

Técnicas de muestreo innovadoras: Snowball y Respondent Driven Sampling

1 ¿En qué consisten?

- **Las dos** son técnicas de muestreo que se pueden considerar cuando la población objetivo de un estudio es población difícil de encontrar (*Hard-to-reach population*), especialmente por sus características socioeconómicas especiales.
 - Estas técnicas se pueden evaluar para poblaciones que sean muy específicas como población migrante (especialmente si son personas indocumentadas), o miembros de la comunidad LGBT.
- **Importante:** este tipo de técnicas funciona cuando conocemos que existe una conexión entre la población (existen redes).
- Tanto *Snowball Sampling* como *Respondent Driven Sampling* son técnicas de muestreo no-probabilísticas, es decir, la selección de **la muestra NO involucra una selección aleatoria**, ya que no contamos con un marco del cual podamos partir.
- En este caso, ambas técnicas se basan en el **método de referidos en cadena** para encontrar a la población perteneciente a la muestra, formando redes sociales.
- En ambas técnicas, el método por el cual se obtienen los referidos es a través de **incentivos**.

2 ¿Han sido probadas?

El proyecto PEP fue el pionero en usar este tipo de técnicas, implementando *Respondent Driven Sampling*. Para esto, realizó una extensiva revisión de literatura, que se puede encontrar [aquí](#).

Otros proyectos como SISBEN y Gender Norms han realizado acercamientos a estas técnicas. En el caso de Gender Norms, se realizó el piloto del proyecto utilizando la técnica de Snowball Sampling. En el caso de SISBEN, aunque no está utilizando una metodología de *Snowball Sampling*, incorpora el estudio de referidos y cómo se transmite la información a través de ellos, en pequeñas redes de hasta 3 olas.

3 ¿Qué hemos aprendido?

- **Las semillas**, es decir, las personas 0 desde donde se inicia el mapeo de la red **son MUY IMPORTANTES**. De ellas depende la efectividad del estudio.
- Para encontrar dichas semillas es clave **identificar a personas con roles de liderazgo** dentro de la población para que sean las semillas o nos permitan identificarlas.
- Se sugiere **realizar un estudio cualitativo antes de la recolección** para determinar si existen redes fuertes, identificar las personas líderes de esa comunidad y generar confianza con ellos determinando si es la técnica de muestreo más adecuada.
- **Contratar encuestadores que tengan las mismas características de la población objetivo** puede ayudar a generar confianza y que se obtengan los referidos fácilmente.
 - Generar confianza es muy importante para que las personas, especialmente las semillas, estén dispuestas a revelar el grupo de interés del que hacen parte.
- Es importante tener en cuenta que **la productividad al inicio es baja**, por lo que considerar incorporar personas al equipo de campo de manera gradual puede ser la mejor alternativa
- El pago de incentivos usualmente se realiza por referido efectivo (que se define a través de una encuesta de screening previa a la encuesta del estudio). Esto debe evaluarse si el estudio se realiza de manera remota. En estos casos se sugiere pagar incentivos por referir al menos a 3 personas para facilitar la logística de implementación.

4 ¿Cuándo es mejor usar una técnica que la otra?

Si lo que se espera a partir de los resultados es obtener una muestra representativa y realizar inferencia estadística, *Respondent Driven Sampling* es la técnica adecuada.

Snowball Sampling nació como un método para estudiar la estructura de las redes sociales.

- Su muestra es considerada una muestra de conveniencia (es decir, “yo refiero a quien me conviene referir”) con un sesgo de magnitud y dirección desconocidas y este sesgo crece a medida que la muestra se expande de ola en ola.
- *Respondent Driven Sampling* surgió para solucionar el problema de *Snowball Sampling* (reducir su sesgo y realizar inferencia estadísticas), combinándolo con un análisis de redes para realizar inferencia estadística.

Para realizar las estimaciones de la representatividad de la población, es importante mapear el tamaño de las redes, realizar seguimiento a las redes e identificar quién reclutó a quién.

Para que una muestra sea representativa, es recomendable que existan de 8 a 10 olas de referidos.

5 ¿Cómo puedo probarlas?



La revisión de literatura puede darte una primera idea sobre qué técnica usar. Algunos de los documentos relevantes, provenientes de la revisión de literatura de PEP, los puedes encontrar [aquí](#).



Consulta con un estadístico sobre la mejor opción para tu proyecto. Los proyectos PEP y Gender Norms han tenido el apoyo de uno. Puedes consultar con ellos algunos tips o contactos para iniciar tu proyecto.