Ekhos
INVESTIGACIÓN + COMUNICACIÓN

INFORME METODOLÓGICO

LEVANTAMIENTO DE ENCUESTA DE LINEA DE SALIDA 2
PROGRAMA DE APOYO AL MICRO EMPRENDIMIENTO PAME

Diciembre 2013

Ekhos
INVESTIGACIÓN + COMUNICACIÓN

INDICE CONTENIDOS

1. INTRODUCCIÓN E INFORMACIÓN GENERAL
2. FICHA METODOLÓGICA
3. EQUIPO
4. PILOTO
5. CAPACITACIÓN
6. SUPERVISIÓN
7. BASE DE DATOS: CODIFICACIÓN Y DIGITACIÓN

Ekhos
INVESTIGACIÓN + COMUNICACIÓN

1. INTRODUCCIÓN E INFORMACIÓN GENERAL

INTRODUCCIÓN ESTUDIO

Presentación

- Se presenta a continuación el informe metodológico del proceso de levantamiento de datos de la encuesta seguimiento de la línea 2 del Programa de Apoyo al Microemprendimiento - FOSIS.

- Este estudio fue realizado por la Consultora Ekhos por encargo de la Fundación Economía y Negocios de la Universidad de Chile cuyo inicio fue el **3 de Junio** y su término el **31 de Diciembre** de 2013. Considerando un trabajo de campo de 98 días, de corrido.

- A su vez, el estudio contó con una primera fase de piloteo de la encuesta que se desarrolló entre el 19 de Julio y el 29 de Agosto, que convergió en reportes y la implementación de mejoras observadas al instrumento y el proceso general.

- Se detalla en la siguiente presentación, los principales datos e hitos e información metodológica del estudio.

INTRODUCCIÓN ESTUDIO

Contexto

- El presente estudio forma parte de un proyecto de un **grupo de investigadores de la Universidad de Chile**, quienes están a cargo de evaluar el Programa de Apoyo al Micro Emprendimiento (PAME) y medir impacto de este programa en sus beneficiarios, a través de un grupo de control.

- Este estudio consta de una encuesta **línea base** (primera medición), que fue realizada en Agosto-Septiembre de 2010, y **dos seguimientos** uno realizado en Agosto del 2011 y el segundo que corresponde al realizado este año 2013.

LÍNEA BASE	SEGUIMIENTO 1	SEGUIMIENTO 2
AGOSTO 2010	AGOSTO 2011	SEPT-DIC. 2013

INTRODUCCIÓN ESTUDIO

Motivación del estudio

- El estudio comprende que la dinámica del mercado laboral influye profundamente en la capacidad para generar ingresos de las personas, y con ésta, la capacidad de salir de la pobreza.

  Y en particular, personas que no pueden acceder de forma estable al mercado laboral, junto con quienes sólo consiguen trabajos precarios (sin protección y de bajos ingresos) conforman un tipo de **personas con más dificultad para salir de la línea de la pobreza.**

- Con el objetivo de apoyar a este grupo, es que el FOSIS en el año 2000 crea un conjunto de planes de apoyo al empleo independiente, dentro de los cuales, uno enfocado en el grupo más vulnerable, a partir del año 2006 pasa a llamarse Programa de Apoyo al Micro Emprendimiento (PAME).

- Según los datos entregados, el programa PAME tiene aproximadamente 24.000 beneficiarios en todo Chile, alcanzando el 30% del gasto del FOSIS. El gran esfuerzo humano y monetario que absorbe el proyecto es la principal razón para diseñar una evaluación que permita, tanto ocupar eficientemente los recursos, como entender mejor las posibilidades de expansión. Es en este contexto que diseña la presente evaluación en profundidad del programa PAME.

Objetivo general

En términos generales, el propósito del programa es contribuir a que los beneficiarios y beneficiarias mejoren sus condiciones de vida, incrementando sus ingresos económicos, a través del desarrollo de sus capacidades personales.

Objetivo específico

Como objetivo específico, se intenta que personas desocupadas o con un trabajo precario, logren generar ingresos por sobre la línea de la indigencia.

El estudio busca, por tanto, evaluar el impacto del programa PAME para mejorar las condiciones de vida a través del aumento en el tiempo de los ingresos autónomos.

2. FICHA METODOLÓGICA

FICHA METODOLÓGICA
Datos generales

1. **Metodología:** Cuantitativa.

2. **Técnica:** Encuesta dirigida.

3. **Tipo de encuesta:** Entrevistas individuales, dirigidas, cara a cara en hogares o lugares de emprendimiento.

4. **Público Objetivo:** Postulantes al programa PAME-FOSIS.

5. **Instrumento final:** cuestionario que incluye dos formatos, uno para el hogar y otro focalizado en el entrevistado.

   El cuestionario estuvo integrado por una portada con la identificación del beneficiario **y 8 módulos.** El mismo cuestionario contiene además; el consentimiento informado, una autorización para una toma de fotografía y un registro para futuros contactos.

   Este contiene 34 variables en la base de hogar y 331 variables en la base de entrevistados (sin considerar los datos de contacto).

Ekhos
INVESTIGACIÓN + COMUNICACIÓN

ESTRUCTURA DE CUESTIONARIO

MÓDULOS DEL CUESTIONARIO		Características del módulo	Q Variables	Q Preguntas
*	**Datos del Entrevistado**	Registro	20	0
*	**Consentimiento informado**	Lectura	0	1
A.	**Caracterización del Hogar**	▪ Aplica para todos los encuestados (independientes y dependientes) ▪ Módulo integrantes del hogar.	7	4
D.	**Ocupación e Ingresos de los Miembros del Hogar**	▪ Aplica para todos los encuestados (independientes y dependientes) ▪ Módulo integrantes del hogar (no incluye menores de 12 años)		
E.	**Otros Ingresos de fuentes no laborales**	▪ Aplica para todos los encuestados (independientes y dependientes) ▪ Módulo integrantes del hogar (no incluye menores de 12 años)	26	16
G.	**Negocio, Actividad de Emprendimiento**	▪ Aplica sólo para los encuestados independientes		
H.	**Activos del Negocio**	▪ Aplica sólo para los encuestados independientes	3	2
I.	**Activos del Hogar**	▪ Aplica para todos los encuestados (independientes y dependientes)		
M.	**Habilidades en el Negocio y Aprendizaje del Plan de Negocios**	▪ Aplica sólo para los encuestados independientes	14	5
T	**Registro visual**	▪ Aplica para todos los encuestados (independientes y dependientes)	22	3
*	**Datos de contacto**	▪ Aplica para todos los encuestados (independientes y dependientes)	33	4
*	**Autorización de publicación de fotos**	▪ Aplica para todos los encuestados (independientes y dependientes)	122	6

FICHA METODOLÓGICA
Duración

6. **Duración promedio:** 34 minutos fue el promedio de aplicación de la encuesta con un máximo y mínimos de 2 horas y 5 minutos respectivamente. Ambos tiempos, fueron excepcionales.

	Perdidos	N total	Mínimo	Máximo	Media	Mediana	Moda	Percentil 25	Percentil 75
DURACIÓN MODULO A	59	1503	0:00	0:20	0:03	0:03	0:02	0:02	0:05
DURACIÓN MODULO D	87	1503	0:00	0:38	0:05	0:04	0:03	0:03	0:07
DURACIÓN MODULO G	868	1503	0:00	0:35	0:08	0:08	0:08	0:06	0:10
DURACIÓN MODULO H	867	1503	0:00	0:25	0:03	0:03	0:03	0:02	0:05
DURACIÓN MODULO I	806	1503	0:00	0:29	0:04	0:04	0:05	0:03	0:05
DURACIÓN MODULO M	863	1503	0:00	0:52	0:07	0:07	0:05	0:05	0:10
DURACIÓN MODULO T	51	1503	0:00	0:32	0:05	0:05	0:05	0:03	0:07
DURACION TOTAL	**2**	**1503**	**0:05**	**2:00**	**0:34**	**0:31**	**0:25**	**0:22**	**0:45**
TOTAL INDEPENDIENTES	**1**	**680**	**0:11**	**2:00**	**0:44**	**0:42**	**0:35**	**0:34**	**0:52**
TOTAL DEPENDIENTES	**1**	**823**	**0:05**	**1:35**	**0:26**	**0:24**	**0:25**	**0:20**	**0:31**

7. Tipo de muestra

La muestra de los seguimientos I y II, corresponde a una **selección aleatoria** de un grupo de personas que se inscribió para participar en el programa PAME, para lo cual debían cumplir con algunos de los siguientes requisitos de admisibilidad:

- Tener más de 18 años.
- Haber sido beneficiarios del programa Chile Solidario.
- Estar cesantes o tener un empleo definido precario por el FOSIS (de ingreso bajo e inestable).
- Estar inscrito en la OMIL asociada a su comuna.

