

## **Informe de Resultados Corte Transversal**

---

### **ENCUESTA VOZ DE MUJER 2011**

**Departamento de Economía**  
Universidad de Chile

Diagonal Paraguay 257, torre 26,  
of. 1601 - Santiago, Chile

☎ (56-2) 978 34 21

[www.microdatos.cl](http://www.microdatos.cl)

Junio, 2012

## Índice

---

Índice .....	2
1. Presentación .....	4
2. Objetivos .....	7
3. Marco y Diseño Muestral .....	8
3.1. Población Objetivo y cobertura del Estudio .....	8
3.2. Marco Muestral y su Actualización .....	9
3.3. Unidades Muestrales y Probabilidad de Selección .....	10
3.4. Tamaño y Error Muestral .....	11
3.5. Ponderación de los datos .....	13
4. Diseño del Cuestionario .....	18
4.1. Reunión con Expertos .....	18
4.2. Encuesta Piloto .....	19
4.2.1. Proceso de Reclutamiento y Selección de Encuestadores Prueba Piloto .....	20
a) Perfil de los Encuestadores Seleccionados .....	20
b) Capacitación de Encuestadores .....	21
4.2.2. Reporte Trabajo de Campo Prueba Piloto .....	21
a) Organización del Trabajo de Campo .....	22
b) Descripción del Trabajo de Campo .....	22
c) Supervisión del Trabajo de Campo .....	23
d) Tiempos de la Entrevista .....	23
e) Resultados del Trabajo de Campo .....	24
4.2.3. Análisis de los datos de la Prueba Piloto .....	25
4.2.4. Recomendaciones de Ajuste del Cuestionario .....	30
a) Focus Group Encuestadores .....	30
b) Reunión con Comunidad Mujer .....	31
5. Proceso de Reclutamiento y Selección de Encuestadores .....	34
5.1. Perfil de los Encuestadores Seleccionados .....	35
5.2. Capacitación de Encuestadores .....	37
6. Reporte Trabajo de Campo .....	39
6.1. Organización del Trabajo de Campo .....	39
6.2. Descripción del Trabajo de Campo .....	40
6.3. Supervisión del Trabajo de Campo .....	40
6.4. Resultados del Trabajo de Campo .....	43

6.5. Análisis No Respuesta .....	45
7. Análisis de los datos de la Encuesta .....	49
8. Anexos .....	59

---

## 1. Presentación

---

Una de las tendencias más significativas de los mercados del trabajo en América Latina en las últimas décadas ha sido el importante incremento en la participación laboral femenina, la cual se encuentra cercana al 53% a nivel regional (Anuario CEPAL 2010).

Parte de esta incorporación de la mujer al mercado de trabajo se explica por los crecientes niveles de educación de la mujer. Sin embargo, a pesar de estas tendencias favorables, la participación femenina continúa siendo baja de acuerdo a los estándares internacionales. Más aun, los promedios nacionales esconden una importante heterogeneidad por niveles de educación y de ingreso, donde las mujeres menos educadas y más pobres tienen tasas de participación y de empleo significativamente más bajas que aquellas con mayor educación y riqueza. Estas brechas de participación contribuyen a los elevados niveles de desigualdad del ingreso de la región (IPES 2006). Una mayor equidad de género podría contribuir al crecimiento y a la reducción de la pobreza (Morrison et al. 2007). Todas estas razones explican el interés de los gobiernos de la región por apoyar la participación laboral y mejorar las condiciones de trabajo de las mujeres de bajos ingresos.

Chile presenta resultados globales que lo destacan sobre otros países de América Latina y el Caribe, tanto por su manejo macroeconómico, la calidad de sus instituciones, marcos regulatorios, altos niveles de transparencia y mercados eficientes. Según el Índice de Competitividad Global (ICG) 2010-2011 Chile ocupa el lugar 30 de 139 países a nivel mundial. Sin embargo, aún tienen tareas pendientes que deberá enfrentar para dar un salto al desarrollo. En relación a esto, el ICG indica que la participación laboral de la mujer es uno de los tres indicadores con mayor oportunidad de mejora que tiene nuestro país.

La generación de conocimiento sobre la relación entre las tareas de cuidado de niños y adultos y la inserción laboral de la mujer, es un tema de investigación prioritario para Latinoamérica. El fortalecimiento de la comprensión de esta relación permite incrementar la capacidad para diseñar políticas sociales y programas que tomen en cuenta las necesidades y las preferencias de las mujeres.

Un análisis preliminar de las encuestas de hogares de la región, revela la dificultad de lograr avances al conocimiento en esta área con la información existente, dada la falta de preguntas que indaguen sobre el tema del cuidado de personas

dependientes en las encuestas de hogares. Para subsanar este vacío de información se levantará la segunda ronda de la "Encuesta Voz de Mujer" con nuevas preguntas que abarcan este tema.

ComunidadMujer es una organización chilena privada sin fines de lucro, creada el año 2002, cuya misión es facilitar la participación de la mujer en el mundo laboral en condiciones dignas y la integración armónica entre el trabajo, vida familiar y personal. ComunidadMujer apunta a recoger y articular las demandas de las mujeres a través del proyecto "Voz de Mujer". Para ello en 2009 y con el auspicio del Banco Interamericano del Desarrollo (BID) se logró recoger de manera sistemática y representativa, a través de una encuesta nacional urbana, las inquietudes, realidades, necesidades, preferencias y opiniones de las mujeres chilenas. Trabajo que fue asignado por ComunidadMujer con recursos del BID al Centro de Microdatos, quien realizó el levantamiento de la primera encuesta nacional mujer y trabajo: "Voz de Mujer Bicentenario".

La encuesta "Voz de Mujer" está siendo ampliamente utilizada por investigadores para analizar la situación de la mujer en el mercado laboral. Adicionalmente, académicos consultados, destacan que sería provechoso contar con un panel de esta encuesta, con el objeto de obtener información más detallada de la evolución de la situación de la mujer en el mercado del trabajo. Por esto, dado el impacto obtenido y las sugerencias realizadas por el Gobierno chileno, miembros de la sociedad civil y la academia, el Banco Interamericano del Desarrollo, ha decidido apoyar a ComunidadMujer a realizar un segundo levantamiento panel en base a la muestra 2009, de esta forma será posible contribuir de manera importante al diagnóstico de la situación laboral y de cuidado de las mujeres chilenas.

Para el levantamiento se requirió implementar una encuesta panel basada en la muestra original, compuesta por 2992 entrevistadas en 2009 y sus respectivos hogares. A partir de 2011, este panel debería entregar información dinámica de constitución de procesos, que permita analizar longitudinalmente la dinámica o persistencia de ciertas condiciones de vulnerabilidad de estos hogares y especialmente de las mujeres entrevistadas, y así entender fenómenos longitudinales.

Adicionalmente, esta encuesta es representativa del corte transversal 2011, esto es, de todas las mujeres de 18 a 67 años residentes de hogares particulares de Chile urbano. Para esto fue necesario incorporar una muestra de refresco, que

permitió reemplazar la corte de mujeres de 18 y 19 años perdida por envejecimiento o atrición entre 2009 y 2011.

## 2. Objetivos

---

Este estudio tiene por objetivo general realizar el levantamiento de la segunda ronda de la encuesta “Voz de Mujer”, para tener información en un segundo momento del tiempo. Ello permitirá recolectar antecedentes necesaria para potenciar el análisis de la dinámica laboral de las mujeres residentes en Chile. Adicionalmente se actualizará la muestra para lograr representatividad transversal para el grupo entre 18 y 67 años.

El objetivo específico es la aplicación por segunda vez de una encuesta que se diseñó y aplicó en 2009. En ese momento, se trató de una encuesta probabilística a mujeres, de representatividad nacional, en Chile urbano, específica sobre el acceso laboral de las mujeres, las condiciones laborales y el proceso de conciliación trabajo-familia. De esta manera, se obtiene información de alta calidad para analizar el empleo de las mujeres y su relación con diversos factores individuales y de su entorno familiar y social. En la versión 2011 de esta encuesta, se incluyeron preguntas para analizar el efecto que tiene el cuidado de los hijos en edad pre y post escolar, el apoyo en caso de enfermedad, las labores domesticas y las políticas de cuidado infantil, sobre la inserción laboral femenina.

