de los más alejados) parece estar relacionado con

el propio interés por esos temas. Las medias de la Tabla 20 no difieren mucho de las que aparecen en la Tabla 13.

TABLA 20 SE CONSIDERA INFORMADO EN ASUNTOS PUBLICOS SEGÚN ÁMBITO POR SEXO. C.A. DE EUSKADI. MEDIAS			
Fuente: Eustat, ECS07-PRETEST			
	Total		
	Total	Varones	Mujeres
N	361	176	185
INFORMADO SOBRE ASUNTOS DEL BARRIO	5,66	5,91	5,43
INFORMADO SOBRE ASUNTOS DEL MUNICIPIO	5,60	5,99	5,21
INFORMADO SOBRE ASUNTOS DE LA CCAA	5,39	5,71	5,07
INFORMADO SOBRE ASUNTOS DEL ESTADO	4,81	5,00	4,62
INFORMADO SOBRE ASUNTOS EUROPEOS	4,13	4,37	3,88

4.5 Cohesión e Inclusión Social

Si la confianza y la reciprocidad nos hablan de lo que esperamos de los demás en un entorno conocido y previsible, la cohesión y la inclusión nos sitúan en un estadio previo ¿la comunidad nos considera como parte de ella? ¿Puedo esperar que me apoyen en caso de necesidad o peligro?

La exclusión social o la discriminación, la inseguridad y la corrupción, no cabe duda, son los principales frenos para que una sociedad en su conjunto disponga de un nivel aceptable de Capital Social.

Como hemos comentado en otro momento la discriminación y las fuertes cohesiones grupales pueden producir también altos niveles de Capital Social en ámbitos reducidos, aunque ese recurso tiende a impulsar fracturas y conflictividad social, con lo que, como hemos dicho, la sociedad en su conjunto se puede resentir.

TABLA 22 PROXIMIDAD PERCIBIDA CON LA GENTE SEGÚN EL ÁMBITO POR SEXO. C.A. DE EUSKADI. MEDIAS

Fuente: Eustat, ECS07-PRETEST

	Total		
	Total	Varones	Mujeres
N	361	176	185
PROXIMIDAD CON GENTE DEL BARRIO	5,17	5,23	5,12
PROXIMIDAD CON GENTE DEL MUNICIPIO	5,31	5,35	5,28
PROXIMIDAD CON GENTE DE LA COMUNIDAD AUTONOMA VASCA	5,26	5,4	5,13
PROXIMIDAD CON GENTE DEL ESPAÑA	5,17	5,29	5,05

En la Tabla 22 se pueden apreciar las escasas diferencias según el ámbito si preguntamos por la proximidad que siente la población.

De cara a medir el grado de discriminación por distintos motivos, se preguntó en qué medida podrían causar problemas en el vecindario o barrio una lista de diferencias determinadas. La primera conclusión viene del nivel de las medias de respuesta: en todos los casos se sitúan por debajo de 4, con lo que se puede afirmar que no estamos ante la percepción situaciones de discriminación apreciables.

TABLA 24 GRADO DISCRIMINACIÓN SOCIAL EN EL BARRIO O VECINDARIO POR SEXO. C.A. DE EUSKADI. MEDIAS

Fuente: Eustat, ECS07-PRETEST

	Total		
	Total	Varones	Mujeres
N	361	176	185
DISCRIMINACIÓN POR IDEOLOGÍA O POLÍTICA	3,38	3,21	3,55
DISCRIMINACIÓN POR SER EXTRANJEROS O NATIVOS	3,24	2,88	3,6
DISCRIMINACIÓN POR NIVEL SOCIAL O ECONÓMICO	2,93	2,99	2,86
DISCRIMINACIÓN POR EDAD	2,32	2,28	2,37
DISCRIMINACIÓN POR CREENCIAS RELIGIOSAS	2,13	2,18	2,09
DISCRIMINACIÓN POR IDIOMA	1,9	1,86	1,93
DISCRIMINACIÓN POR SEXO	1,75	1,59	1,91

La ideología parece ser en todos los casos el elemento más discriminador, mientras la nacionalidad deviene en el segundo elemento potencialmente problemático -con una media de 3,2- y las diferencias económicas y sociales en el tercero.

La discriminación por sexo no se valora como un elemento que pueda causar problemas; las mujeres, aunque sin variar mucho la media, sí que lo creen en mayor medida: 1,91 de media frente a 1,59 de los varones.

La edad, las creencias religiosas y el idioma se aprecian como más problemáticos que el sexo, aunque insistimos, con puntuaciones muy bajas.

De cara a medir el grado de seguridad, o desde otra perspectiva, los miedos que pueden acosar a los vascos, en el pretest se preguntó sobre la posibilidad de sufrir cinco tipos de desgracias.

En general se ven con pocas probabilidades de padecer sucesos desagradables. El mayor temor viene de sufrir una agresión física. Sobre diez puntos la población asigna una posibilidad de 3.

