

Principales aprendizajes y cambios en la producción de estadísticas en América Latina y el Caribe

La experiencia de las estadísticas públicas provenientes de encuestas a hogares en Argentina.

Instituto Nacional de
Estadística y Censos
República Argentina

indec

Temario

- I. Situación de las encuestas a hogares antes de la pandemia
- II. Cambios obligados a raíz del Aislamiento Social Preventivo y Obligatorio (ASPO) durante el 2020.
- III. Enseñanzas del ASPO.
- IV. Desafíos hacia un esquema multimodal de relevamiento a hogares.
- V. Iniciativas llevadas adelante durante los años 2021-22.
- VI. Implementación del esquema multimodal. El caso de la Encuesta de Consumo de Sustancias Psicoactivas.

I. Situación de las encuestas a hogares antes de la pandemia

- Incremento de las demandas de información a través de encuestas a hogares
- Aumento de la no respuesta
- Agotamiento del marco nacionales de muestreo

II. Cambios obligados a raíz del Aislamiento Social Preventivo y obligatorio (ASPO) durante el 2020 (I)

ENCUESTA PERMANENTE DE HOGARES

- Se pasó a una modalidad completamente telefónica:
 - Se utilizaron teléfonos de participaciones anteriores
 - Para las primeras participaciones en principio se organizaban equipos especiales para ir a buscar los teléfonos.
 - Más tarde se adoptó la estrategia de volver a entrevistar hogares que ya habían agotado su cuarta participación.
 - Se tuvo que organizar la logística para enviar las encuestas en papel de los encuestadores a los ingresadores.
 - Algunos encuestadores se convirtieron en ingresadores.

II. Cambios obligados a raíz del Aislamiento Social Preventivo y Obligatorio (ASPO) durante el 2020 (II)

ESTUDIO DE IMPACTO DEL COVID

- Se organizó de cero la encuesta en forma enteramente telefónica y a través del Survey Solutions.
- Se utilizaron teléfonos relevados en hogares respondientes de operativos anteriores EPH, ENFR, ENGHo y ENVIC.
- El operativo de campo se realizó a través de dispositivo telefónico (CATI) con plataforma web con líneas IP.

III. Enseñanzas del ASPO

- Uso generalizado del teléfono
 - Para contactar a los hogares y,
 - para realizar las encuestas.
- Uso frecuente de las redes sociales para enviar la información de sensibilización.
- Uso de whatsApp para mandar los flyers informativos.
- Uso de videollamadas para hacer entrevistas.
- Uso de los medios audiovisuales para la interacción de los distintos puestos de la estructura.

IV. Desafíos hacia un esquema multimodal de relevamiento a hogares.

Interrogantes a responder:

¿Se puede alternar modalidades de relevamiento?

- Presencial
- Telefónico
- Autoadministrado

¿Se puede aprovechar el esquema multimodo para mejorar la respuesta global?

¿Cómo obtener información para implementar la mejor estrategia para que los hogares respondan?

¿Cómo se reorganiza el trabajo de campo y cómo se readaptan los distintos roles?

¿Buscamos perfiles de encuestadores adecuados a cada una de las estrategias?

¿Cómo sensibilizar a los hogares y obtener empatía y confianza?

¿Cómo aprovechar las herramientas tecnológicas para la capacitación?

V. Iniciativas llevadas adelante durante los años 2021-22 (I)

Estudios para determinar la factibilidad de adoptar estrategias combinadas relevamiento:

- **Estudio sobre la participación de los hogares en encuestas del INDEC**
- **Estudio Exploratorio de Encuestas Telefónicas con Base en la Encuesta Nacional De Uso del Tiempo (ENUT).**

V. Iniciativas llevadas adelante durante los años 2021-22 (II)

Utilización de las herramientas TICs para los operativos de línea y/o encuestas especiales:

- **Encuesta Permanente de Hogares:**
 - Prueba cognitiva para evaluar los cambios a implementar en el cuestionario en temas de informalidad y planes Sociales **a través de entrevistas por video llamadas** a una muestra dirigida.
- **Encuesta Nacional de Trabajo no remunerado y Uso del Tiempo (ENUT):**
 - **Utilización del Campus virtual** en forma integral en todo el proceso de capacitación de la encuesta..

Estudio sobre la participación de los hogares en encuestas del INDEC - Objetivos

Objetivo general

- Explorar estrategias alternativas a las modalidades tradicionales de relevamiento de campo con miras a lograr, a través de ellas, mayor eficiencia en el uso de los recursos y una mejor tasa de respuesta.
- Examinar la existencia de comportamientos diferenciales de los hogares en el nivel de respuesta según las estrategias de abordaje adoptadas para el trabajo de campo.
- Obtener un perfil de los hogares respondentes que permitan identificar y delinear nuevas modalidades de relevamiento.
- Testear la incorporación de manera integrada a los operativos de campo de modalidades de relevamiento telefónico.
- Evaluar la eficiencia de la organización de campo para cada una de las estrategias.

Estudio sobre la participación de los hogares en encuestas del INDEC – Estrategias probadas

Estrategia 1

- Relevamiento presencial (tradicional).
- El encuestador realiza las visitas, lista las viviendas de los segmentos asignados y aplica el cuestionario.
- Estructura de campo: 6 encuestadores presenciales y 1 supervisor.

Estrategia 2

- Relevamiento presencial (sensibilización y obtención de teléfonos) y telefónico (administración del cuestionario).
- División de tareas entre encuestadores presenciales y telefónicos.
- Estructura de campo: 2 encuestadores presenciales, 2 encuestadores telefónicos y 1 supervisor.