### 3. Marco y Diseño Muestral

Para cumplir con los objetivos establecidos en la sección dos, se encuestó a una muestra de mujeres entre 18 y 67 años cumplidos a Noviembre de 2011, residentes en zonas urbanas de Chile. La muestra se compuso de dos grupos de mujeres, el primero corresponde a aquellas que fueron encuestadas el año 2009 y el segundo, a una muestra de refresco que permite mantener la representatividad de corte transversal de 18 a 67 años, y a su vez cumplir con el panel de datos esperados con el seguimiento de las mujeres ya entrevistadas.

Mediante la aplicación de un cuestionario, se recolectó información detallada respecto al acceso de la mujer al mercado laboral, las remuneraciones, sus condiciones de trabajo, conciliación trabajo y vida privada y sobre el cuidado de personas dependientes.

A continuación se presentan todos los aspectos metodológicos relevantes en el Diseño Muestral de la segunda ronda de la Encuesta Voz de Mujer, 2011. Entre ellos podemos mencionar el universo y población objetivo del estudio, cobertura y marco muestral, tamaño muestral, unidades de muestreo y factores de expansión.

#### 3.1. Población Objetivo y cobertura del Estudio

Para cumplir con los objetivos del estudio, medir temas de acceso de la mujer al mercado del trabajo, remuneraciones y condiciones de trabajo de las mujeres, además de tópicos relacionados a conciliación familia y trabajo, respecto del universo de mujeres entre 18 y 67 años residentes de las zonas urbanas de las quince regiones de Chile, se realizó una estratificación de tipo geográfico, en donde las regiones del país fueron divididas en cuatro: Norte, Centro, Sur y Región Metropolitana, según muestra el siguiente cuadro:

Cuadro 1: Distribución de Mujeres entre 18 y 67 años por agrupación regional

Agrupación Regional	Población Femenina	Porcentaje
I a IV y XV	609.904	12%
V a VIII	1.579.123	31%
IX a XII y XIV	585.574	12%
Metropolitana	2.304.840	45%
Total	5.079.441	100%

Fuente: Elaboración Propia en base a Proyección de población para 2011 INE.



Este universo fue calculado a través de los datos entregados por el Instituto Nacional de Estadística (INE) de proyección de población femenina, residente en zonas urbanas que tienen entre 18 y 67 años, según se muestra en la **Cuadro 1**. En el cuadro se aprecia un total de 5.079.441 mujeres, el cual corresponde a la población que se pretende representar.

La muestra fue seleccionada con el objeto de representar a la población nacional residente en zonas urbanas tanto en corte transversal como en corte longitudinal. La muestra de corte transversal se compuso por todas las encuestas provenientes del panel y de la muestra de refresco, que corrige por atrición e incorpora mujeres de 18 y 19 años a la muestra (pérdidas debido a los dos años transcurridos de 2009 a 2011) lo que permite lograr la representatividad. La muestra longitudinal sólo se compuso de las personas que fueron entrevistadas en 2009.

### 3.2. Marco Muestral y su Actualización

El marco muestral de la Encuesta Voz de Mujer 2011, es el mismo utilizado en la muestra de la encuesta el año 2009. Sólo se define para la muestra de refresco, puesto que la muestra de panel proviene del año 2009. La muestra de refresco permite recuperar las muestras por atrición que se espera ocurran de manera uniforme en todas las edades de la entrevistada. Además se sobre representará a las mujeres con 18 y 19 años de edad para tener la representatividad requerida.

La muestra nueva de la Encuesta Voz de Mujer 2011 tiene por finalidad cubrir a la población que no podrá ser cubierta por el marco muestral de las mujeres que fueron encuestadas el año 2009.

- ✓ Al igual que el marco muestral de 2009, se utiliza el CENSO de población y vivienda del año 2002, a pesar de ser un marco muestral que sólo permite la selección de viviendas en múltiples etapas de muestreo y no permite seleccionar hogares con individuos de ciertas características especiales.

Asimismo, se excluyen comunas de difícil factibilidad operativa y localidades de difícil acceso, tales como: Ollagüe, Isla de Pascua y Juan Fernández, Lago Verde, Guaitecas, Chile Chico, O'Higgins, Tortel, Torres del Paine, Río Verde, Laguna Blanca, San Gregorio, Primavera, Timaukel, Cabo de Hornos, Antártica, Chaitén y Palena.

Para obtener un marco muestral secundario se realizó una selección geográfica desde el marco muestral del CENSO 2002 de acuerdo a las características

requeridas por el estudio y, a partir de ella, se realizó un empadronamiento de hogares dentro de las viviendas seleccionadas en base a la selección de las manzanas censales dentro de cada comuna y región en las zonas urbanas. El tomar esta opción permite tomar la encuesta sobre una población no encuestada anteriormente.

Además, el procedimiento antes descrito, permite actualizar el marco muestral con las nuevas construcciones que se han levantado desde la fecha del Censo hasta hoy, en cada una de las manzanas seleccionadas, pero no así la creación de nuevos segmentos. Se disminuyen así las posibilidades de sesgo por no cobertura de la población en las diversas áreas geográficas que requieren ser representadas en la muestra.

El proceso de empadronamiento y actualización de marco muestral, también permite identificar si las construcciones corresponden o no a viviendas, solucionando de esta forma el problema de incluir en el marco muestral a construcciones como recintos militares, cárceles, etc.

### **3.3. Unidades Muestrales y Probabilidad de Selección**

En el caso de la muestra de refresco se siguió el diseño muestral utilizado el año 2009 para lograr la comparabilidad.

El diseño muestral utilizado para la muestra de mujeres nuevas, tiene las siguientes características: es probabilístico, estratificado geográficamente y por tamaño poblacional en el área urbana, multietápico con probabilidad de selección de la Unidad Primaria de Muestreo con afijación proporcional al tamaño de las zonas geográficas en relación al número de viviendas disponibles en el marco muestral.

De acuerdo con los requerimientos de la contraparte, se realizó una primera estratificación de tipo geográfico para proporcionar estimaciones confiables a nivel zonas geográficas conformadas por regiones.

Para la selección de hogares y personas se requiere definir previamente las siguientes unidades muestrales:

- ✓ Unidad Primaria de Muestreo (UPM): La comuna dentro del estrato geográfico que en este caso está dado por cada una de las regiones del país.
- ✓ Unidad Secundaria de Muestreo (USM): La manzana censal dentro de la comuna seleccionada en primera etapa.

- ✓ Unidad Terciaria de Muestreo (UTM): El conglomerado o segmento compacto de viviendas dentro de una manzana censal.
- ✓ Última unidad de muestreo: Mujer entre 18 y 67 años seleccionada al interior del hogar a través de la tabla de Kish.

Dentro de cada una de las etapas de muestreo se realizó una selección aleatoria sistemática, con el objeto de asegurar una dispersión media en la selección, ya que con una muestra totalmente aleatoria se corre el riesgo de seleccionar unidades con distribución geográfica muy dispersa o bien muy concentrada dentro de cada región.

Respecto a la informante o entrevistada en cada uno de los hogares seleccionados, se seleccionó aleatoriamente dentro de cada hogar a una persona que cumpla con el requisito de edad de la muestra y que entregue información sobre sí misma y sobre las características generales de su hogar en el cuestionario de la encuesta, a través de una tabla de Kish especialmente acondicionada para este proyecto, en que asigna mayor probabilidad a las mujeres que tienen entre 18 y 19 años de edad, sin perder la aleatorización en la selección.