Sufrir un problema de salud, ser engañado al comprar o quedarse sin trabajo sugieren unas posibilidades de algo más de dos puntos, mientras que ser víctima del terrorismo o separarse del cónyuge o de la pareja baja de los dos puntos.

TABLA 25 POSIBILIDAD DE SUFRIR EN LOS PRÓXIMOS 5 AÑOS SITUACIONES NEGATIVAS POR SEXO. C.A. DE EUSKADI. MEDIAS.
Fuente: Eustat, ECS07-PRETEST

	Total	Total	
		Varones	Mujeres
N	361	176	185
POSIBLE AGRESIÓN FÍSICA	3	2,93	3,05
SUFRIRÁ ALGUNA ENFERMEDAD GRAVE O EPIDEMIA	2,66	2,38	2,93
SERÁ ENGAÑADO AL COMPRAR	2,53	2,49	2,56
SE QUEDARÁ SIN TRABAJO	2,33	2,29	2,37
VÍCTIMA DEL TERRORISMO	1,83	1,5	2,15
SE SEPARARÁ DE SU CÓNYUGE O PAREJA	1,47	1,41	1,53

4.6 Contexto

En esta seudodimensión se han incluido ítems de aspectos que, si bien no pueden incluirse en el contenido del Capital Social, no cabe duda de que están o pueden estar muy relacionados.

La felicidad medida directamente a través de la satisfacción con la propia vida e indirectamente con la percepción subjetiva de la salud y de la satisfacción con el nivel

de ingresos, resulta ser una variable interesante para los estudiosos del Capital Social, aunque también para los que ven la posibilidad de que el apoyo de las redes pueda servir para mejorar la salud y el estado general de las personas.

Estaríamos ante posibles variables ‘resultado’ del Capital Social, aunque también en esto no siempre se encuentran evidencias empíricas.

El acceso al mercado de trabajo y la propia relación con la actividad, devienen variables a tener en cuenta, como todas aquellas que tienen que ver con los saltos o cambios en el ciclo de vida (matrimonio, divorcio, jubilación, etc.).

Las relaciones entre el Capital Social y el estatus también serán objeto de estudio.

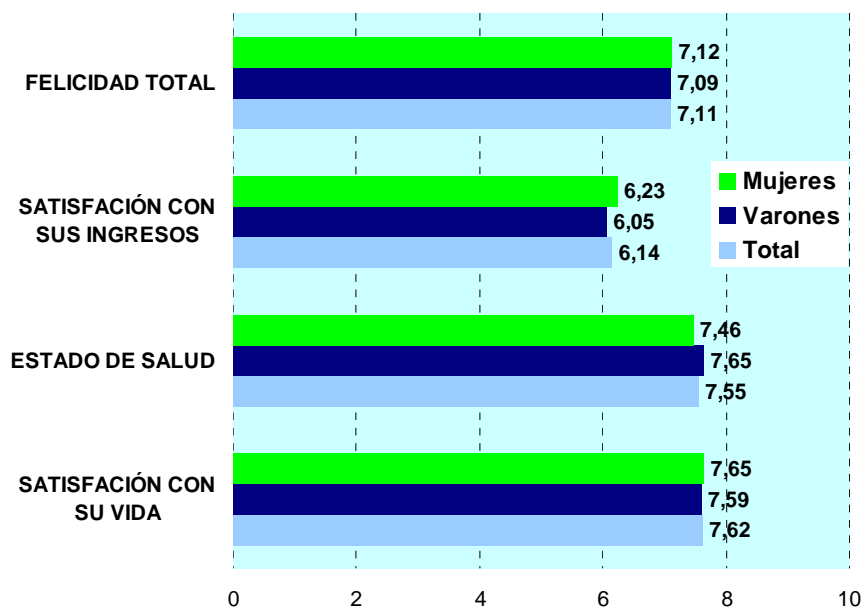
La satisfacción general con la vida alcanza un notable alto, 7,62 puntos y apenas resulta diferente por sexo (6 centésimas más la mujeres).

El estado de salud subjetivo también recibe puntuaciones altas, aunque en este caso las mujeres son un poco más pesimistas, con 19 centésimas menos de media.

La satisfacción con el nivel de ingresos cae más de un punto con relación a los anteriores indicadores. En este apartado las mujeres parecen menos ambiciosas.

Si entendemos que la satisfacción con la vida cubriría los aspectos emocionales, y agregamos las puntuaciones ofrecidas a las de salud y aceptación del nivel de ingresos, tendríamos un índice de felicidad, en el que apenas se producen diferencias por sexo.

Gráfico 5 Felicidad total y por componentes según sexo. C.A.
Euskadi.2007. Medias



Fuente: Eustat, Pretest de la Encuesta sobre Capital Social

En la Tabla 30 volvemos a apreciar lo limitado de las correlaciones entre los indicadores sintéticos (simples agregados) de las dimensiones básicas y, en este caso, los ítems asociados al bienestar subjetivo y a la felicidad. Sí aparece una fuerte correlación entre satisfacción con la vida y conformidad con el nivel de ingresos (0,79).