9. Muestra: La muestra utilizada en la línea de seguimiento II, fue entregada por el Centro de Microdatos a Ekhos. Esta fue compuesta por **1948 casos,** que fue el universo definido de personas a encuestar.

10. Distribución de la muestra: Organizado por rutas por barrios, por comuna**.**

Con el fin de hacer más eficiente el proceso de terreno, los 1948 casos fueron georreferenciados para conformar 122 rutas y mapas comunales que agrupó casos, según la cercanía.

La media de casos por ruta fue de 15,7 casos. Esta gestión permitió ir entregando parcialmente las rutas y un mejor control de los avances y revisitas.

FICHA METODOLÓGICA
Distribución de la muestra

10. La muestra se distribuyó en las siguientes 33 comunas:

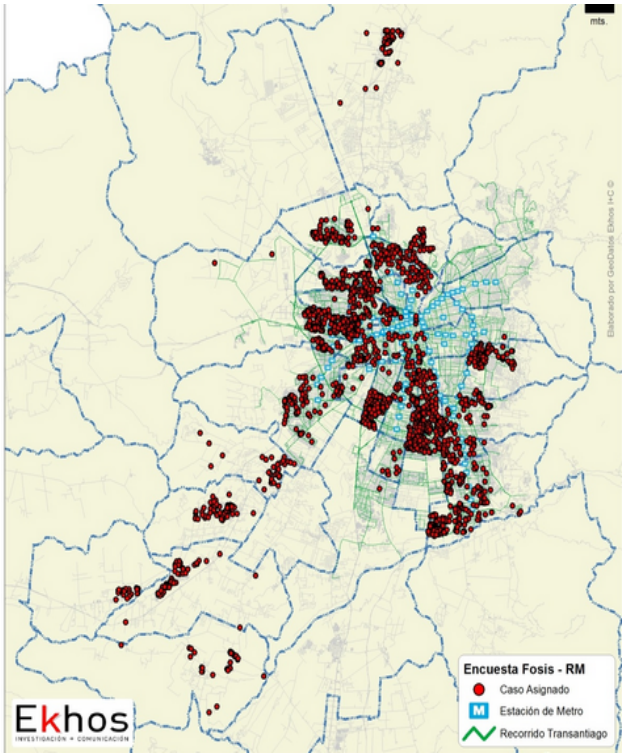
COMUNA	CASOS	COMUNA	CASOS
CERRILLOS	20	PADRE HURTADO	41
CERRO NAVIA	1	PEDRO AGUIRRE CERDA	2
COLINA	56	PENAFLOR	74
CONCHALI	52	PENALOLEN	97
EL BOSQUE	11	PUDAHUEL	107
EL MONTE	32	PUENTE ALTO	205
ESTACION CENTRAL	36	QUILICURA	82
HUECHURABA	42	QUINTA NORMAL	59
ISLA DE MAIPO	31	RECOLETA	52
LA CISTERNA	2	RENCA	89
LA FLORIDA	111	SAN BERNARDO	2
LA GRANJA	101	SAN JOAQUIN	51
LA PINTANA	2	SAN MIGUEL	44
LA REINA	1	SAN RAMON	105
LO ESPEJO	133	SANTIAGO	56
LO PRADO	110	TALAGANTE	71
MAIPU	70		

FICHA METODOLÓGICA
Georreferenciación de la muestra

11. Mapas: se presentan a continuación el proceso de distribución de la muestra.

El mapa de toda la muestra georreferenciada que da cuenta en forma agregada de los 122 mapas correspondientes a cada ruta y dos ejemplos de mapas: uno a nivel comunal y otro de una ruta.

Muestra total



Comunal

Ruta

FICHA METODOLÓGICA
Georreferenciación de la muestra

12. Rutas: las 122 rutas en las cuales se agruparon los 1948 casos según la comuna, fueron las siguientes:

RUTA	N°	RUTA	N°	RUTA	N°
ALEJADOS_00	**13**	LAFLORIDA_05	**13**	LOPRADO_01	**12**
CERRILLOS_01	**19**	LAFLORIDA_06	**15**	LOPRADO_02	**16**
COLINA_01	**18**	LAFLORIDA_07	**10**	LOPRADO_03	**13**
COLINA_02	**18**	LAFLORIDA_08	**12**	LOPRADO_04	**16**
COLINA_03	**18**	LAGRANJA_01	**19**	LOPRADO_05	**16**
CONCHALI_01	**19**	LAGRANJA_02	**19**	LOPRADO_06	**15**
CONCHALI_02	**14**	LAGRANJA_03 Y LAGRANJA_07	**21**	LOPRADO_07	**18**
CONCHALI_03 Y CONCHALI_04	**18**	LAGRANJA_04	**20**	MAIPU_01	**12**
ECENTRAL_01	**15**	LAGRANJA_05	**16**	MAIPU_02	**12**
ECENTRAL_02	**13**	LAGRANJA_06	**16**	MAIPU_03	**11**
ECENTRAL_03	**10**	LOESPEJO_01	**11**	MAIPU_04	**12**
EL MONTE_01	**32**	LOESPEJO_02	**11**	MAIPU_05 Y MAIPU_06	**19**
ELBOSQUE_01	**11**	LOESPEJO_03 Y LOESPEJO_04	**22**	PADREHURTADO_01	**20**
HUECHURABA_01	**16**	LOESPEJO_05	**19**	PADREHURTADO_02	**21**
HUECHURABA_02 Y HUECHURABA_03	**24**	LOESPEJO_06	**10**	PENAFLOR_01	**20**
ISLADEMAIPO_01	**18**	LOESPEJO_07	**12**	PENAFLOR_02	**15**
ISLADEMAIPO_02	**14**	LOESPEJO_08	**12**	PENAFLOR_03	**18**
LAFLORIDA_01	**20**	LOESPEJO_09	**12**	PENAFLOR_04	**21**
LAFLORIDA_02 Y LAFLORIDA_03	**22**	LOESPEJO_10	**12**	PENALOLEN_01	**13**
LAFLORIDA_04	**12**	LOESPEJO_11	**13**	PENALOLEN_02	**11**

FICHA METODOLÓGICA
Georreferenciación de la muestra

RUTA	N°	RUTA	N°	RUTA	N°
PENALOLEN_03	15	PUDAHUEL_06	12	SANJOAQUIN_03	17
PENALOLEN_05	14	PUDAHUEL_07	18	SANMIGUEL_01	11
PENALOLEN_06	20	QNORMAL_01	13	SANMIGUEL_02	12
PENALOLEN_07 y PEÑALOLEN_04	24	QNORMAL_02	14	SANMIGUEL_03	10
PTEALTO_01 y PTEALTO_02	25	QNORMAL_03	11	SANMIGUEL_04	18
PTEALTO_03	25	QNORMAL_04	12	SANRAMON_01	22
PTEALTO_04	14	QNORMAL_05	14	SANRAMON_02	19
PTEALTO_05	12	QUILICURA_01	18	SANRAMON_03	16
PTEALTO_06	15	QUILICURA_02	16	SANRAMON_04	17
PTEALTO_07	16	QUILICURA_03	22	SANRAMON_05	17
PTEALTO_08	14	QUILICURA_04	24	SANRAMON_06	15
PTEALTO_09	17	RECOLETA_01	15	SANTIAGO_01	12
PTEALTO_10	18	RECOLETA_02	12	SANTIAGO_02	11
PTEALTO_11	20	RECOLETA_03	14	SANTIAGO_03	11
PTEALTO_12	12	RECOLETA_04	12	SANTIAGO_04	12
PTEALTO_13 y PTEALTO_14	19	RENCA_01 Y RENCA_02	24	SANTIAGO_05	12
PUDAHUEL_01	13	RENCA_03 y RENCA_04	25	TALAGANTE_01	17
PUDAHUEL_02	13	RENCA_05 Y RENCA_06	27	TALAGANTE_02	16
PUDAHUEL_03	16	RENCA_07	13	TALAGANTE_03	18
PUDAHUEL_04	15	SANJOAQUIN_01	16	TALAGANTE_04	18
PUDAHUEL_05	17	SANJOAQUIN_02	11		

FICHA METODOLÓGICA
Logro

13. **Logro:** considerando los 1948 casos de universo, se realizaron **1503** casos que corresponde a un 77,1% de logro.