Luego, la unidad de selección será el hogar dentro de la vivienda y la unidad de análisis las mujeres entrevistadas dentro de cada uno de los hogares. De esta forma, el estudio se podrá efectuar a nivel de individuos (mujeres) y a nivel de los hogares de las mujeres, ya que ellas entregaron información acerca de cada uno de los integrantes de su hogar.

### **3.4. Tamaño y Error Muestral**

El tamaño muestral de la Encuesta Voz de Mujer 2011 se mantuvo en los 3000 hogares al igual que en el año 2009, basados en la siguiente estrategia de panel<sup>1</sup>:

- ✓ Se estimó que la tasa de respuesta de la muestra de panel de un 80% en promedio, lo que equivale en número a 2400 encuestas. Esto supone una tasa natural de atrición del 20%, basado en que es un panel después de dos años, en donde la primera ronda no se diseñó como una encuesta longitudinal, por lo que los datos de contacto de las personas son menos y que hubo un terremoto que abarcó gran parte del territorio que cubre la muestra.

---

<sup>1</sup> Las tasas de respuesta del panel serán presentadas en el informe longitudinal.

- ✓ Una muestra adicional que es un refresco equivalente al 20% de la población objetivo a entrevistar, es decir, se incluirían a la muestra 600 nuevas entrevistadas.

De esta forma, el diseño muestral de la Encuesta Voz de Mujer 2011 es comparable con la Encuesta Voz de Mujer 2009. Dado que se realizará en las mismas regiones que en la versión anterior, en zonas urbanas, y con un tamaño muestral de 3000 encuestas distribuidas de acuerdo a las zonas geográficas anteriormente definidas y además el 20% de la muestra nueva se seleccionará con el mismo procedimiento utilizado en la selección de la muestra de 2009.

Cuadro 2: Distribución de la muestra por agrupación regional

Agrupación Regional	Muestra 2011	Porcentaje
I a IV y XV	670	22%
V a VIII	974	32%
IX a XII y XIV	332	11%
Metropolitana	1.024	34%
Total	3.000	100%

Fuente: Elaboración Propia

El nivel de precisión, o margen de error, depende del diseño muestral empleado, principalmente de la forma de selección dentro del marco muestral disponible.

Cuando se cuenta con un marco muestral detallado, por ejemplo, el del Registro Civil para seleccionar personas, es posible realizar una selección aleatoria simple dentro de cada estrato en una sola etapa. Este es el escenario más favorable de todos los diseños posibles, ya que al agregar etapas, la expresión para calcular el margen de error es más compleja y aumenta fuertemente en función del número de etapas.

A continuación se presenta la expresión que relaciona el error muestral con el tamaño de la muestra cuando se utiliza Muestreo Aleatorio Simple (MAS), bajo los siguientes supuestos:

- ✓ Estimador de proporción
- ✓ Varianza máxima ( $p = q = 0,5$ )
- ✓ Nivel de Confianza 95% ( $z = 1,96$ )
- ✓ Población infinita

—  
—

Siendo:

e: Error muestral

n: Tamaño muestral

Si se utiliza como marco muestral el Censo de Población y Viviendas, la muestra a seleccionar es necesariamente multietápica y por lo tanto el margen de error muestral aumentará con respecto al MAS por efecto de la selección en conglomerados. El factor de incremento se denomina Efecto de Diseño y depende del coeficiente de correlación intraclase (que mide la homogeneidad interna del conglomerado) y el tamaño del conglomerado.

$$Deff = 1 + (M - 1) \rho$$

Siendo:

Deff: Efecto diseño

M: Tamaño del conglomerado

Rho: Coeficiente de Correlación Intraclase

A continuación se presenta la propuesta de distribución de la muestra donde el nivel de estimación esperado será: Por zona geográfica (agrupación de regiones) a nivel urbano. El cuadro 3, da cuenta del error a nivel de cada uno de los estratos (zonas).

Cuadro 3: Distribución de la Muestra, con representatividad nacional por zona geográfica a nivel nacional.

Agrupación Regional	Población Femenina	Tamaño Muestral	Error Muestral
I a IV y XV	609.904	670	3,8%
V a VIII	1.579.123	974	3,1%
IX a XII y XIV	585.574	332	5,4%
Metropolitana	2.304.840	1.024	3,1%
Total	5.079.441	3.000	1,8%

Fuente: Elaboración Propia en base a Proyección de población para 2011 INE.

### 3.5. Ponderación de los datos

En esta sección se detalla el procedimiento que se realizó para el cálculo de los factores de expansión de la muestra de Voz de Mujer 2011, en este caso, puesto

que se trata de una encuesta de panel, pero que tendrá representatividad de corte transversal, se debieron estimar dos tipos de factores, uno para cada tipo muestra.

En el caso de los factores de expansión de corte transversal, éstos se debieron ajustar por selección de la muestra, tal como se muestra a continuación:

i) Probabilidad de Selección de una Comuna

La selección de la comuna se realizó con probabilidad proporcional al número de viviendas particulares ocupadas con moradores presentes a la fecha del Censo de Población y Viviendas de 2002 de cada Comuna.

$$f_1 = c_h * \frac{M_{hc}}{M_h}$$

donde:

$c_h$  : número de comunas a seleccionar en el Estrato h.

$M_{hc}$  : viviendas de la Comuna c-ésima del Estrato h, según el Censo de 2002.

$M_h$  : viviendas en el Estrato h.

ii) Probabilidad de Selección del Sector i-ésimo, en la Comuna c del Estrato h.

$$f_2 = n_{hc} * \frac{M_{hci}}{M_{hc}}$$

donde:

$n_{hc}$  : manzanas seleccionadas en la Comuna c del Estrato h.

$M_{hci}$  : viviendas en el Sector i-ésimo de la Comuna c del Estrato h.

$M_{hc}$  : viviendas en la Comuna c del Estrato h.

iii) Probabilidad de Selección de una vivienda en cada Sector seleccionado.

$$f_3 = \frac{m_{hcl}}{M'_{hci}}$$

donde:

$m_{hcl}$  : viviendas seleccionadas en el Sector i-ésimo de la Comuna c del Estrato h.

$M'_{hci}$  : viviendas empadronadas en la fecha de actualización del Sector i-ésimo de la Comuna c del Estrato h.

- iv) Probabilidad de Selección de una mujer mayor de 18 años en cada vivienda seleccionada

$$f_4 = \frac{1}{k_{hij}}$$

donde:

$k_{hij}$  : número de personas seleccionables en la vivienda del Sector i-ésimo de la Comuna c del Estrato h.

- v) Probabilidad General de Selección de una persona en el Sector i-ésimo de la Comuna c del Estrato h.

$$f_{hij} = c_h * \frac{M_{hc}}{M_h} * \frac{M_{hci}}{M_{hc}} * \frac{m_{hcl}}{M'_{hci}} * \frac{1}{k_{hij}}$$

El factor que corresponde al diseño muestral planteado es el factor de expansión de cada comuna, sector, hogar y persona seleccionada, el que depende del número de personas que tiene la vivienda, del número de viviendas que tiene el sector, del número de sectores que tiene la comuna y finalmente, de la cantidad de comunas que tiene la región (o agrupación de regiones), según el método propuesto.

El factor de expansión se puede interpretar como la cantidad de personas de la población que representa una persona en la muestra.

Ahora bien, el producto de las probabilidades de cada una de las etapas representa la fracción de muestreo. Luego, el factor de expansión final es igual al valor recíproco de aquella fracción.