Estrategia 3

- Relevamiento presencial (sensibilización y obtención de teléfonos/mail) y auto administrado (el respondente completa el cuestionario web).
- Acceso a cuestionario web (adaptado) vía página del INDEC con clave.
- Estructura de campo: 2 encuestadores presenciales, 1 orientador telefónico y 1 supervisor.

Estudio sobre la participación de los hogares en encuestas del INDE - Consideraciones finales

En la **estrategia 2**, una vez que se obtienen los datos del número de teléfono y una sensibilización efectiva alrededor del **88 %** responde.

El **proceso de sensibilización** para la obtención de los teléfonos es un aspecto central que debería reforzarse:

- Adaptar materiales y contenidos de comunicación a los nuevos soportes digitales.
- Brindar al hogar la posibilidad de elegir día y horario para responder telefónicamente.
- Consolidar la conformación de equipos de trabajo (sensibilizador y encuestador telefónico) para generar reciprocidad en la combinación de roles y “personalizar” el proceso para el encuestado.

Estudio sobre la participación de los hogares en encuestas del INDE – Consideraciones finales

Los resultados de la modalidad **autoadministrada**, invitan a pensar en el refuerzo y la mejora de este tipo de estrategias de relevamiento:

- Adaptación hacia nuevas formas de sensibilización e intercambio con los hogares (en términos del diseño conceptual y comunicación).
- Generación de contenido para un entrenamiento específico en este tipo de encuestas
- Favorecer el dominio necesario por parte de los encuestadores de lenguaje técnico y las especificidades de esta nueva modalidad.
 - En este sentido, la experiencia del e-CENSO permitió generar nueva evidencia acerca de la receptividad de la población a este tipo de modalidades de relevamiento de datos ya que cerca del 58 % de población completó el censo en forma digital.

Estudio sobre la participación de los hogares en encuestas del INDE - Consideraciones finales

Aspectos a tener en cuenta en la futura implementación de estrategias alternativas a la modalidad presencial tradicional en las encuestas a hogares del INDEC:

- **Recursos humanos:** personal adecuadamente capacitado para los nuevos roles requeridos en encuestas con modalidades combinadas.
- **Infraestructura y Sistemas:** contar con materiales e infraestructura tecnológica, tales como PC (para la administración de cuestionarios digitales); línea y central telefónicas que permita administrar los llamados de forma más eficiente (así como recolectar información sobre esta actividad).
- **Vías de comunicación:** teniendo en cuenta la fase presencial de la estrategia telefónica (la instancia de sensibilización y obtención de datos en el domicilio del hogar), se advirtió la importancia de habilitar canales de comunicación y de mensajería digital (tipo WhatsApp).

Estudio Exploratorio de Encuestas Telefónicas con base en la Encuesta Nacional De Uso del Tiempo (ENUT) (I)

OBJETIVOS

- Evaluar la adaptación de la modalidad telefónica para la implementación del instrumento de relevamiento de una encuesta con las características y complejidades de la ENUT, previsto, además, para una modalidad presencial.
- Evaluar la duración de cada bloque del cuestionario en entrevista telefónica (hogar e individual).
- Explorar las complejidades y dificultades que pudieran surgir en la entrevista telefónica para poder definir y realizar la selección del miembro respondente para un bloque o módulo específico.
- Identificar los aspectos que presenten mayores dificultades en la implementación de la modalidad, con el propósito de definir el diseño y las indicaciones operativas para aplicar en futuros relevamientos con modalidad combinada.
- Conocer cómo se adapta el encuestado y el encuestador a esta modalidad de relevamiento.

Estudio Exploratorio de Encuestas Telefónicas con base en la Encuesta Nacional De Uso del Tiempo (ENUT) (III)

¿Cómo le resultó la encuesta a los participantes?



Estudio Exploratorio de Encuestas Telefónicas con Base en la Encuesta Nacional De Uso del Tiempo (ENUT) (IV)

- ¿Preferencia de modalidad (presencial o telefónica)?

A word cloud on a white background with a blue border. The words are in various sizes and colors (blue and green). The most prominent words are 'Así Estuvo Bien' and 'Se Puede Hacer Telefónica'. Other words include 'Prefiero Así', 'Menos Invasivo', 'Más Directo', 'Tiempos', 'Novedoso', 'Mejor Virtual', 'No Es Necesario Presencial', 'Me Gusta Más', 'No Hay Diferencia', 'Mejor Organización', 'Se Puede Hacer Remoto', and 'Más Práctico'.

Prefiero Así
Menos Invasivo
Más Directo
Tiempos
Novedoso
Mejor Virtual
No Es Necesario Presencial
Así Estuvo Bien
Me Gusta Más
No Hay Diferencia
Se Puede Hacer Telefónica
Mejor Organización
Se Puede Hacer Remoto
Más Práctico

VI. Implementación del esquema multimodal. El caso de la Encuesta de Consumo y prácticas de Cuidado.

- Se articuló la muestra de EPH para hacer una reentrevista a los hogares respondientes.
 - El encuestador de EPH sensibiliza al hogar para responder la encuesta de Consumo y Prácticas de Cuidado, selecciona al miembro que deberá responder la encuesta, obtiene información de contacto. Teléfono, horarios, preferencia, etc.
 - El equipo de Salud se contacta directamente con el hogar y según la información de contacto acuerda con el entrevistado la modalidad de realización de la encuesta.
- Capacitación en cascada a través del campus virtual.
- <https://campusvirtual.indec.gob.ar/moodle/course/view.php?id=139>
- Integración informática del proceso a través de la utilización del SURVEY SOLUTIONS.

Instituto Nacional de
Estadística y Censos
República Argentina

indec