14. **No logrados:** 445 casos no pudieron ser logrados por diversos motivos; el principal radica en los problemas crónicos de contacto (cambios de domicilios) con 335 casos y en segundo lugar los rechazos o imposibilidad de ser encuestados, con 110 casos.

A continuación, el detalle:

ESTADO FINAL ENCUESTAS	N	%
REALIZADO	1503	77%
RECHAZOS U OTROS MOTIVOS	110	6%
NO LOGRADO POR PROBLEMAS CRÓNICOS DE CONTACTO	335	17%
TOTAL	**1948**	**100**

FICHA METODOLÓGICA
Motivos casos no logrados

RESUMEN RECHAZOS		
RECHAZOS	12 Entrevista parcial (abandono)	0
	25 No lograda, se negó un familiar del entrevistado.	3
	31 No lograda, se negó el entrevistado rotundamente.	42
	32 No lograda, se negó el acceso a la vivienda.	0
	33 No lograda, por problemas físicos o psicológicos del entrevistado.	5
	34 No lograda, por otras razones. Especifique.	60
TOTAL RECHAZOS		**110**

MOTIVO NO LOGRO Otras Razones	N	%
Demolición	3	5,0
Encuestada/a inubicable para familiares	3	5,0
Encuestado Fallecido/a	14	23,3
Inubicable, fuera de la ciudad o el país temporalmente (vacaciones, trabajo)	11	18,3
No accedió a ser contactada	5	8,3
No tiene tiempo para contestar encuesta	1	1,7
Problemas de drogas	1	1,7
Problemas de salud y hospitalización	2	3,3
Se encuentra en privación de libertad o con problemas legales	6	10,0
Otros	14	23,3
Total	**60**	**100,0**

FICHA METODOLÓGICA
Motivos casos no logrados

RESUMEN PROBLEMAS DE CONTACTO		
PROBLEMAS DE CONTACTO	Entrevistado no está disponible	16
	Vivienda ocupada sin moradores presentes	18
	El entrevistado se cambió a domicilio conocido	18
	El entrevistado se cambió a domicilio desconocido	136
	Inmueble de sector de difícil acceso	5
	No existe dirección o no se encontró la dirección en la comuna	68
	No se conoce al entrevistado	40
	Vivienda desocupada (arriendo, uso temporal, no habitacional)	11
	No lograda luego de 5 visitas	23
TOTAL PROBLEMAS DE CONTACTO		**335**

FICHA METODOLÓGICA
Gestión de casos

- Durante el trabajo de campo hubo un grupo importante de casos en estados de **«no logro por problemas de contacto»** en las direcciones originales. Todas esas encuestas pasaron a estar en **«proceso de reubicación»,** es decir, independiente de por qué no fue lograda en dichas direcciones, se buscó una dirección alternativa disponible en los datos públicos de las páginas del Servel.

- Dichas gestiones fueron realizadas por los Jefes de Grupo, jóvenes sociólogos a cargo de gestionar el trabajo de los encuestadores. Luego de haberse realizado dichas gestiones, volvían a terreno.

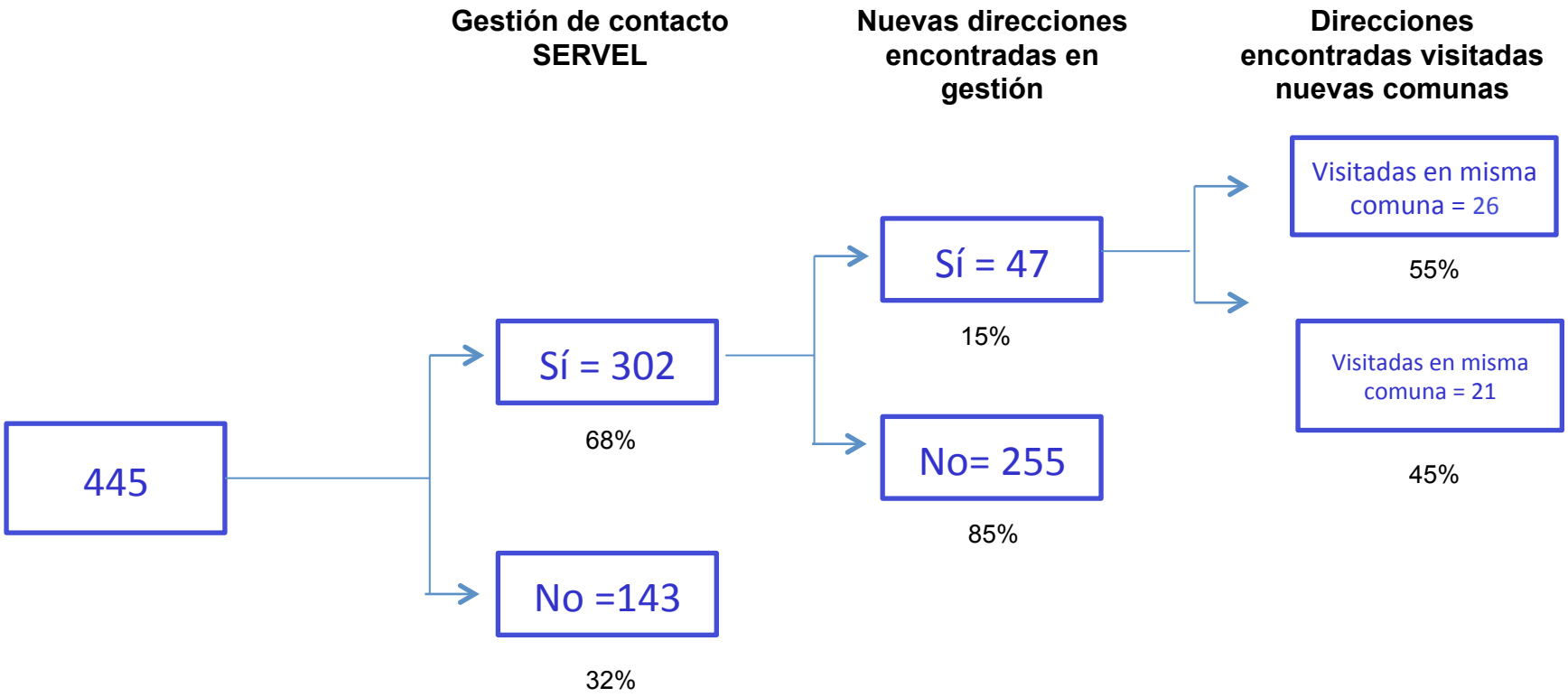
- Si las nuevas direcciones pasaban a estar **con «problemas crónicos de contacto»** si es que dicha gestión no tenía éxito o bien, no se encontraron nuevos datos o en las nuevas direcciones visitadas no se logró la encuesta. Para ello se crearon las siguientes categorías intermedias por las cuales pasaban los casos.

EN PROCESO DE REUBICACION	41 No encontró la dirección o no existe dirección.	**ESTADOS QUE REQUERÍAN GESTIÓN DE CONTACTO**
	42 En la dirección no se conoce al entrevistado.	
	43 Se cambió a domicilio desconocido.	
	45 Se desconoce uso de la propiedad, no sabe si es vivienda, oficina u otro.	
	47 Vivienda desocupada (en arriendo, venta, etc.) o demolida	
	48 Inmueble de uso no habitacional.	
	51 En terreno con dirección corregida	**ESTADOS DE CASOS QUE DURANTE GESTIÓN SE LOGRÓ ENCONTRAR NUEVOS DATOS DE CONTACTO**
	52 En terreno con nueva dirección en misma comuna	
	53 Nueva dirección entregada corresponde a otra comuna	

FICHA METODOLÓGICA

Gestión de contacto en casos no logrados

De los 445 casos con problemas de contacto o rechazos, 302 tuvieron alguna gestión en SERVEL con el objetivo de encontrar nuevas direcciones (con foco en los 335 casos con problemas de direcciones).