- vi) Factor de expansión en el Sector i de la Comuna c en el Estrato h

$$F_{hij} = \frac{1}{f_{hij}}$$

- vii) Factor de expansión de hogares y personas del Sector i de la Comuna c en el estrato h, con ajuste de población total

$$F_{hij} = \frac{1}{f_{hij}} * \frac{P_{hc}}{\hat{P}_{hc}}$$

Donde:

$\hat{P}_{hc} = \sum F_{hcij}$  ; Población estimada de personas en la comuna c-ésima del estrato h

$P_{hc}$  = Proyección de población total de la comuna c-ésima del estrato h

Hoy en día, la tarea del levantamiento de encuestas es cada vez más compleja, pues el acceso a los entrevistados y la inseguridad de la población no permiten alcanzar los niveles de respuesta esperados para algunos sectores de la población, en particular los sectores de nivel socioeconómico más alto. De esta manera, para evitar posibles sesgos en los datos provocados por este problema, es que la expansión a la población debe ser corregida para alcanzar los niveles de representatividad esperados, corrección que se plantea a continuación.

viii) Factor de corrección por no respuesta

A continuación, se calculó un factor de corrección por no respuesta para atenuar los posibles sesgos que podría introducir la no respuesta diferencial por nivel socioeconómico que está correlacionado con áreas geográficas (comunas). Este factor de corrección tiene la forma de:

$$FC = \frac{m_{hcl}}{m'_{hci}}$$

donde:

$m_{hci}$  : viviendas seleccionadas en el Sector i-ésimo de la Comuna c del Estrato h.

$m'_{hci}$  : viviendas entrevistadas en el Sector i-ésimo de la Comuna c del Estrato h.

Estos dos últimos factores multiplican al factor de expansión muestral, relacionado solamente con las probabilidades de selección, y en conjunto permiten entregar estimaciones insesgadas de los parámetros poblacionales a medir.

El Factor de expansión longitudinal se debe corregir por atrición. Para la primera ola, el peso longitudinal se construye en base al factor de corte transversal para 2009<sup>2</sup>.

Para obtener el factor de expansión lo que se debe calcular es un factor de ajuste por no respuesta, que se obtiene estimando un modelo de respuesta (propensity),

---

<sup>2</sup> Este factor será presentado en el informe longitudinal.



que estima la probabilidad de que una persona sea entrevistada, tratando a la respuesta como otro paso del proceso de selección de la muestra.

El factor corregido por no respuesta se obtiene multiplicando el factor de probabilidad por el recíproco del propensity estimado, este factor entregará estimaciones insesgadas de la población a partir de la muestra.

Una vez obtenidos los factores de corrección y de población, se ajusta la población utilizando una estructura de acuerdo al área geográfica, sexo y edad de la muestra encuestada a la población en forma independiente para la muestra de panel y para la muestra de refresco utilizando las proyecciones de población del INE.

Debido a que la pérdida de las mujeres del panel no fue aleatoria se realizó una post-estratificación por situación ocupacional de las entrevistadas. Se encuentra que se perdieron mujeres activas, se supone que las mujeres activas tienen más movilidad y se cambian más de vivienda o de lugar, por lo que es más difícil encontrarlas después de 2 años. Se realizó un ajuste al factor de expansión de las mujeres de la muestra de refresco para balancear esta situación. En este caso se ajustó utilizando la información de las mujeres que se perdieron del panel.

## 4. Diseño del Cuestionario

---

El proceso de elaboración del cuestionario tiene como objetivo general desarrollar un proceso de prueba y revisión del cuestionario, que en sus distintas fases, provea recomendaciones para la formulación de un instrumento final que permita recoger los objetivos planteados.

Dado que la Encuesta Voz de Mujer 2011 es la segunda ola de una encuesta longitudinal, el proceso de diseño del cuestionario se limita a modificar el cuestionario aplicado el año 2009 en la primera ola de la encuesta.

La modificación del cuestionario se realiza en múltiples etapas, con el objetivo de abordar temas contingentes, resaltar los temas que destacaron en la ronda anterior, mejorar las preguntas que tuvieron poca varianza e incorporar las sugerencias realizadas por los investigadores que han trabajado con la base de datos de 2009.

El proceso contempló 3 fases para la revisión del cuestionario:

- Reunión con Expertos
- Encuesta Piloto

Antes de iniciar la primera fase, se procede a revisar las preguntas del cuestionario anterior, se eliminan las que hacen referencia a temas contingentes que pierden sentido dos años después. Luego se analiza la relevancia de los módulos, eliminando aquellos que no entregan información valiosa. Asimismo, se mejoran las alternativas de las preguntas que reportaron baja varianza, pero que son importantes para el estudio.

### 4.1.Reunión con Expertos

Los expertos que asistieron a la reunión fueron aquellos integrantes del Centro de Microdatos que trabajaron con la base de datos de la primera ronda de la encuesta. En la reunión se presentaron las dificultades que surgieron durante el desarrollo de su trabajo y se analizó la forma en que se introducirían los temas de interés en la actualidad.

Las conclusiones de esta reunión se resumen a continuación:

1. Se agregan preguntas de los padres de la entrevistada y se hacen las mismas a los padres de la pareja de la entrevistada.
2. Agregar preguntas en el módulo de salud, en que se identifique si la entrevistada ha sido diagnosticada por un médico por alguna de las enfermedades que se mencionan. Y también por alguna enfermedad crónica. También se incluyen dos preguntas respecto del peso y la talla de la entrevistada.
3. Preguntas referentes a salud para todos los miembros del hogar.
4. Se agregan preguntas que permiten identificar el efecto de roles al interior del hogar.
5. En cuanto a emprendimiento se agregan preguntas referentes a su emprendimiento actual, que sólo se le hacen a las personas que declaran ser cuenta propia o empleadores. Se agregan preguntas de intenciones de emprender para detectar.
6. Se incluyen test que permitirán conocer rasgos de personalidad de la entrevistada y test cognitivos que permiten tener una idea del desarrollo intelectual de las entrevistadas.

Se incluyeron las sugerencias de los expertos y se validaron con Comunidad Mujer, para incorporar las últimas modificaciones antes de realizar la encuesta piloto. Por otra parte, Comunidad Mujer recogió las sugerencias entregadas por los investigadores que han trabajado con la base de datos.

#### **4.2. Encuesta Piloto**

El objetivo de este proceso es revisar la coherencia en el flujo de las preguntas del cuestionario y sus módulos, como también la comprensión y entendimiento del cuestionario por parte de las entrevistadas, tener una idea del recibimiento de las mujeres ante la encuesta y finalmente tener una estimación del tiempo de aplicación de la encuesta.

Este proceso permite incorporar los cambios al cuestionario de acuerdo a las sugerencias de los encuestadores y de las respuestas recolectadas. También se recogen observaciones que contribuyen a mejorar el manual del encuestador

El cuestionario aplicado en la prueba piloto, consistió en la recolección de datos mediante entrevista estructurada y organizada por módulos cuyos datos fueron capturados en papel, mediante una encuesta presencial.

El cuestionario que se aplicó en la prueba piloto se adjunta en el Anexo 1: Cuestionario\_Encuesta\_Piloto

#### 4.2.1. Proceso de Reclutamiento y Selección de Encuestadores Prueba Piloto

Las Pruebas Pilotos son una herramienta importante para el proceso de diseño de cuestionario y de la implementación de la metodología de aplicación. De este modo, los resultados de este tipo de pruebas permiten realizar las correcciones y ajustes necesarios tanto al cuestionario como a las estrategias de recolección de datos.

El reclutamiento de los encuestadores se realizó de manera telefónica, se contactó a encuestadores con experiencia en encuestas complejas y además se contactó a personas sin experiencia en encuestas, con el objetivo de recoger la experiencia de todo tipo de encuestadores.

Los encuestadores deben participar de una jornada de capacitación en que se explican los conceptos claves de la encuesta y se revisa el cuestionario pregunta a pregunta.

El cuadro siguiente resume el cronograma de actividades que se desarrollaron durante la ejecución del trabajo de campo de la Prueba Piloto.

Cuadro 4: Cronograma de Actividades (Piloto)

Fecha	Actividad
28/10/2011	Capacitación de Encuestadores
31/10/2011	Inicio del trabajo de campo
06/11/2011	Fin del trabajo de campo
06/11/2011	Reunión de término de trabajo con Encuestadores

##### a) Perfil de los Encuestadores Seleccionados

El equipo de trabajo quedó constituido por dos Coordinadores de terreno de vasta experiencia y calificaciones en encuestas, quienes estuvieron a cargo del levantamiento de las 50 encuestas programadas para el trabajo de campo en la región Metropolitana. Para desarrollar el terreno se reclutó a 10 encuestadores, de los cuales uno era hombre y las nueve restantes fueron mujeres.

