

# La duración del cuestionario y la “No respuesta” en la encuesta telefónica

Soc. Eduardo Bottinelli  
Soc. Nadia Mateo



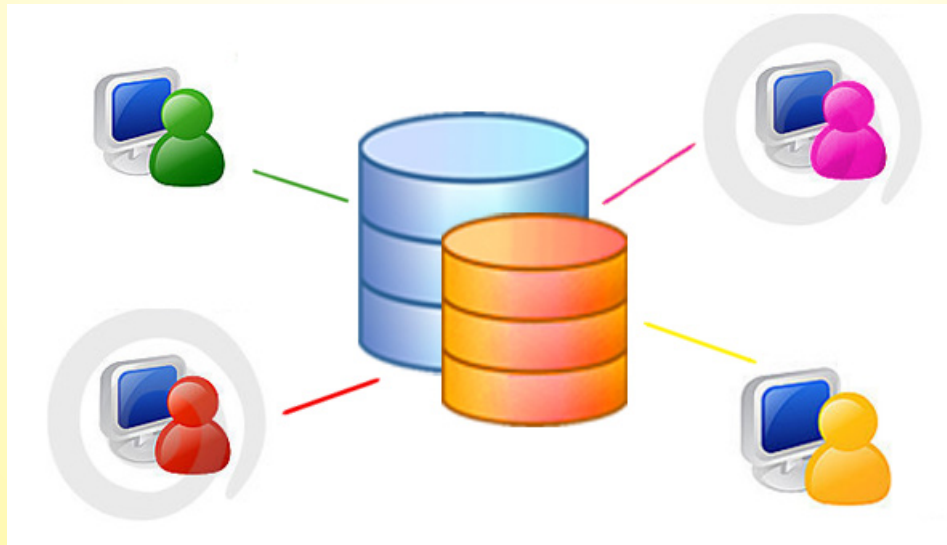
# Objetivos

- Analizar la “No respuesta” en encuestas telefónicas sociales, de interés general y de mercado 2010-2011.
  - Explorar la “no respuesta” a la llamada telefónica.
  - Analizar el grado de rechazo e interrupción a las encuestas.

**Buscando encontrar motivos y patrones de comportamiento que lleven al aumento o disminución de la no respuesta.**

# Metodología

- Análisis de datos recolectados en encuestas telefónicas de investigaciones sociales, de interés general y mercado realizadas por FACTUM durante 2010 y 2011.



# Encuesta telefónica

- Encuesta aplicada a través del teléfono:
  - Encuestador ausente
  - Interacción entre encuestador y encuestado a través de línea telefónica
  - Aplicación a través del sistema CATI (Computer Assisted Telephone Interviewing)



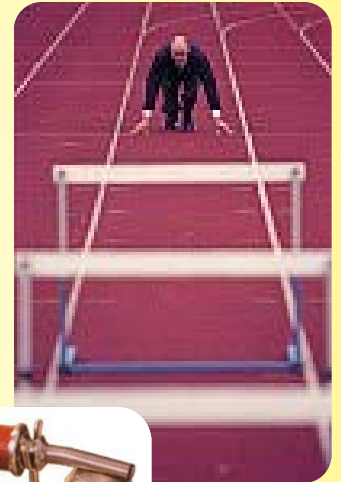
# Encuesta telefónica

VENTAJAS	DESVENTAJAS
<ul style="list-style-type: none"><li>• Facilidad de acceso a la población</li><li>• Reducción de costos y tiempos</li><li>• Dispersión muestral a bajo costo</li><li>• Mejor calidad de recolección, principalmente en algunas temáticas (deseabilidad social).</li><li>• Mejor supervisión del trabajo de campo</li><li>• Mayor facilidad para recontactar a los encuestados.</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Menor cobertura que la puerta a puerta (porcentaje de hogares con teléfono fijo)</li><li>• Más facilidad para el rechazo e interrupciones (barreras)</li><li>• Necesidad de cuestionarios más cortos con preguntas formuladas de manera clara y concisa para el entendimiento más fácil.</li><li>• Imposibilidad de utilizar ayudas visuales.</li></ul>

# No respuesta a la llamada

Esta es la primera barrera a enfrentar, donde hay que intentar matizar los sesgos que se pueden generar a partir de la sobrerrepresentación de algunos perfiles sobre otros.

Es necesario tomar medidas.  
Ejemplo: realizar los estudios durante los fines de semana o después de las 18.00 en días laborables.