Volvemos a insistir en la necesidad de identificar y definir indicadores que ofrezcan una visión más nítida de las relaciones entre dimensiones e indicadores del Capital Social.

El aumento del tamaño (y de la diversidad) muestral probablemente también ayude a mostrar un mayor nivel de variación o asociación común de indicadores.

Aún así, resulta posible esperar que no se den todas las asociaciones que prevén los teóricos.

TABLA 30 MATRIZ DE CORRELACIONES DE VARIABLES SINTÉTICAS E INTERÉS EN ASUNTOS POLÍTICOS Y SOCIALES Y FELICIDAD

Pearson Correlation Coefficients
 Prob > |r| under H0: Rho=0

	TAMAÑO DE RED	CONFIANZA GENERAL	CONFIANZA EN PROFESIONES	RECIPROCIDAD	CONFIANZA EN REDES FAMILIARES-AMIGOS	CONFIANZA EN INSTITUCIONES	PARTICIPACIÓN ELECTORAL	PARTICIPACIÓN CÍVICO-POLÍTICA	PARTICIPACIÓN SOCIAL	SATISFACCIÓN CON LA VIDA	SATISFACCIÓN CON EL NIVEL DE INGRESOS	ESTADO DE SALUD	FELICIDAD TOTAL
TAMAÑO DE RED	1,00000												
CONFIANZA GENERAL	0.15371	1,00000											
CONFIANZA EN PROFESIONES	0.08785	0.45258	1,00000										
RECIPROCIDAD	0.10103	0.28528	0.28021	1,00000									
CONFIANZA EN REDES FAMILIARES-AMIGOS	0.22521	0.54419	0.47512	0.30958	1,00000								
CONFIANZA EN INSTITUCIONES	0.11320	0.31326	0.77230	0.26123	0.45887	1,00000							
PARTICIPACIÓN ELECTORAL	0.08932	0.05434	0.01773	0.04095	0.11564	0.04844	1,00000						
PARTICIPACIÓN CÍVICO-POLÍTICA	0.04765	0.03768	-0.13631	-0.05893	-0.08771	-0.15875	0.05473	1,00000					
PARTICIPACIÓN SOCIAL	0.01509	0.13748	0.01085	0.01476	0.06050	-0.07314	0.09149	0.39101	1,00000				
SATISFACCIÓN CON LA VIDA	0.11844	0.06706	0.03805	-0.02460	0.09458	0.10546	0.01062	0.11620	0.11809	1,00000			
SATISFACCIÓN CON EL NIVEL DE INGRESOS	0.06673	0.07004	0.14167	-0.00995	0.14254	0.18576	0.06688	0.02148	0.06500	0.79616	1,00000		
ESTADO DE SALUD	0.20380	0.04965	0.13875	0.05180	0.14877	0.17642	-0.12685	0.06202	0.05475	0.25801	0.20199	1,00000	
FELICIDAD TOTAL	0.16657	0.07998	0.13287	-0.00458	0.15932	0.19700	-0.02802	0.08255	0.09595	0.88700	0.86902	0.59489	1,00000

Conclusiones

Eustat, recogiendo el testigo de las investigaciones hasta ahora desarrolladas en el ámbito académico, en el de la investigación de instituciones como la Fundación BBVA o en los más punteros de los institutos de estadística, con el diseño y la puesta en marcha de una encuesta específica sobre Capital Social pretende completar su actual esquema de indicadores sociales, a la vez que responde a una demanda cada vez más intensa de información sobre esta materia en el ámbito de la Comunidad Autónoma de Euskadi.

El reto de llevar adelante esta operación en las mejores condiciones técnicas ha obligado a la elección de metodologías muestrales y de recogida novedosas, con una alta carga experimental –y de riesgo-, que a su vez servirán de modelo de cara a modernizar, si cabe, los sistemas de encuestación a hogares.

La no sustitución prioritaria de la no respuesta, la recogida multimétodo y los métodos previstos de promoción de respuesta, así como las herramientas adicionales de control, añadirán un valor indudable al análisis, no lo olvidemos, del objeto central de la operación, el Capital Social.

Aunque se parte de un modelo teórico, las dimensiones e indicadores que se incluirán en la encuesta definitiva están elegidos con la suficiente amplitud como para poder

responder a modelos alternativos o a hipótesis diferentes. De hecho las primeras evidencias apuntadas por los resultados del pretest plantean dudas razonables sobre muchas de las hipótesis clásicas sobre asociación de dimensiones.

No obstante ese es y será el reto primordial. No estamos pensando sólo en recopilar una lista amplia de indicadores, sino también en seleccionar los significativos, descubrir las dimensiones que realmente existen detrás del concepto de Capital Social, sus relaciones, analizar su distribución en el espacio (estratos territoriales) y entre los distintos grupos sociales.

La elaboración de índices sintéticos y la estimación económica de su peso cierra el círculo de los ambiciosos objetivos que nos estamos planteando desde Eustat.

Parafraseando el título de la conocida novela de Julio Cortazar, estamos ante un modelo por armar.