## **b) Capacitación de Encuestadores**

La capacitación de encuestadores se realizó el día viernes 28 de octubre, la cual se desarrolló en dependencias del Centro de Microdatos en la Región Metropolitana. A esta jornada de capacitación asistieron la totalidad de los encuestadores participantes, a quienes se les entregó un cuestionario y un manual como parte de su entrenamiento.

La capacitación en términos generales tiene como objetivos estandarizar el procedimiento de la encuesta en cuanto al conocimiento del proceso de ésta, así como de las preguntas y alternativas de respuesta que contiene. Se otorga un énfasis especial en las tareas que debe realizar el encuestador al momento de enfrentar la entrevista con el encuestado, reforzando los temas de buen comportamiento, tales como: realizar una introducción cordial y respetuosa, no mostrar impresiones frente a las respuestas de los individuos y no sesgar las respuestas de las entrevistadas con sus intervenciones o sus propias interpretaciones de las preguntas.

Posteriormente, en la capacitación se revisan, módulo por módulo, los conceptos importantes y la forma como se debe abordar cada una de las preguntas del cuestionario, con sus respectivos conceptos, criterios de clasificación y lectura de las alternativas, cuando corresponda.

En resumen, los aspectos revisados en la capacitación se mencionan a continuación:

1. Descripción general de la encuesta y sus objetivos.
2. Definiciones y conceptos relevantes para la aplicación del instrumento.
3. Rol del encuestador (desafíos a considerar)
4. Ronda de preguntas y respuestas.
5. Lectura comprensiva del cuestionario, pregunta a pregunta.
6. Énfasis en aquellos aspectos más relevantes de cada pregunta.
7. Ronda de preguntas y respuestas.
8. Temas administrativos

### **4.2.2. Reporte Trabajo de Campo Prueba Piloto**

En esta sección se reportan a grandes rasgos los resultados más relevantes del proceso efectuado en el trabajo de campo, desde la organización hasta la experiencia de los encuestadores en terreno.

### a) Organización del Trabajo de Campo

La organización del equipo de trabajo que participó en el levantamiento de la Prueba Piloto consistió en un Coordinador General, dos Coordinadores de terreno y 10 encuestadores.

Las responsabilidades de los cargos a los que se hace referencia en esta sección se describen en el siguiente cuadro, tanto el Coordinador General, como los Coordinadores de Terreno y la mayoría de los encuestadores, son personas con vasta experiencia en encuestas.

Cuadro 5: Descripción de cargos y responsabilidades Encuesta Piloto

Cargo	Responsabilidades
Coordinador General	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Distribuir el trabajo a los Coordinadores de Grupo</li> <li>▪ Realizar las capacitaciones</li> <li>▪ Proporcionar asistencia logística para la realización del estudio</li> <li>▪ Distribuir todos los recursos pertinentes.</li> </ul>
Coordinador de Terreno	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Distribuir, recibir y revisar diariamente el trabajo realizado por sus encuestadores</li> <li>▪ Supervisar el trabajo de sus encuestadores</li> </ul>
Encuestador	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Concertar las citas, realizar las entrevistas y entregar el trabajo a su Coordinador de Grupo.</li> </ul>

La muestra se realizó en la Región Metropolitana, con 10 encuestadores a los que se les asignaron una serie de direcciones, de las cuales el encuestador sólo debía realizar 5 o 6 dependiendo de las capacidades propias evaluadas por el Coordinador de Terreno del proyecto.

El período de levantamiento de la Prueba Piloto fue de una semana, y la supervisión de los encuestadores se llevó a cabo desde las dependencias del Centro de Microdatos.

### b) Descripción del Trabajo de Campo

El Coordinador General organizó el trabajo de campo en conjunto a los Coordinadores de Terreno para que se realizara en una semana. A cada

encuestador se le entregó el conjunto de hojas de ruta, con las direcciones de las viviendas, los cuestionarios y un conjunto de tarjetas de alternativas de respuesta de apoyo al entrevistado.

De manera adicional este levantamiento contaba con un obsequio para la entrevistada, que se componía de una bolsa de 5 productos Nestlé: coffe mate, galletas kuky, negrita, cereales y cerveza sin alcohol. Por lo que a cada encuestador se le hizo entrega de los regalos correspondientes. Este obsequio se regalaría a cada encuestada al finalizar la entrevista en agradecimiento a la colaboración en el proyecto.

A cada encuestador se le encomendó la tarea de realizar el primer contacto con el hogar de la entrevistada y si la mujer seleccionada estaba disponible, realizar la entrevista de inmediato. Cuando esto no fue posible, se concertó una cita para días posteriores de acuerdo a la disponibilidad de la entrevistada y al estado de respuesta obtenido en esta primera visita.

La selección de la mujer entrevistada dentro del hogar fue mediante la utilización de la Tabla de Kish, para lograr la aleatorización necesaria en este proceso.

A medida que se fueron haciendo las entrevistas, los encuestadores concurrían a las dependencias del Centro de Microdatos a entregar sus encuestas, y en esa oportunidad los encuestadores le comunican al Coordinador Terreno el estado de avance del trabajo encomendado.

### **c) Supervisión del Trabajo de Campo**

La supervisión de calidad del trabajo de campo tiene como objetivo entregar datos confiables a la contraparte y mejorar nuestros estándares de calidad interna.

La supervisión del trabajo de campo se lleva a cabo por los Coordinadores de Terreno, que debían revisar las encuestas en presencia del encuestador, detectando en conjunto tanto errores del encuestador como errores propios de la Prueba Piloto, los cuales en su mayoría fueron de universo, filtros y saltos.

### **d) Tiempos de la Entrevista**

La duración de las entrevistas en promedio, de acuerdo a los reportes de los encuestadores, fue de 1 hora 9 minutos.

El tiempo de la encuesta varió según el tipo de entrevistada, ya que la demora en la toma de los datos dependió en gran medida de su situación laboral, ya sea ocupada, desocupada o inactiva, y de si tiene hijos o no.

El tiempo máximo de aplicación fue aproximadamente de dos horas y 10 minutos, mientras que el mínimo fue de 15 minutos aproximadamente.

Cuadro 1: Tiempos de duración de la entrevista

Cuestionario	Máximo	Mínimo	Promedio
Tiempo de aplicación	130	15	68,7

#### **e) Resultados del Trabajo de Campo**

Los encuestadores del Centro de Microdatos, deben reportar el resultado de cada una de las entrevistas que le son asignadas, utilizando los códigos definidos a continuación, de acuerdo a su hoja de ruta:



Cuadro 6: Códigos de respuesta en Hoja de Ruta

CÓDIGOS DE RESPUESTA	
Código	Descripción
110. 120.	<b>Entrevistados</b> <b>Entrevista completa</b> <b>Entrevista parcial</b>
	<b>Razón de Rechazo (RR)</b>
211. 212. 223. 224. 225. 231. 232. 233. 236.	<b>No entrevistado, elegible</b> <b>Se rechazó la entrevista</b> <b>Se interrumpió la entrevista</b> <b>Se impidió acceso a la vivienda</b> <b>Vivienda ocupada sin moradores presentes</b> <b>Informante no ubicable o no puede atender</b> <b>Muerte del informante</b> <b>Informante impedido físico/mental para contestar</b> <b>Problemas de idioma</b> <b>Otra razón elegible</b>
	1. No tiene tiempo 2. No está interesado o es una pérdida de tiempo 3. Por su privacidad no quiere entregar información personal ni familiar 4. Por su seguridad no quiere entregar información personal ni familiar 5. Nunca responde encuestas 6. Está aburrido de contestar encuestas 7. No confía en las encuestas 8. Ha tenido malas experiencias por responder encuestas 9. La familia o pareja no aprueba cooperar en encuestas 10. No tiene beneficios por contestar la encuesta
311. 317. 318. 390.	<b>No entrevistado, elegibilidad desconocida</b> <b>No se envió a terreno</b> <b>Área peligrosa o de difícil acceso</b> <b>No fue posible localizar la dirección</b> <b>Otra razón de elegibilidad desconocida</b>
410. 451. 452. 453. 454. 461. 462. 463.	<b>No elegibles</b> <b>Fuera de muestra</b> <b>Empresa, oficina de gobierno y otra organización</b> <b>Instituciones (hospital, cárcel, asilo de anciano, etc.)</b> <b>Dormitorio colectivo (militar, de trabajo, internados, etc.)</b> <b>Vivienda en demolición, incendiada, destruida o erradicada</b> <b>Vivienda particular desocupada</b> <b>Vivienda de veraneo o de uso temporal</b> <b>Otra razón no elegible</b>

Para completar el proyecto en cuestión se necesitó de hogares entrevistados, o sea, aquellos códigos 110 y 120, que representan las entrevistas realizadas total o parcialmente.