FICHA METODOLÓGICA
Gestiones de caso

Los casos gestionados finalmente quedaron categorizados en las siguientes clasificaciones:

RESUMEN CASOS PROBLEMAS DE CONTACTO		
CON PROBLEMAS CRÓNICOS DE CONTACTO	35 No lograda, luego de 5 visitas	23
	61 Nueva dirección no corresponde a entrevistado/a	7
	62 Nueva dirección en otra región	33
	63 No se logra encontrar nueva dirección o datos de contacto	**246**
Sub total		**309**

FICHA METODOLÓGICA
Estado final 2013

ESTADO FINAL ENCUESTAS		
	2013	**%**
Entrevista Hecha	**1503**	**77,2**
Se negó el entrevistado	0	0,0
Se negó el entrevistado rotundamente	42	2,2
Se negó un familiar del entrevistado	3	0,2
Se negó el acceso a la vivienda	0	0,0
Entrevistado no está disponible	16	0,8
Vivienda ocupada sin moradores presentes	18	0,9
El entrevistado se cambió a domicilio conocida	18	0,9
El entrevistado se cambió a domicilio desconocida	136	**7,0**
No lograda, por otras razones. Especifique	60	3,1
Inmueble en sector de difícil acceso	5	0,3
No existe o no se encontró la dirección en la comuna	68	3,5
No se conoce al entrevistado	40	2,1
Vivienda desocupada (en arriendo, venta, uso temporal o vacaciones etc, se desconoce uso propiedad, inmueble uso no habitacional.)	11	0,6
No lograda luego de 5 visitas	23	1,2
No lograda por probemás físicos del entrevistado	5	0,3
TOTAL	**1948**	**100**

FICHA METODOLÓGICA
Estado final comparativo 2010-2011

ESTADO FINAL ENCUESTAS						
	2010	**%**	**2011**	**%**	**2013**	**%**
Entrevista Hecha	**1839**	**94,4**	**1712**	**87,9**	**1503**	**77,2**
Se negó el entrevistado	2	0,1	10	**0,5**	0	0,0
Se negó el entrevistado rotundamente	4	0,2	4	**0,2**	42	2,2
Se negó un familiar del entrevistado	2	0,1	0	**0,0**	3	0,2
Se negó el acceso a la vivienda	1	0,1	0	**0,0**	0	0,0
Entrevistado no está disponible	8	0,4	**5**	**0,3**	16	0,8
Vivienda ocupada sin moradores presentes	29	1,5	49	**2,5**	18	0,9
El entrevistado se cambió a domicilio conocida	1	0,1	0	**0,0**	18	0,9
El entrevistado se cambió a domicilio desconocida	3	0,2	92	**4,7**	136	**7,0**
No lograda, por otras razones. Especifique	1	0,1	36	**1,8**	60	3,1
Inmueble en sector de difícil acceso	1	0,1	0	**0,0**	5	0,3
No existe o no se encontró la dirección en la comuna	46	2,4	32	**1,6**	68	3,5
No se conoce al entrevistado	11	0,6	5	**0,3**	40	2,1
Vivienda desocupada (en arriendo, venta, uso temporal o vacaciones etc, se desconoce uso propiedad, inmueble uso no habitacional.)	0	0,0	3	**0,2**	11	0,6
No lograda luego de 5 visitas	0	0,0	0	**0,0**	23	1,2
No lograda por probemás físicos del entrevistado	0	0,0	0	**0,0**	5	0,3
TOTAL	**1948**	100	**1948**	**100**	**1948**	**100**

FICHA METODOLÓGICA
Logro históricos combinados

Combinación	2010	2011	2013	N	TOTAL	% logro 2013
Encuestas logradas en las 3 mediciones	✔	✔	✔	1263	1616	78%
Encuestas logradas en 2010 y 2011	✔	✔	X	353		
Encuestas logradas en 2010 y 2013	✔	X	✔	173	223	78%
Encuestas logradas solo en 2010	✔	X	X	50		
Encuestas logradas en 2011 y 2013	X	✔	✔	59	96	61%
Encuestas logradas solo en 2011	X	✔	X	37		
Encuestas logradas solo en 2013	X	X	✔	8	13	61,5%
Encuestas no logradas en las 3 mediciones	X	X	X	5		

FICHA METODOLÓGICA
Casos no logrados 2013

- **De los 353 casos que sí se lograron anteriormente y no fueron posibles de realizar en esta línea de seguimiento;**
  - **U**n 10% fueron producto de rechazos de parte del entrevistado.
  - Un 30% cambios de domicilio.
  - Un 14% otras razones que imposibilitaron la encuesta y el resto otro tipo de problemas de contacto.

	Frecuencia	Porcentaje
Se cambió a domicilio desconocido	102	28,9
No encontró la dirección o no existe dirección	54	**15,3**
No lograda, por otras razones. Especifique	49	**13,9**
No lograda, se negó el entrevistado rotundamente	36	**10,2**
En la dirección no se conoce al entrevistado	28	7,9
No lograda, luego de 5 visitas	20	5,7
No lograda, vivienda ocupada sin moradores presentes	15	4,2
No lograda, se cambió a domicilio conocido	14	4
No lograda, entrevistado no está disponible o no puede atender	13	3,7
Vivienda desocupada (en arriendo, venta, etc.)	6	1,7
Difícil acceso al sector	5	1,4
No lograda, por problemas físicos del entrevistado	4	1,1
No lograda, se negó un familiar del entrevistado	3	0,8
Inmueble de uso no habitacional	2	0,6
Se desconoce uso de la propiedad, no sabe si es vivienda, oficina u otro	1	0,3
Vivienda de uso temporal o de vacaciones	1	0,3
TOTAL	**353**	**100,0**

FICHA METODOLÓGICA

Cantidad de visitas para logro de encuestas

Visita N°	Cantidad de encuestas logradas según visita	% Encuestas logro por visita	N°visitas a domicilio	%
1	913	60,75	913	38,7
2	414	27,54	828	35,1
3	109	7,25	327	13,9
4	44	2,93	176	7,5
5	23	1,53	115	4,9
TOTAL	**1503**	**100**	**2359**	**100**

TOTAL VISITAS		
1	1216	62,4
2	489	25,1
3	130	6,7
4	59	3,0
5	54	2,8
Total	**1948**	**100,0**

Promedio de visitas

- Total 1948 casos: **1,59**
- Subtotal 1503 casos logrados: **1,57**
- Subtotal 445 casos no logrados: **1,64**

Ekhos
INVESTIGACIÓN + COMUNICACIÓN

FICHA METODOLÓGICA

Cantidad de visitas para logro de encuestas

Estado FINAL		N° de visitas al domicilio					
		1°	2°	3°	4°	5°	Total visitas
11	Entrevista Hecha	913	828	327	176	115	2359
	%	**38,7%**	**35,0%**	**13,9%**	**7,5%**	**4,9%**	**100%**
21	Se negó el entrevistado	6	2	4	2	0	14
22	Se negó el entrevistado rotundamente	27	6	4	3	2	42
24	Concertó cita con el entrevistado	74	30	7	10	0	121
25	Entrevistado no está disponible	329	119	50	23	13	534
26	Vivienda ocupada sin moradores presentes	157	76	48	20	11	312
27	Se cambió a domicilio conocido	56	10	4	2	0	72
28	Se cambió a domicilio desconocido	122	29	7	1	1	160
30	No lograda, por otras razones.	61	11	3	1	2	78
31	Difícil acceso al sector	9	0	0	0	0	9
33	Problemas de dirección (faltan datos, no se encontró la dirección)	127	16	3	4	0	150
43	Vivienda desocupada (en arriendo, venta, etc.)	13	1	0	0	0	14
45	En la dirección no se conoce al entrevistado	40	13	4	3	2	62
	TOTALES	1934	1141	461	245	146	3927

FICHA METODOLÓGICA

Cantidad de visitas para logro de encuestas

Es importante señalar que la gestión de direcciones implica que las visitas realizadas no siempre se realizaron en las mismas direcciones. Al obtener nuevos datos de contacto se actualizaban los domicilios (en otras o mismas comunas) realizando las siguientes visitas en estas nuevas direcciones.

Estos es central, ya que de las 1503 encuestas realizadas, **245 encuestas (16,3%) se lograron y llevaron a cabo en una nueva dirección encontrada (o corregida) a través de la gestión de contacto realizada por el equipo**. Sin la gestión el % de logro pudo haber sido mucho más bajo.

El 11% de estos 245 casos fueron visitados y logradas en otras comunas y el 89% en direcciones nuevas y corregidas en las mismas comunas originales:

	N	%
Nuevas direcciones en otras comunas	26	11%
Nuevas direcciones en mismas comunas	219	89%
TOTAL	**245**	**100%**

FICHA METODOLÓGICA
Avances semanales

Semanalmente se enviaron informes de avances detallados. En la siguiente tabla se presenta un compilado de los datos enviados, junto con los avances semanales.

