

Información confusa en encuestas: ¿altera las conclusiones?

Badler, Clara E.; Alsina, Sara M.; Puigsubirá, Cristina R.; Vitelleschi, María S.

Instituto de Investigaciones Teóricas y Aplicadas de la Escuela de Estadística. Facultad de Ciencias Económicas y Estadística. Universidad Nacional de Rosario. Bvrd. Oroño 1261. (2000) Rosario, Santa Fe, Argentina.
Teléfono: 0341-4802793-int.151. E-mail: cbadler@agatha.unr.edu.ar

RESUMEN: Los datos proveniente de encuestas, utilizados como base para el acercamiento a las características de las poblaciones objeto de análisis, presentan información incompleta y/o confusa. La misma es originada por múltiples causas e incrementa la importancia de los errores ajenos al muestreo.

Este problema no sólo repercute en la calidad de la información disponible, sino también en los resultados de los análisis realizados a partir de ellos, alterando las conclusiones.

Se trabaja con datos provenientes de la Encuesta Permanente de Hogares, en la cual algunas variables presentan información confusa que afecta las conclusiones a partir de la aplicación de técnicas estadísticas clásicas.

Palabras claves: Información confusa, Encuesta por muestreo, Errores ajenos al muestreo.

SUMMARY: Messy Information in Surveys: Does it Affect the Conclusions?. Badler, Clara E.; Alsina, Sara M.; Puigsubirá, Cristina R.; Vitelleschi, María S.. Data basis from surveys, often used to establish the characteristics of the populations being studied, present in many cases incomplete and/or messy information. These are consequences of many different causes.

This problem not only affects the quality of the information, but also the results of the analyses and their conclusions and increases the non sampling errors.

Some cases are presented in order to view the influence of messy information on the results of the application of some classical statistical techniques to some variables from the Argentine Permanent Household Survey.

Key words: Messy information, Sampling surveys, Non sampling errors.