#### 4.2.3. Análisis de los datos de la Prueba Piloto

En este apartado se presentan los principales resultados de la Prueba Piloto, correspondiente a las 54 encuestas realizadas. Esta muestra no es representativa de la población que se quiere estudiar, por lo que la inferencia sólo se podrá realizar en función de la muestra correspondiente. El objetivo de este apartado es

reportar información que ejemplifique el análisis que se podrá desarrollar posteriormente.

Es importante destacar que la base de datos que se genera producto de esta etapa no está validada, por lo que puede tener errores el reporte de alguna variable o entrevistada. Asimismo, puede ocurrir que los valores reportados en la misma no estén correctos dado que el cuestionario podría haber incurrido en algún error. La base de datos se adjunta en anexos, consiste en tres archivos, base hogar, base entrevistada, base hijos.

Del levantamiento de la Prueba Piloto se obtienen 3 bases de datos. La que corresponde a los Módulos A, B, C, D y D1 en que las preguntas se aplican a todo el hogar, una segunda base de datos que contiene la información proporcionada sólo por la entrevistada y una tercera base que contiene la información de los hijos de la entrevistada nacidos después de enero de 2005.

El total de entrevistadas corresponde a 54 mujeres y considerando su grupo familiar son 219 personas.

De las mujeres entrevistadas, 17 se declaran como jefas de hogar, 23 son cónyuges del jefe, hay 11 que son hijas del jefe(a) de hogar, 1 es madre del jefe(a) de hogar y 1 es no familiar.

Cuadro 7: Tramos de edad de las Entrevistadas de la encuesta Piloto

Tramos de edad	Frecuencia	Porcentaje
18 a 29	11	20,37
30 a 39	10	18,52
40 a 49	14	25,93
50 a 59	12	22,22
más de 60	7	12,96
Total	54	100

Fuente: Elaboración propia en base a encuesta piloto Voz de Mujer 2011

Del total de mujeres entrevistadas, un 20% tiene entre 18 y 29 años, un 18% tiene entre 30 y 39, un 25% tiene entre 40 y 49 un 22% tiene entre 50 y 59 y sólo un 12% tiene más de 60 años.

Cuadro 8: Estado Civil de las Entrevistadas de la encuesta Piloto

Estado Civil	Frecuencia	Porcentaje
Casada	23	42,59
Conviviente	6	11,11
Separada (legal)	1	1,85
Separada (de hecho)	7	12,96
Viuda	3	5,56
Soltera	14	25,93
Total	54	100

Fuente: Elaboración propia en base a encuesta piloto Voz de Mujer 2011

Un 42% de las entrevistadas están casadas, un 11% convive y el 47% restante no vive con su pareja, en que predomina estar soltera o separada de unión de hecho. El 38% de las entrevistadas alcanza un nivel educacional de enseñanza media. Sólo el 15% tiene educación universitaria completa o incompleta.

Cuadro 9: Situación Ocupacional de las Entrevistadas de la encuesta Piloto

Situación Ocupacional	Frecuencia	Porcentaje
Ocupadas	29	53,7
Desocupadas	5	9,26
Inactivas	20	37,04
Total	54	100

Fuente: Elaboración propia en base a encuesta piloto Voz de Mujer 2011

En relación a la situación ocupacional de las entrevistadas podemos observar que un 54% de las mujeres se encuentran ocupadas, un 9% se encuentra desocupada y un 37% de ellas se declara como inactiva.

A continuación se revisarán algunas de las preguntas más relevantes de cada módulo.

### **Módulo E: Situación Laboral Actual**

En la sección mujer y trabajo se encuentra que en promedio las mujeres han tenido 3,6 trabajos, sólo 6 de las mujeres de la muestra no han tenido nunca un trabajo con remuneración. El 50% de las mujeres que han trabajado, tuvo el primer trabajo con remuneración antes de los 18 años.

La principal razón de las mujeres inactivas para no buscar trabajo y no trabajar es que no tienen con quién cuidar a los niños o quieren cuidarlos ellas, en conjunto corresponde a un 42%.

Más de un 40% de las mujeres inactivas aceptaría un trabajo que tenga mayor flexibilidad en los horarios, y un 11% aceptaría un trabajo en que se pueda trabajar desde la casa. La mayoría de las mujeres que están dispuestas a trabajar aceptarían una jornada entre 20 y 40 horas semanales.

### **Módulo F: Condiciones Laborales**

La primera parte de este módulo lo debían contestar sólo las mujeres ocupadas, inactivas y desocupadas que su último trabajo haya sido hace menos de 3 años y se excluían las empleadas domésticas y trabajadoras independientes.

Se encuentra que un 39% de las mujeres realiza actividades que le exigen algún desafío profesional, personal o intelectual. Un 20% de las mujeres se sintió discriminada en su lugar de trabajo, y sólo una de ellas reporta que ha sido por su género.

En la sección sólo para independientes, se encuentra que hay un 15% de las mujeres entrevistadas en esta categoría.

### **Módulo G: Cuidado Familiar**

En este módulo se indaga sobre las personas que cuida la entrevistada, que no son sus hijos y las implicancias del cuidado de estas personas en su vida personal y laboral.

Además se incluyeron preguntas hipotéticas sobre la situación más deseable de cuidado de personas de diferentes edades. Por ejemplo se explora sobre el cuidado de una persona adulta mayor dependiente dentro del hogar, el 40% de las mujeres reporta que la situación idónea sería que lo cuidara una persona contratada y que se complemente con el cuidado familiar, el 28% prefiere que lo cuide principalmente una persona que viva dentro del hogar, un 26% declara que lo óptimo es que lo cuide exclusivamente algún familiar y sólo un 6% prefiere que el cuidado sea en una residencia de calidad.

Se encuentra que un 19% de las mujeres encuestadas cuida niños que no son hijos al interior del hogar, un 4% cuida a adultos mayores que viven al interior del hogar, un 2% cuida a enfermos crónicos y en la muestra no hay mujeres que tengan a su cuidado discapacitados que no son sus hijos al interior del hogar.

En relación al cuidado de personas dependientes que no viven en el hogar, se encuentra que sólo 7% de las mujeres se encuentra en esta situación.

## **Módulo H: Cuidado Familiar**

Este módulo indaga sobre el cuidado de los hijos de la entrevistada, en que primero se pregunta sobre el número de hijos nacidos desde Enero de 2005. Por cada uno de los hijos nacidos después de 2005 se hace una serie de preguntas para los periodos relevantes (4, 6, 12 y 24 meses de edad).

Además en el cuestionario de 2011 se agregaron preguntas hipotéticas que apuntan a la situación ideal para el cuidado de los hijos en diferentes etapas de crecimiento. En general estas preguntas fueron bien entendidas por las entrevistadas.

Se encuentra que un 63% de las mujeres entrevistadas han tenido hijos, y de ellas sólo un 33% de ellas ha sido después de Enero de 2005.