INFORMES SEMANALES	N°2	N°3	N°4	N°5	N°6	N°7	N°8	N°9	N°10	N°11	N°12	N°13	N°14	N°15
	SEPTIEMBRE	OCTUBRE				NOVIEMBRE				DICIEMBRE				
REALIZADO	**85**	**160**	**223**	**283**	**407**	**518**	**618**	**764**	**905**	**1058**	**1180**	**1337**	**1412**	**1503**
AGENDADO	7	2	7	4	9	12	8	17	19	15	17	19	18	0
EN PROCESO DE REUBICACION	27	27	56	47	99	100	115	136	147	152	152	144	132	0
EN PROCESO DE AGENDA	31	27	32	65	71	74	78	96	112	101	124	79	67	0
PROBLEMAS CRÓNICOS DE CONTACTO	0	0	0	8	16	21	34	47	51	82	113	141	170	315
RECHAZOS	0	0	12	17	23	33	35	40	40	49	58	65	74	96
CASOS ASIGNADOS NO REPORTADOS	93	27	342	333	260	383	486	452	406	378	257	163	75	0
TOTAL	**243**	**243**	**672**	**757**	**885**	**1141**	**1374**	**1552**	**1680**	**1835**	**1901**	**1948**	**1948**	**1948**
AVANCE SEMANAL	**85**	**75**	**63**	**60**	**124**	**111**	**100**	**146**	**141**	**153**	**122**	**157**	**75**	**91**
% AVANCE SEMANAL	5,66	4,99	4,19	3,99	8,25	7,39	6,65	9,71	9,38	10,18	8,12	10,45	4,99	6,05
ENCUESTADORAS/ES	17	20	23	21	21	15	22	21	21	18	19	10	12	12

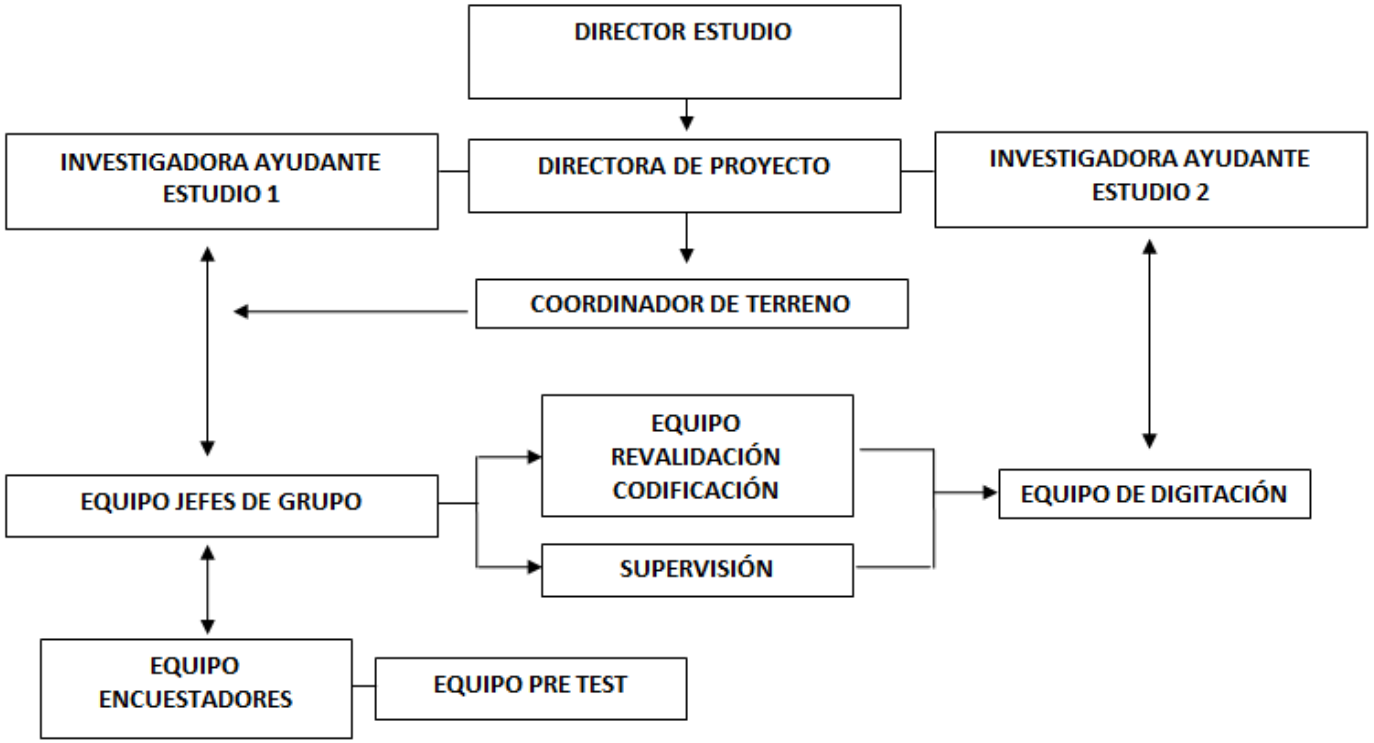
Ekhos
INVESTIGACIÓN + COMUNICACIÓN

3. EQUIPO

EQUIPO

Organigrama equipo

- El equipo a cargo del estudio estuvo compuesto por **10 profesionales de Ekhos**, considerando al equipo de Estudios y 5 jefes de grupo a cargo de encuestadores, 2 personas a cargo de validación y supervisión y 2 digitadores. La composición general del equipo se presenta en el siguiente organigrama.



EQUIPO

Equipo Encuestadores

- El equipo de encuestadores que trabajaron en el estudio fue de 37 encuestadores. Si bien se capacitó más gente, la no incorporación al estudio o abandono fue alta, producto de la cantidad de oferta laboral en las fechas en que se desarrolló el estudio o que algunos encuestadores que trabajaron en las fases iniciales o se incorporaron al final.

- El perfil de encuestadores/as fueron personas con experiencia en la realización de encuestas y mayoritariamente en el trabajo con EKhos. El contacto de equipos que no habían tenido experiencia trabajando con Ekhos fue a través de diversos portales de empleo.

NOMBRE	RUT	NOMBRE	RUT	NOMBRE	RUT
Alejandra Araneda	14.412.905-9	Ines Silva Salvo	16.787.140-2	Pablo Palma	14.147.940-7
Alejandra Ramírez	10.992.774-0	Ingrid Aguirre	10.850.507-9	Paola Pedreros	17.709.794-4
Ana Beltrán	7.565.319-0	Jennifer Morrison	16.440.190-1	Patricio Múñoz	15.536.060-7
Ana Mayra Gutiérrez	17.646.482-3	Jessica Oñate	9.854.372-4	Paulina Collado	17.049.436-9
Angélica Aponte	22.665.692-8	Jocelyn Avalos	16.549.225-0	Rodrigo Rex	15.722.150-7
Antonio García Vega	16.904.40-1	Jocelyn Villar	16.594.525-5	Sandy Vargas	17.245.199-3
Carla Céspedes	18.015.576-7	Karen Contreras	14.161.969-1	Sara Pérez	8.544.676-2
Carlos Orellana	16.670.109-0	Karina Rocco	15.844.700-2	Tatiana Silva	12.314.005-2
Daniela Torres	17.484.750-9	Lidia Romero	15.931.125-2	Úrsula Gutiérrez	16.709.794-4
Elena Briones	10.540.177-9	Lorena Santibañez	11.548.805-8	Vilma Sierra	9.122.214-0
Evert Gutierrez	13.298.566-9	Margoth Martínez	17.047.624-7	Ximena González	10.489.085-7
Gabriela Cifuentes	9.733.919-6	Maríluz Rodríguez	11.097.226-1		
Guacolda Maturana	8.991.829-K	Orlando Muñoz	13.684.359-1		

EQUIPO
Incentivos Encuestadores

- Respecto a la estructura de pagos en incentivos: se estableció un valor de encuesta inicial diferenciado para comunas alejadas y las del gran Santiago (+ 10%).