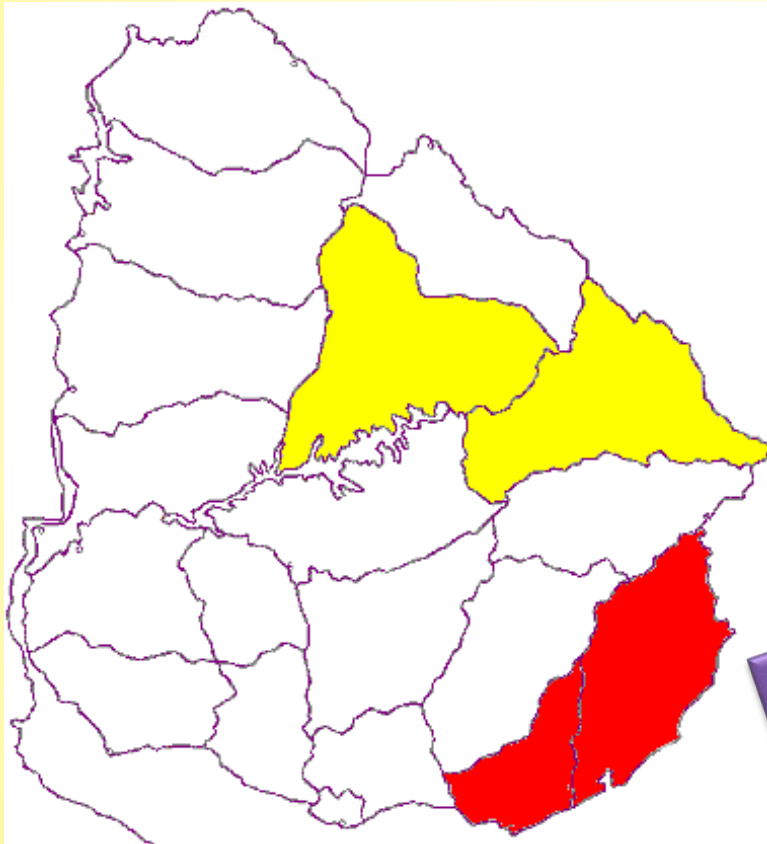
# No responde la llamada

Los miércoles es el día que se da mayor tasa de respuesta.

Siendo el domingo, el día de menor tasa.

Entre 2010 y 2011 se visualiza un pequeño aumento en la tasa de no respuesta (fenómeno que se ha visto en los últimos años).