## **Módulo I: Finanzas del Hogar**

En el módulo en que se indaga acerca de las finanzas del hogar, se observa que en más del 50% de los hogares el proveedor principal es de género masculino. Sin embargo cuando se pregunta ¿quién es el que administra los ingresos el hogar? Cerca de un 70% declara que es la mujer quién administra el dinero. Lo mismo ocurre cuando se pregunta con respecto a los gastos del hogar y ahorros del hogar.

En este módulo también se incluyeron preguntas sobre el acceso a la vivienda y se encuentra que en el 78% de los casos la vivienda se arrienda. Asimismo, se preguntó si es que la vivienda se había visto afectada por el terremoto, encontrando que un 20% de las mujeres estaban en esta situación. En la pregunta sobre las acciones para solucionar los daños del terremoto, los encuestadores sugirieron agregar la alternativa Nada, no tuvo tiempo y Nada, no tuvo recursos.

## **Módulo J: Distribución de roles al interior del hogar**

En este módulo se agregaron preguntas sobre valores y roles dentro del hogar, en general se entendieron bien las preguntas y fueron bien recibidas por la entrevistada.

## **Módulo K: Historia Individual**

En este módulo se incluyó información respecto de los padres de la entrevistada y además se decidió preguntar por los padres de la pareja, lo que implicó parte

importante del tiempo de la entrevista y los encuestadores sugirieron eliminar las preguntas referentes a los padres de la pareja.

### **Módulo L: Salud**

En este módulo se incorporaron preguntas sobre ciertas enfermedades en específico las que fueron bien recibidas por la entrevistada. Además se incluye información de Maternidad y Lactancia.

Finalmente se incluye una pequeña sección de violencia intrafamiliar, en que se indaga sobre lo que la mujer percibe como violencia, sin embargo algunos encuestadores reportaron que las entrevistadas se confundían pensando que se les preguntaba por ellas mismas, por lo que se adhirió una pequeña introducción a la pregunta.

### **Módulo M: Mujeres, sociedad civil y política**

En este módulo se agregaron preguntas de política, que tuvieron buena recepción por parte de la encuestada, sin embargo se cambió la ubicación de las preguntas para evitar que la entrevistada diga espontáneamente que le es indiferente.

#### **4.2.4. Recomendaciones de Ajuste del Cuestionario**

##### **a) Focus Group Encuestadores**

Para recoger la experiencia de los encuestadores en la aplicación del piloto, se convocó a una reunión el 06 de Noviembre, con encuestadores que participaron del proceso.

En la reunión se recabaron las siguientes observaciones generales al Cuestionario:

- ✓ Pertinencia de disminuir preguntas en Módulo de Test, ya que representan un alto porcentaje del tiempo de la encuesta.
- ✓ Resaltar filtros y saltos.
- ✓ Se propone disminuir la extensión del Módulo K, en que se indaga sobre los padres de la entrevistada y los padres de la pareja de la entrevistada, lo que hace muy larga esta sección.
- ✓ Aumentar los espacios para aumentar los espacios de respuesta.
- ✓ Hay preguntas que apuntan a lo mismo y en algunos casos la entrevistada piensa que se está preguntando dos veces lo mismo.

A continuación, se presentan los comentarios de aspectos específicos que se solicitó indagar a los encuestadores:

Entendimiento de los aspectos a medir:

- ✓ En general, se plantea que la encuesta no presentó mayores inconvenientes en el entendimiento y comprensión de las preguntas por parte de las entrevistadas.

Duración de la entrevista:

- ✓ Existe coincidencia en cuanto el cuestionario es muy extenso en su duración.
- ✓ Cuando la entrevistada es madre de niños de 6 años y menos la encuesta se hace muy tediosa al preguntar por cada período.

Correcto flujo del cuestionario:

- ✓ Resaltar saltos en el cuestionario para facilitar flujo.
- ✓ El Módulo O, en que se realizan los test en su última pregunta es demasiado extenso, y la entrevistada tiende a aburrirse. Y pierde fluidez ya que está después de la sección del Hogar.

Atractivo e interés del instrumento:

- ✓ Se plantea que las encuestadas mostraron bastante interés por el cuestionario.
- ✓ La entrega del regalo representa una motivación adicional para las encuestadas, teniendo muy buena recepción.

**b) Reunión con Comunidad Mujer**

Los resultados de la prueba piloto realizada, implicaron la necesidad de revisar aspectos del cuestionario relativos, entre otros, a:

- ✓ Flujo de preguntas del cuestionario.
- ✓ Eliminación de preguntas que hacen muy largo el cuestionario.

Para definir estos aspectos y otras modificaciones al cuestionario, se realizó una reunión con la contraparte el 7 de Noviembre. En ésta se revisó el cuestionario, analizaron los cambios y mejoras necesarias para el Formulario.

A partir de la prueba piloto y la reunión con Comunidad Mujer, se realizaron cambios significativos en el cuestionario, orientados a una mayor comprensión de las preguntas, la eliminación de preguntas que extienden la duración del cuestionario y se alejan de los objetivos de la encuesta.

Modificaciones específicas a los Módulos del Cuestionario:

- ✓ Módulo A Composición del Hogar: Se cambia una alternativa para identificar a la entrevistada.
- ✓ Módulo B Educación: se agrega una pregunta, se cambian alternativas en una pregunta.
- ✓ Módulo C Situación Laboral: se mejoran los saltos en una pregunta.
- ✓ Módulo D Ingresos: Se aumenta el espacio para registrar el monto de ingresos.
- ✓ Módulo D1: se cambian de orden las preguntas para evitar saltar una de ellas.
- ✓ Módulo O Test: Se cambió de lugar una de las preguntas por su extensión, se mejoraron los espacios de respuesta y se asignaron mejores espacios para registrar la respuesta.
- ✓ Módulo E Situación Laboral Actual: se agregan en las preguntas que se espera respuesta espontánea, una indicación de no leer las alternativas. Se mejoran los saltos y se eliminan dos preguntas.
- ✓ Módulo F Condiciones Laborales: se agregan filtros, se ordenan las instrucciones en que se indica quién debe responder.
- ✓ Módulo H Cuidado Familiar: se acota sólo a las mujeres que reportan tener hijos, se eliminan dos preguntas.
- ✓ Módulo I Finanzas del Hogar: se agregan alternativas en las preguntas que lo requieren.
- ✓ Módulo J Distribución de roles: se agregan alternativas en las preguntas que lo requieren.
- ✓ Módulo K Historia Individual: se eliminan las preguntas referentes a los padres de la pareja, se mejoraron los saltos
- ✓ Módulo L Salud: se mejoran los saltos, se agrega introducción en la sección de la sección de violencia intrafamiliar.
- ✓ Módulo M Mujer, sociedad civil y política: se reordenan las preguntas.



A partir de los resultados de la Prueba Piloto, se elaboró el Cuestionario Final que se adjunta en Anexo 2 .

Cada uno de los cambios y modificaciones que se realizaron a las preguntas en las distintas versiones del cuestionario se adjuntan en la Minuta Técnica de Cambios al Cuestionario.

## 5. Proceso de Reclutamiento y Selección de Encuestadores

El proceso de reclutamiento de encuestadores para el levantamiento de la encuesta en terreno, se realizó principalmente a través de dos formas. La primera consistió en la difusión de la actividad en nuestra página web en el sitio “Oportunidades de trabajo” donde los interesados en participar se pudieron inscribir. En paralelo se invitó a encuestadores con experiencia en otras encuestas de mayor complejidad, en particular en encuestas socioeconómicas. Ambos grupos se inscribieron formalmente en el proceso y se les convocó a una jornada de capacitación en donde mediante una prueba de selección práctica se determinó si estaban aptos para la tarea.

De preferencia se seleccionó a encuestadores con experiencias anteriores de encuestador y que contaran con estudios superiores, en especial para los cargos de Coordinadores de Grupo, tanto para la Región Metropolitana, como para el resto de las regiones del país, en donde uno de los criterios centrales empleados para la selección fue la experiencia y evaluación del desempeño en anteriores encuestas similares en magnitud y complejidad.