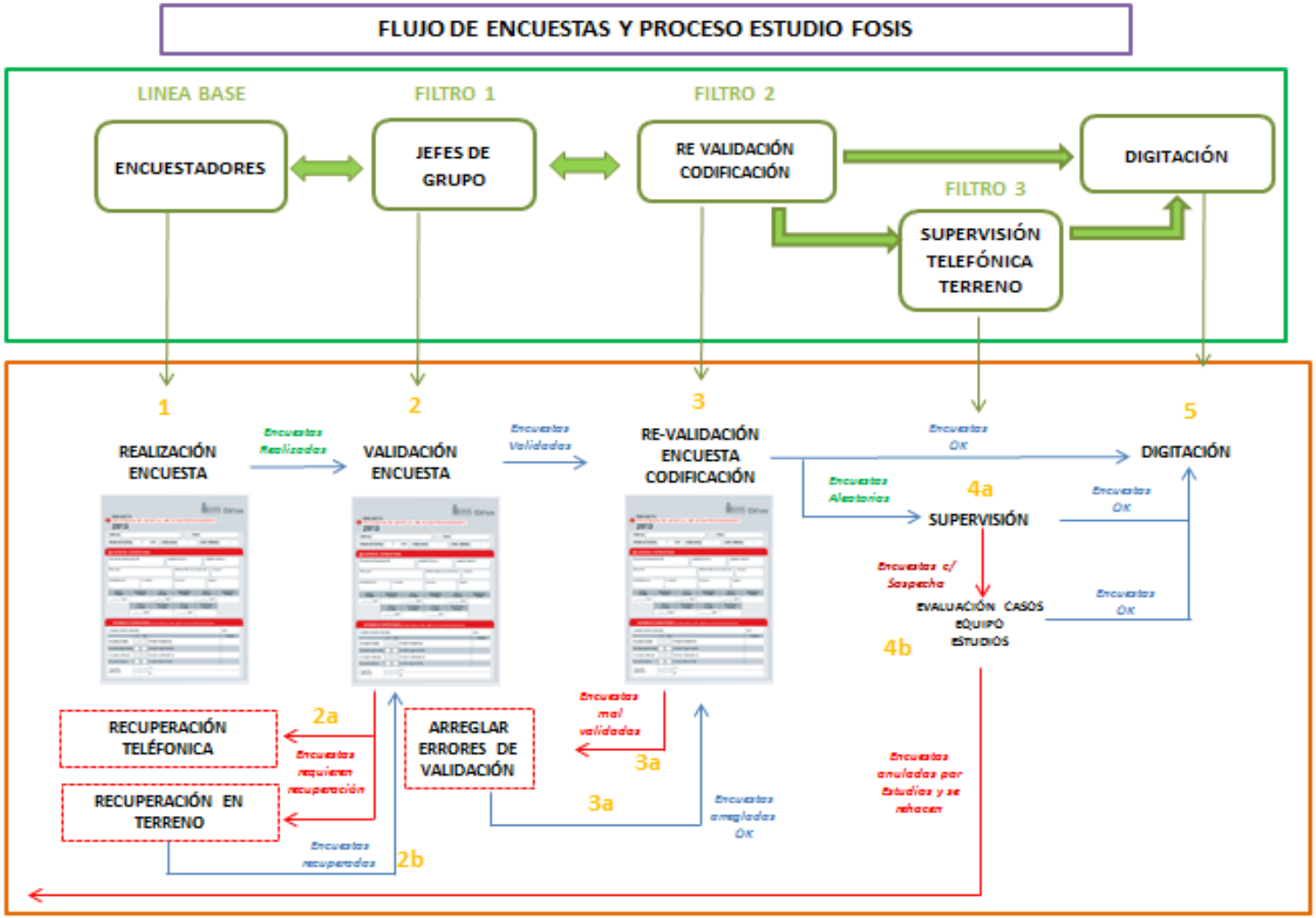
- Se definieron incentivos y bonos por cantidad de encuestas aplicadas. Cuyos tramos y valores tuvieron un incremento luego de iniciado el estudio.

- Finalmente, para agilizar el terreno e incrementar la productividad y el cierre del terreno se redefinió el precio de las encuestas, aumentando su valor entre un 40 y 44% dependiendo de la comuna. Además de incorporar el pago por visita a cada caso pendiente.

- La asistencia a la capacitación y costos de transporte y traslados para aquellas comunas y sectores más alejadas se consideró en pagos adicionales.

Valor encuesta inicial	
Encuesta Santiago	Valor encuesta inicial = X
Encuesta Provincia	Valor encuesta inicial = X + 10%
Bonos e incentivos según cantidad de encuestas validadas	
Bono 1 - 45 encuestas válidas	Valor encuesta inicial Santiago = X * 5
Bono 2 - 50 encuestas válidas	Valor encuesta inicial Santiago = X * 7.5
Bono 3 - 60 encuestas válidas	Valor encuesta inicial Santiago = X * 10
Bono 4 - 70 encuestas válidas	Valor encuesta inicial Santiago = X * 16
Bono 5 - 75 encuestas válidas	Valor encuesta inicial Santiago = X * 20
Bono 6 - 80 encuestas válidas	Valor encuesta inicial Santiago = X * 24
Valores Diciembre	
Valor encuesta Stgo Diciembre	**Valor encuesta inicial = X + 40%**
Valor encuesta Provincia Diciembre	**Valor encuesta inicial = X + 44%**
Valor visita casos	**Valor encuesta inicial = X * 35,7%**

EQUIPO
Organización del trabajo



4. PILOTO CUESTIONARIO

1. FECHAS DE CAMPO PILOTO

El piloto se llevó a cabo entre el 29 de Julio y el lunes 19 de Agosto, luego de 21 días de campo.

2. CAPACITACIÓN EQUIPO PILOTO

La capacitación de encuestadores que participaron del piloto se llevó a cabo el día Lunes 29 de Julio en una sala especializada para dichas actividades. El guión o la estructura utilizada en la capacitación piloto se encuentra en anexos.

3. EQUIPO TESTEO

El testeo estuvo a cargo de 10 encuestadoras con experiencia en la realización de encuestas en terreno y dirigidas. A su vez, el equipo de coordinación y terreno de Ekhos aplicó casos para insertarse tempranamente en el proceso de campo.

	ENCUESTADORA	RUT		ENCUESTADORA	RUT
1	Alejandra Ramírez	10.992.774-0	9	Tamara Peñaloza	16.561.831-9
2	Ana Beltrán	7.565.319-0	10	Patricia Vergara	17.483.986-7
3	Ana Mayra Gutiérrez	14.646.482-3	11	Antonieta Ponce de León (Ekhos)	14.633.867-4
4	Elena Briones	10.540.177-9	12	Pamela García (Ekhos)	7.383.764-2
5	Cecilia Miranda	9.474.550-0	13	Paulina Acuña (Ekhos)	16.936.811-2
6	Rocío Herrera	16.210.798-4	14	Valentina Silva (Ekhos)	17.356.319-1
7	Ximena González	10.489.085-7	15	Magdalena Álvarez (Ekhos)	16.015.071-8
8	Vilma Sierra	9.122.214-0			

4. ESTADO FINAL DE LA MUESTRA

- La muestra del piloto contemplaba 89 casos, de los cuáles se obtuvo un 78,6% de logro (70 casos). Cifra similar al logro final del estudio.

- Las encuestas que no pudieron realizarse (y que no fueron rechazos), corresponden a casos en los cuales se detectó cambio de domicilio a dirección desconocida, persona inubicable, cambio de ciudad y domicilio sin moradores ni teléfonos de contacto luego de las revisitas definidas.

- En dichos casos, se realizó una búsqueda de información secundaria en la que se obtuvo (en la mayoría de los casos) la misma dirección registrada en la base de datos de contacto y no alguna alternativa.

	Muestra final	
Estado encuestas	**N**	**%**
Encuestas realizadas	70	79%
Encuestas agendadas	1	1%
En proceso de visitas y revisitas	0	0%
Rechazo	2	2%
Otros (cambio domicilio, casa abandonada, en búsqueda de información secundaria)	16	18%
Total	**89**	**100%**

5. TIEMPOS DE APLICACIÓN

- La duración promedio de la encuesta piloto fue de **43,41 minutos**.

- La aplicación que menos duró fue de 12 minutos (encuestado dependiente y un único integrante en el hogar). Por el contrario, la de mayor duración fue de 1 hora con 37 minutos debido a la extensión del grupo familiar y la presencia de la ocupación de independiente.

Tabla N°3. Descriptivos duración de encuesta pre test

N	Min	Máximo	Media
70	12	1,37	43,41

- Los módulos que más demoraron (proporcionalmente a la encuesta) son aquellos en los que deben realizarse cálculos de montos (módulo H y módulo I).

- Cabe agregar que en algunos casos las personas entrevistadas entregaron otro tipo de información sobre el emprendimiento, lo cual incidió en algunas ocasiones en alargar las entrevistas.