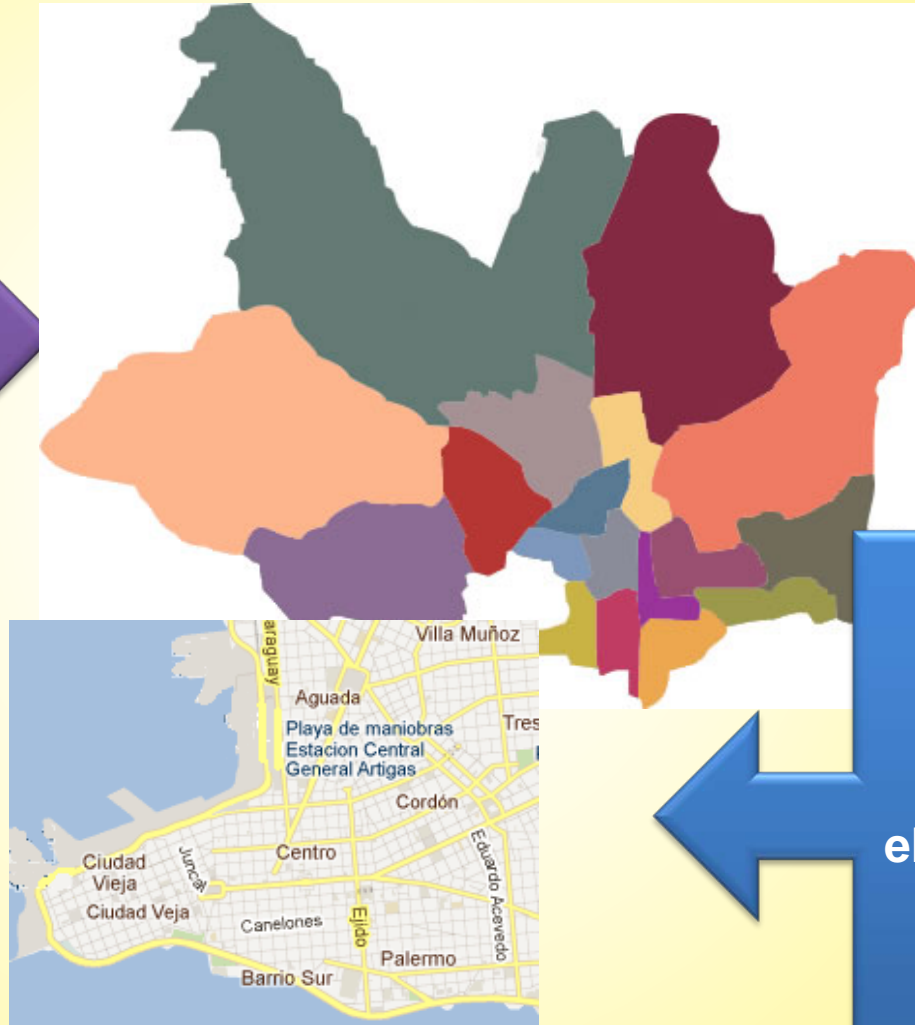
# No respuesta la llamada - interior





# No respuesta a la llamada - Montevideo

Centro, C. Vieja  
Cordón y el Palacio



Empresas  
como otro  
elemento que  
impacta.

# El contesta

Luego de alcanzar el contacto con algún habitante del hogar.

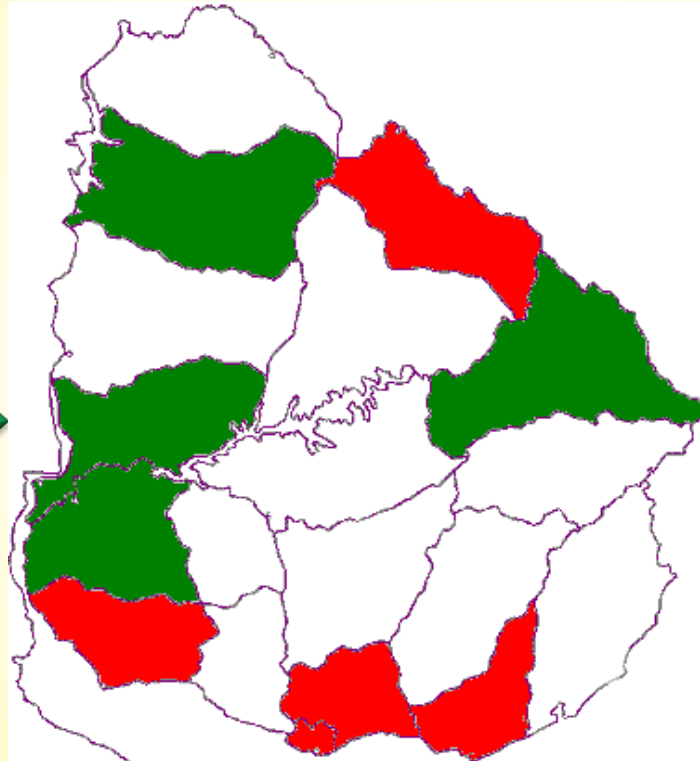
Segundo problema

Rechazo a la encuesta y la interrupción luego de comenzada.



# El contesta en el país

El departamento de Artigas, en las ciudades de Salto, Dolores, Fray Bentos y Melo es donde se registra el mayor porcentaje de encuestas completas.



En el departamento de Maldonado, las ciudades de Rivera, Carmelo, Nueva Palmira y Canelones hay mayor porcentaje de rechazos e interrupciones

# El contesta en Montevideo



**Centro, Punta Carretas y Pocitos son los barrios de Montevideo con mayor rechazo. Son barrios que se caracterizan por el difícil acceso (ej. edificios)**

