

Informe de Trabajo de Campo
Encuesta sobre medios de comunicación e internet
Universidad Católica del Uruguay

1. Antecedentes

- i) Nombre del Administrador del Proyecto: Adriana Raga.
- ii) Nombre del Supervisor de Campo: Matías Sibils.
- iii) Organización supervisora:
 - Nombre: CIFRA, González Raga y Asociados
 - Teléfono-Fax: (598) 2707 06 77
 - Correo electrónico: cifra@cifra.com.uy

2. Pre-prueba

- i) Fecha: entre el 12 de agosto y el 13 de setiembre de 2013.
- ii) Descripción: sucesivas pruebas telefónicas de distintas versiones del cuestionario.

3. Entrenamiento de Supervisores y Encuestadores

- i) Fecha y lugar:
 - 13 y 14 de setiembre de 2013.
 - Oficina central: Av. Brasil 2446, piso 2, Montevideo, Uruguay.
- ii) Institución y personas responsables del entrenamiento
 - CIFRA: Marcela López y Bettina Chiarani.
- iii) Número de encuestadores y supervisores que participaron en el entrenamiento:
 - 4 Supervisores.
 - 31 encuestadores.

4. Recolección de datos

- i) Fecha: entre el 14 de setiembre y el 19 de octubre de 2013.
- ii) Lugar: Centro CATI de Cifra. Av. Brasil 2446, piso 2, Montevideo, Uruguay.

5. Número de supervisores y encuestadores que participaron en el trabajo de campo

- 4 Supervisores
- 31 Encuestadores

6. Ficha técnica

- La encuesta contiene un total de 2006 casos. El universo que se pretende representar es el total nacional de personas de 15 años de edad o más cuyos hogares disponen de teléfono fijo según el censo nacional del año 2011. Este total es 1.548.663.
- Dados estos datos y para un nivel de confianza del 95%, el margen de error es 2,19%.
- El muestreo es estratificado y se consideran seis grupos: mujeres de 15 a 29 años de edad, mujeres de 30 a 59, mujeres de 60 o más y hombres subdivididos en los mismos grupos de edad. Los pesos de cada uno de estos grupos dentro de la muestra están determinados por los datos del censo del año 2011.
- El expansor se construyó con datos del censo de 2011 según las variables de región geográfica (Montevideo o Interior), actividad económica (activo o inactivo), educación (nivel primario, secundario o terciario) y hogar con acceso a internet (sí o no) para el universo de interés antes mencionado (total nacional de personas de 15 años o más que habiten un hogar con teléfono fijo).
- La variable de hogar con acceso a internet fue introducida en la construcción del expansor para corregir una sobre-representación de esos hogares en la muestra resultante, ocasionada por un sesgo de no respuesta vinculado a la temática preponderante en la encuesta.
- Es altamente probable que el número de hogares con acceso a internet haya aumentado en el tiempo transcurrido entre el censo del 2011 y la actualidad. De hecho, parte de la sobre-representación de hogares conectados a internet registrada puede haber resultado de este supuesto incremento real, pero no hay un modo confiable de comprobar esto o de estimar cuál es la proporción real del aumento y cuál responde al sesgo. Por este motivo se optó por la opción más conservadora y se trabajó con datos del censo del año 2011 para corregir los valores de acceso a internet en el hogar.

7. Tamaño final de la muestra

DISEÑO	Hombres	Mujeres	Total
15 a 29 años	285	284	569
30 a 59 años	460	493	953
60 y más años	198	280	478
Total	943	1057	2000

MUESTRA REAL	Hombres	Mujeres	Total
18 a 29 años	286	287	573
30 a 54 años	461	493	954
55 o más años	199	280	479
Total	946	1060	2006

DIFERENCIAS	Hombres	Mujeres	Total
18 a 29 años	-1	-3	-4
30 a 54 años	-1	0	-1
55 o más años	-1	0	-1
Total	-3	-3	-6

8. Informe de llamadas y de respuesta

Descripción	Llamadas
Sin respuesta	14455
Teléfono inválido	4512
Rechazo duro	3316
Fuera de muestra	270
Cuota llena	2126
Agendado	1349
Completo	2006
Total	28034

- i) Este cuadro es un informe del total de llamadas realizadas. Hay que acotar que algunas de las llamadas catalogadas como “sin respuesta” pueden haberse repetido posteriormente y haber finalizado de otro modo. Lo mismo sucede con aquellas agendadas.
- ii) El total de encuestas completas es 2006, y el total de encuestas comenzadas es 2290. Esto significa que hay 284 encuestas que se empezaron y fueron terminadas prematuramente por los encuestados.

9. Comentarios Finales

- i) El cuestionario contiene un número de preguntas que dificulta su aplicación por vía telefónica. Este puede ser el motivo de un número relativamente elevado de encuestas no finalizadas.
- ii) Otro problema detectado es que el cuestionario resultaba repetitivo, desde el punto de vista del respondente, porque muchas preguntas eran similares (las “baterías de preguntas”). La sensación de estar respondiendo “lo mismo” puede haber aumentado el cansancio (que en algunos casos llevaba a la interrupción).
- iii) En tercer lugar, la temática preponderante en el cuestionario tuvo un efecto de rechazo “selectivo” hacia la encuesta; las personas que menos conocen sobre comunicación e internet son usualmente las que se sienten más incómodas respondiendo preguntas sobre estos temas, y por ende son las que rechazan la encuesta en mayor proporción. Este puede ser el motivo de las diferencias en materia de tenencia y uso de internet registradas entre los datos de esta encuesta y los de otras (incluyendo algunas de Cifra), donde se pregunta, entre preguntas sobre otros temas, si la persona usa internet.