5. CAPACITACIÓN

CAPACITACIÓN
Información general

- El proceso de capacitación se realizó en diversas instancias del trabajo de campo. Al inicio, se llevaron a cabo 2 capacitación generales y luego se realizaron 2 capacitaciones adicionales para incorporar a otros encuestadores que se sumaron en el transcurso del proyecto.

- Las capacitaciones fueron impartidas por el equipo de Estudios de la consultora con la participación y apoyo del equipo de la U. Chile y duraron un día completo cada una. Estas fueron realizadas en salas especializadas para capacitaciones.

- Se construyeron presentaciones, manuales y dinámicas ad-hoc para transmitir correctamente los lineamientos. Todo el material fue enviado oportunamente al equipo de la Universidad de Chile.

- La fecha de las capacitaciones y la cantidad de participantes que rindieron la prueba final para participar fueron las siguientes:

	Fecha capacitación	Cantidad de Encuestadores/as
Capacitación General 1	6 de Septiembre	21
Capacitación General 2	12 de Septiembre	28
Capacitación Focal 3	30 de Septiembre	7
Capacitación Focal 4	5 de Noviembre	10
	Total Capacitados	66

CAPACITACIÓN
Información general

- Para guiar la capacitación se utilizó un a presentación en formato PPT que se encuentra en anexos. Adicionalmente se usaron diversas dinámicas para simular aplicaciones, lecturas, llenados de cuestionarios, entre otros.

- Los encuestados tuvieron que realizar una prueba final para medir los conocimientos adquiridos durante la jornada. En total sólo aprobó el 85% de los capacitados. Dentro de los aprobados algunos debieron recibir refuerzos en los aspectos evaluados más débil.

- Las diversas pruebas utilizadas, se encuentran en anexos.

	Fecha capacitación	Cantidad de Encuestadores/as	Encuestados quiz aprobados	% Aprobados
Capacitación General 1	6 de Septiembre	21	16	76%
Capacitación General 2	12 de Septiembre	28	23	82%
Capacitación Focal 3	30 de Septiembre	7	5	71%
Capacitación Focal 4	5 de Noviembre	12	12	100%
	Total Capacitados	66	56	85%

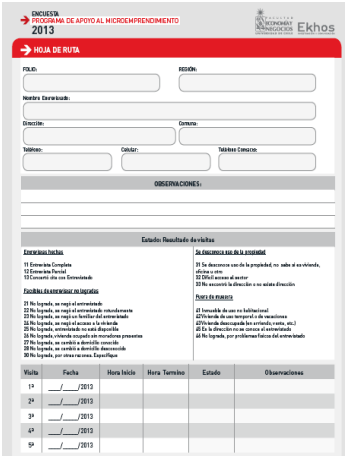
CAPACITACIÓN
Protocolo de capacitación

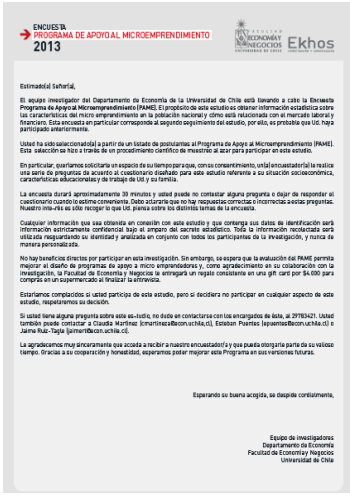
- El protocolo de la capacitación fue la siguiente, cada módulo fue preparado y aplicado con el objetivo de entregar conocimientos teóricos, prácticos y medirlos finalmente el test para identificar que aspectos eran necesarios reforzar en los encuestadores:

1 Hora	INTRODUCCIÓN ESTUDIO
45 minutos	MODULO DE REVISIÓN DE CONSENTIMIENTO INFORMADO
1 hora 45 minutos	MÓDULO REVISIÓN DE INSTRUMENTO
	BREAK
1 hora y 30 minutos	SIMULACIÓN DE APLICACIÓN DE ENCUESTA / ROLE PLAYING
1 hora	ORGANIZACIÓN DEL TRABAJO DE CAMPO
30 minutos	CUESTIONARIO PARA ENCUESTADORES
30 minutos	ASPECTOS ADMINISTRATIVOS CONDICIONES DEL TRABAJO

CAPACITACIÓN

Principales insumos y material del estudio





2	4	8359547-7	8359547	7	MARIA ELIZABETH	ORTIZ	GONZALEZ	4136	CARTAGENA	CARTAGENA 4136	CERRILLOS
3	186	9975431-1	9975431	1	MARISOL KARINA	MUNOZ	NAVARRO	4305	CLOTARIO BLEST	CLOTARIO BLEST 4305	PEDRO AGUIRRE CERDA
4	816	8899248-2	8899248	2	EXEQUIEL ESDRAS ABDIAS	SCHULZ	VERA		FUNDO LA ESPERANZA S/N	FUNDO LA ESPERANZA S/N	PADRE HURTADO
5	836	14506626-3	14506626	3	JOHANNA GUISELA	GUERRERO	SOLIS	3200	CAMINO LAS VIOLETAS KILOMETRO	CAMINO LAS VIOLETAS KILOMETRO 3200	PADRE HURTADO
6	838	14567982-6	14567982	6	ANGIE FABIOLA	ROJAS	NAVARRO	1	FUNDO STA LAURA PARCELA	FUNDO STA LAURA PARCELA 1	PADRE HURTADO
7	841	15402569-3	15402569	3	HELIA GUACOLDA	ZUNIGA	ZUNIGA	7	LOS AROMOS SITIO	LOS AROMOS SITIO 7	PADRE HURTADO
8	1046	10456086-5	10456086	5	MANUEL JESUS	GUTIERREZ	URBINA	17	EL PERALITO PARCELA	EL PERALITO PARCELA 17	PUDAHUEL
9	1117	16712449-6	16712449	6	MARIA INES	ASTUDILLO	ASTUDILLO	34	LUIS CRUZ MARTINEZ PARCELA	LUIS CRUZ MARTINEZ PARCELA 34	PUDAHUEL
10	1278	15398900-1	15398900	1	JOHANNA GERTY	TELLEZ	MALDONADO	467	LAGO BANGUELO	LAGO BANGUELO 467	CERRO NAVIA
11	1900	10844116-K	10844116	K	GUILLERMINA DE LAS NIEVES	DUARTE	MATURANA	4	VILLORIO	VILLORIO 4	TALAGANTE
12	1906	11692135-9	11692135	9	MIRIAM ELVIRA	SEPULVEDA	APABLAZA	3853	UNO ORIENTE	UNO ORIENTE 3853	PEDRO AGUIRRE CERDA
13	2	6579769-0	6579769	0	CECILIA DEL CARMEN	GONZALEZ	JERIA	7081	PUANGUE	PUANGUE 7081	CERRILLOS
14	3	6984514-2	6984514	2	MARIA ELIANA	MONTES	MARTINEZ	1743	CRITIAS	CRITIAS 1743	CERRILLOS
15	6	11500817-K	11500817	K	OLGA DEL CARMEN	SALDIAS	FIERRO	1715	CRITIAS	CRITIAS 1715	CERRILLOS

Ekhos
INVESTIGACIÓN + COMUNICACIÓN

6. VALIDACIÓN Y SUPERVISIÓN

VALIDACIÓN Y SUPERVISIÓN
Validación

1. Cada encuesta pasó por un doble proceso de validación.

2. Primero los jefes de grupo aplicaban una ficha de revisión. (adjunta en anexos). Esto determinaba si las encuestas eran aceptadas o debían recuperar algún dato (telefónica o presencialmente). Ver lámina 35 flujo de trabajo.

3. Luego, las encuestas pasaron a codificación donde nuevamente eran revisadas y si se requería, devueltas al equipo de terreno. De lo contrario se codificaban.

4. Si estaban sorteadas para supervisión o requerían ser supervisadas por otros motivos las encuestas pasaban a supervisión. De lo contario directamente a digitación.

5. En anexos, se incluye la ficha de revisión y validación utilizada.

6. Cabe destacar que la toma de fotografías con la giftcards es central en el proceso de supervisión y el 95,8% de los encuestados 1440 encuestados, aceptó tomarse la foto. Sólo 63 casos 4,2% no quiso hacerlo. Una selección de dichas encuestas fueron supervisada telefónicamente bajo la categoría “otros motivos” y se corroboró que las encuestas fueron realizadas y efectivamente no accedieron a ser fotografiados/as

VALIDACIÓN Y SUPERVISIÓN
Definiciones

1. **TIPO DE SUPERVISIÓN:** los tipos de supervisiones definidos para este estudio fueron 3:

   a) **Supervisión Sombra:** o acompañamiento de los encuestadores en terreno para la observación de la aplicación de encuesta y el proceso de contacto. Se realizó durante las primeras salidas a terreno de encuestadores y se llenaron fichas de evaluación de cada supervisión.

   b) **Supervisión Telefónica:** supervisión aleatoria de casos a través de una ficha y cuestionario de supervisión que se le aplicaba a los encuestados.

   c) **Supervisión en terreno:** supervisión de casos que requirieron ser visitados en terreno para recuperación de o no contacto a través de los datos telefónicos.