# El contesta

## Encuestas Completas



**A mayor duración menos encuestas completas**

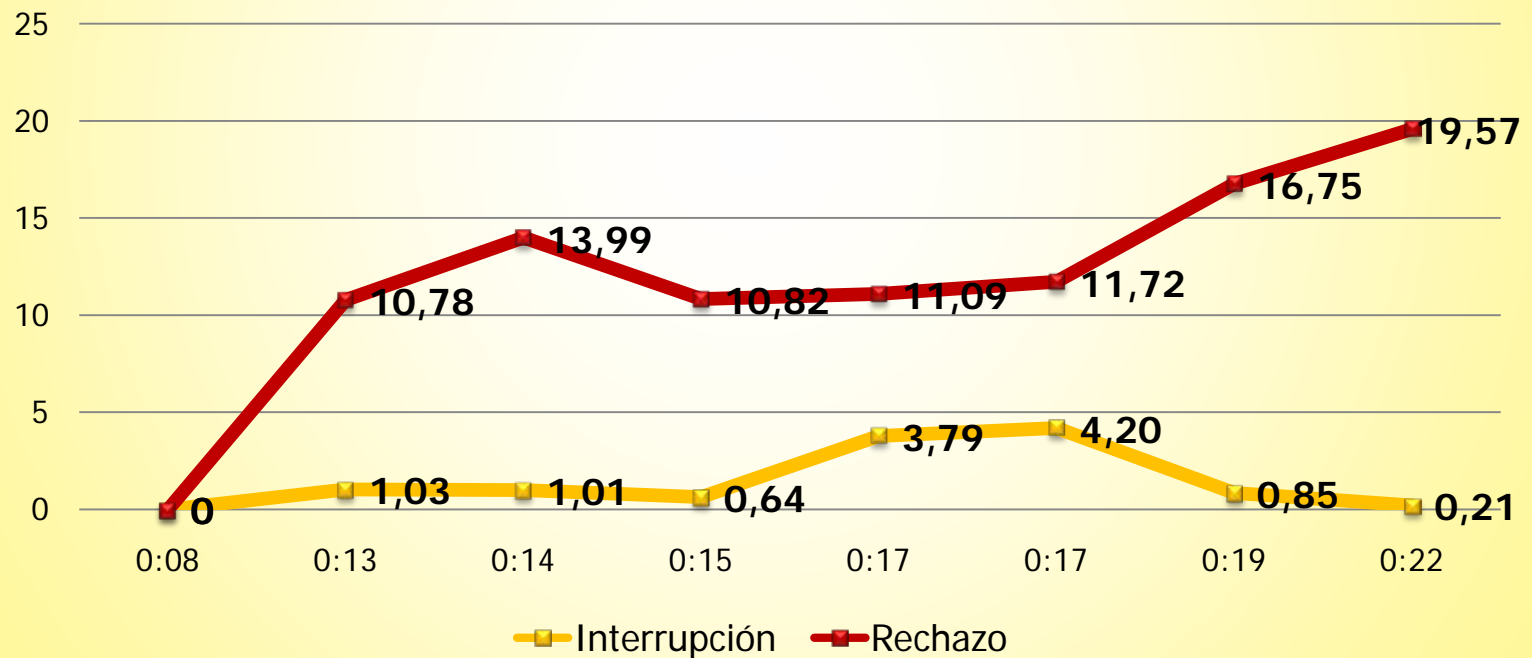
**Encuesta realizada en Abril de 2010. Efecto cansancio electoral. Municipales con record de voto en blanco y anulado.**

Diferencias en puntos porcentuales de las encuestas completas entre la encuesta de menor duración y el resto

# El Rechazo

A mayor duración, mayor cantidad de rechazos (comunicación e importancia del campo)

## Interrupciones y Rechazos



Diferencias en puntos porcentuales de rechazos e interrupciones entre la encuesta de menor duración y el resto

# El contesta y el rechazo

En general, encuestas sociales y de interés general tienen menor rechazo que la investigación de mercado.

La duración del cuestionario (aumento de rechazos) conspira contra la muestra original – menor tasa de encuestas completas, mayor tasa de rechazos

**SIN EMBARGO**, la proporción de rechazos e interrupciones está mucho más afectada por la **DURACIÓN** que por la temática de la encuesta.



# Conclusiones

- No hay dudas que las encuestas telefónicas siguen siendo útiles, son atractivas en tanto son más rápidas y menos costosas que las cara a cara, sin embargo...
- Hay que tomar recaudos y no trivializar el "no contesta", tratando de evitar sesgos importantes de la muestra.
- Se pueden aplicar técnicas metodológicas y estadísticas para resolver estas dificultades. Hay que combinar:
  - horario de realización de encuestas
  - cuestionarios adecuados
  - ponderadores



# Conclusiones

- La realización de encuestas telefónicas de corta duración (menos de 15 minutos), hace que la tasa de rechazos e interrupciones sea más baja. Esto tiene como resultado menor desviación de muestra, menor costo y en definitiva mayor eficiencia.

- Cuestionarios más cortos probablemente recojan menor cantidad de información, pero significa mejor información.

Existe una relación entre largo de la encuesta y aumento de los rechazos, que en principio no puede ser atribuible a los encuestados porque no conocen el largo de la entrevista, por lo que el dato sugiere un **desgaste del encuestador** que determina aumente el número de rechazos.

**Muchas gracias**

# La duración del cuestionario y la “No respuesta” en la encuesta telefónica

Soc. Eduardo Bottinelli  
Soc. Nadia Mateo