2. **MOTIVOS DE SUPERVISIÓN:** la supervisión de las encuestas se realizó a lo largo de todo el estudio, aunque dependiendo de la etapa con énfasis en diversos motivos:
   1. Al inicio para garantizar el buen desempeño en las primeras aplicación y realizar corrección temprana.
   2. Luego de forma aleatoria para garantizar la supervisión de un mínimo de encuestas por ruta.
   3. Finalmente, otro motivos como abandono de los encuestadores, rechazos, etc.

3. FECHAS DE SUPERVISIÓN:

- **Sombra** La supervisión sombra fue realizada desde el 16 de Septiembre hasta el día 13 de noviembre, después de la última capacitación que se realizó el 5 de noviembre.

- **Telefónica:** La supervisión telefónica se realizó desde 4 de noviembre hasta el 27 de diciembre, inclusive.

- **Terreno:** la supervisión en terreno fue realizada desde el día 17 de diciembre hasta la finalización del estudio (31 de diciembre, inclusive).

VALIDACIÓN Y SUPERVISIÓN
Muestra

4. **MUESTRA SUPERVISADA:** un 37,25% de la muestra fue supervisada, lo que equivale a 560 casos de 1503. Esto supera lo comprometido en el contrato.

De las 122 rutas, 117 rutas fueron supervisadas de forma telefónica y en terreno. Es decir, se supervisaron casos de un 95,9% de las rutas.

Motivo de supervisión	Tipo de supervisión				
	Sombra	**Telefónica**	**Telefónica + sombra**	**Telefónica + terreno**	**Total general**
Sorteo Aleatorio	75	286	24	5	390
Acompañamiento	**93**	**0**	**0**	**0**	**93**
Otros Motivos	18	53	4	2	**77**
Total	**186**	**339**	**28**	**7**	**560**

- Un porcentaje de casos seleccionados aleatoriamente no pudo ser supervisado por problemas con los datos de contacto. Esos casos, se revisaron las fotografías y se supervisó otros porcentaje de las mismas rutas y encuestadoras.

- Dentro de las supervisión no se detectaron encuestas no realizadas. Y sólo en algunas se detectaron algunas discrepancias en datos que fueron corregidos.

Ekhos
INVESTIGACIÓN + COMUNICACIÓN

7. BASE DE DATOS: CODIFICACIÓN Y DIGITACIÓN

BASE DE DATOS
Codificación

- Una vez que las encuestas se encontraban validadas por los jefes de grupo, pasaron a proceso de revalidación y codificación.

- En el caso de la encuesta de Apoyo al Microemprendimiento, se codificaron las siguientes variables:

Variable	Base de datos	Registro de código
Comuna	Base de datos de contacto	Módulo: Datos de contacto, registro en la misma variable.
Región	Base de datos de contacto	Módulo: Datos de contacto, registro en la misma variable.
Ocupación u oficio	Preguntas D5.1 y D10.1 del cuestionario, Base de datos Hogares	Variables Cod. D5.1 y Cod. D10.1 respectivamente.

Las preguntas D5.1 y D10.1, referentes a la ocupación u oficio de los miembros del hogar se codificó de acuerdo al libro de códigos ISCO-08.

BASE DE DATOS
Registros

- La programación para la digitación de bases de datos se realizó en el programa Gandia BarbWin, para luego proceder a la digitación de las **1503** encuestas.
- La digitación estuvo a cargo de dos digitadores con experiencia en el programa.
- El periodo de digitación comienza el 11 de Noviembre del 2013 y finaliza el 31 de Diciembre de 2013.
- La digitación fue doble y se digitaron paralelamente 4 bases de datos detalladas a continuación:

	Bases de datos	
	N°1 y N°2 Hogares	N°1 y N°2 Entrevistados
Preguntas	Desde A1 hasta E1.0 (T)	Desde G0 hasta T4
Variables sin datos de registro (Folio, Horas y anotaciones)	31	317
Total Variables en base de datos	34	331
Carillas en Papel	5	9
Cantidad de Módulos	4	5
Total Casos	6524	1503
Total Registros	221.816	492.984

BASE DE DATOS
Lineamientos

- Antes de iniciar la digitación, se realizó una capacitación a los digitadores indicando el procedimiento de llenado del programa de digitación y la entrega de digitaciones.

- Los acuerdos generales de digitación fueron los siguientes:

	Instrucciones de Digitación
N°1 y N°2 Hogares	• Se digitan las horas en formato 24hrs y con dos puntos, ejemplo: 16:21. • Todas las variables que refieren a montos en pesos se digitan sin puntos, ejemplo: $200.000 es 200000. • La Anotaciones se escriben textual a lo que anota el encuestador. • Las especificaciones del Módulo M (M34 y M35) también se escriben textual.
N°1 y N°2 Entrevistados	• Las horas semanales (variable D6) se digitan como número entero, ejemplo: 45. • Se digita el mismo folio las veces necesarias dependiendo de cuantas personas hay en el hogar. • Las variables D5.1 y D10.1 se digita de manera textual a lo registrado por el encuestador. • Todas las variables que refieren a montos en pesos se digitan sin puntos, ejemplo: $200.000 es 200000.

La «Guía de Digitación» y el Libro de Traspasos se adjunta en Anexos:

BASE DE DATOS
Etapas y entregas de la digitación

- En la medida que la digitación fue llevada a cabo, cada cierto porcentaje se realizó una revisión y entrega hacia el equipo. Las etapas de digitación y revisión se detallan a continuación.

	BD HOGARES			
	Cantidad de Casos digitados	Registros	Discrepancias	Porcentaje de Error
Etapa 1 / 16% de los casos	1118	38.012	109	0,29%
Etapa 2 / 28% de los casos	2022	68.748	60*	0,09%
Etapa 3 / 53% de los casos	3827	126.291	125	0,10%
Etapa 4 / 100% de los casos	6524	221.816	237	0,11%
Etapa 5 / 100% de los casos	6524	221.816	0	0%

	BD ENTREVISTADOS			
	Cantidad de Casos digitados	Registros	Discrepancias	Porcentaje de Error
Etapa 1 / 16% de los casos	240	79.200	155	0,2%
Etapa 2 / 28% de los casos	420	138.600	168	0,12%
Etapa 3 / 53% de los casos	800	264.000	332	0,13%
Etapa 4 / 100% de los casos	1503	492.984	732	0,15%
Etapa 5 / 100% de los casos	1503	492.984	0	0%

*Las Discrepancias disminuyeron en la etapa 2 debido a la limpieza de la variable D5.1, la cual concentraba más de 100 discrepancias al comparar los 420 casos de la Etapa 2.

8. OBSERVACIONES

OBSERVACIONES
Comentarios finales

- Durante todo el proceso de terreno se fueron incorporando mejoras y progresivamente se fue mejorando el trabajo de campo y la sistematización. Al inicio del campo se comenzó en marcha blanca y una adaptación al estudio para comenzar a funcionar correctamente en régimen.

- Las mayores dificultades del proceso de campo radicaron en la variabilidad y productividad de equipo de encuestadores que implicó la extensión del tiempo de trabajo de campo.

- Como una dificultad adicional nos encontramos con los problemas de contacto (cambios de domicilios) con los encuestados lo que dificultó la llegada a ellos pero pudimos mejorar con la gestión de contacto en fuentes secundarios

- Se observaron bajas tasas de rechazo y una buena recepción de parte de los/as encuestados.´

- El equipo tuvo algunos problemas de seguridad en sectores determinados y tuvimos pérdida de material (2 cámaras y giftcards) que fue repuesto.

- El proceso de sistematización y digitación de base de datos se desarrolló sin ningún inconveniente y bajas tasas de discrepancias lo que permitió la entrega de bases de datos en óptima calidad de datos y consistencias.

- El equipo de Ekhos queda disponible para resolver dudas y aportar al proceso de análisis que requiera ser explicado y complementado con información del desarrollo del trabajo de campo.