A continuación se muestran las fechas de las principales actividades y etapas del trabajo de campo:

Cuadro 10: Cronograma de Actividades (Trabajo de Campo)

Fecha	Actividad
15/11/2011	Capacitación de Encuestadores
17/11/2011	Inicio del trabajo de campo
13/03/2012	Término trabajo de campo
05/03/2012	Digitación y validación
09/04/2012	Procesamiento y Análisis

Tal como lo muestra el cuadro anterior, el trabajo de campo se extendió por más del tiempo establecido en el cronograma ya que al ser una encuesta de panel es mucho más difícil el contacto de las personas, sin embargo el grueso del terreno se realizó entre los meses de diciembre y enero. No se dejó de realizar encuestas de la muestra de panel con el objetivo de mejorar las tasas de respuesta de ese grupo.

### 5.1. Perfil de los Encuestadores Seleccionados

El equipo de trabajo de campo quedó constituido por un Coordinador General de terreno, 11 Coordinadores de Zona de vasta experiencia y calificación en encuestas, 25 coordinadores de grupo y 157 encuestadores cuyo perfil se describe a continuación. El 18,5% de los encuestadores son hombres y el 81,5% mujeres. Hay regiones en que sólo hay mujeres, estos casos se dan en las regiones de Tarapacá, Antofagasta, Copiapó, O'Higgins, Maule, Bío Bío, de La Araucanía, Los Lagos, Aysén y Los Ríos. No hay Regiones con sólo encuestadores hombres.

A continuación se muestra la distribución de encuestadores según género por región:

Cuadro 11: Género de los encuestadores por Región de aplicación

Región	Hombres		Mujeres		Total	
	N	%	N	%	N	%
1	0	0%	8	100%	8	100%
2	0	0%	3	100%	3	100%
3	0	0%	3	100%	3	100%
4	2	28,6%	5	71,4%	7	100%
5	7	31,8%	15	68,2%	22	100%
6	0	0%	9	100%	9	100%
7	0	0%	4	100%	4	100%
8	0	0%	14	100%	14	100%
9	0	0%	5	100%	5	100%
10	0	0%	5	100%	5	100%
11	0	0%	3	100%	3	100%
12	1	33,3%	2	66,7%	3	100%
13	18	32,7%	37	67,3%	55	100%
14	0	0%	4	100%	4	100%
15	1	8,3%	11	91,7%	12	100%
Total	29	18,5%	128	81,5%	157	100%

Fuente: Página de registro de encuestadores Voz de Mujer 2011

En cuanto a la edad de los encuestadores, el 35% de ellos tienen menos de 25 años y el 87,9% tiene menos de 45 años. La distribución por edad se muestra en el siguiente cuadro:

Cuadro 12: Edad de los encuestadores

Tramo Edad	Total	%
18-24	55	35,0%
25-34	57	36,3%
35-44	26	16,6%
45-54	15	9,6%
55 y más	4	2,5%
Total	157	100%

Fuente: Página de registro de encuestadores Voz de Mujer 2011

El 34,4% de los encuestadores está estudiando y el 65,6% está sin estudiar en el período de la encuesta. En el siguiente cuadro se muestra el porcentaje de los encuestadores que están estudiando por región.

Cuadro 13: Situación educacional de los encuestadores por Región de aplicación

Región	No estudian		Estudian		Total	
	N	%	N	%	N	%
1	8	100%	0	0%	8	100%
2	2	66,7%	1	33,3%	3	100%
3	2	66,7%	1	33,3%	3	100%
4	5	71,4%	2	28,6%	7	100%
5	14	63,6%	8	36,4%	22	100%
6	8	88,9%	1	11,1%	9	100%
7	4	100%	0	0%	4	100%
8	9	64,3%	5	35,7%	14	100%
9	3	60,0%	2	40,0%	5	100%
10	3	60,0%	2	40,0%	5	100%
11	3	100%	0	0%	3	100%
12	2	66,7%	1	33,3%	3	100%
13	32	58,2%	23	41,8%	55	100%
14	2	50,0%	2	50,0%	4	100%
15	6	50,0%	6	50,0%	12	100%
Total	103	65,6%	54	34,4%	157	100%

Fuente: Página de registro de encuestadores Voz de Mujer 2011

Adicionalmente, en relación al nivel educacional de los encuestadores, se tiene que un 52,9% ha alcanzado educación universitaria, El 17,2% ha realizado estudios en un Centro de Formación Técnica o en un Instituto Profesional en tanto que un 29,3% tiene educación media. Por último, sólo un 0,6% de los encuestadores a realizado un postgrado.

Cuadro 14: Nivel educacional de los encuestadores por Región de aplicación

Región	Ed. Media		Sup. Técnica		Universitaria		Post Grado		Total	
	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%
1	1	12,5%	1	12,5%	6	75,0%	0	0,0%	8	100%
2	1	33,3%		0,0%	2	66,7%	0	0,0%	3	100%
3	1	33,3%	1	33,3%	1	33,3%	0	0,0%	3	100%
4	2	28,6%		0,0%	5	71,4%	0	0,0%	7	100%
5	4	18,2%	5	22,7%	13	59,1%	0	0,0%	22	100%
6	5	55,6%	3	33,3%	1	11,1%	0	0,0%	9	100%
7	3	75,0%	1	25,0%		0,0%	0	0,0%	4	100%
8	2	14,3%	1	7,1%	11	78,6%	0	0,0%	14	100%
9		0,0%	1	20,0%	4	80,0%	0	0,0%	5	100%
10	2	40,0%	1	20,0%	2	40,0%	0	0,0%	5	100%
11	2	66,7%		0,0%	1	33,3%	0	0,0%	3	100%
12		0,0%		0,0%	3	100,0%	0	0,0%	3	100%
13	19	34,5%	12	21,8%	24	43,6%	0	0,0%	55	100%
14		0,0%	1	25,0%	3	75,0%	0	0,0%	4	100%
15	4	33,3%		0,0%	7	58,3%	1	8,3%	12	100%
Total	46	29,3%	27	17,2%	83	52,9%	1	0,6%	157	100%

Fuente: Página de registro de encuestadores Voz de Mujer 2011

## 5.2.Capacitación de Encuestadores

La capacitación de encuestadores se realizó el día 15 de Noviembre, la cual se desarrolló en dependencias del Centro de Microdatos en la Región Metropolitana. A esta jornada de capacitación asistieron la totalidad de los encuestadores participantes en la primera etapa, a quienes se les entregó un cuestionario y un manual como parte de su entrenamiento. Además se realizaron dos jornadas de capacitación adicionales para aumentar el número de encuestadores.

Para mayores antecedentes ver "capacitación de encuestadores" de la sección Encuesta Piloto en la página 21.

Las capacitaciones realizadas en regiones se detallan a continuación, en varios casos fue necesaria una segunda jornada de capacitación para aumentar el número de encuestadores.

Cuadro 15: Fechas Capacitaciones Regiones

Fecha	Región
30 de Noviembre	Primera
26 de Noviembre	Segunda
30 de Noviembre	Tercera
26 de Noviembre	Cuarta
20 de Noviembre	Quinta
28 de Noviembre	Sexta
20 de Noviembre	Séptima
23 de Noviembre	Octava
26 de Noviembre	Novena
24 de Noviembre	Décima
30 de Noviembre	Undécima
25 de Noviembre	Doudécima
15 de Noviembre	Metropolitana
25 de Noviembre	Décimo Cuarta
30 de Noviembre	Décimo Quinta

## 6. Reporte Trabajo de Campo

---

El trabajo de campo consiste en la aplicación de las encuestas a una muestra de la población objetivo del estudio. La extensión del trabajo de campo se prolongó desde finales de Noviembre a principios de Marzo, sin embargo la mayor parte del terreno se realizó entre los meses de diciembre de 2011 y enero de 2012.

El trabajo de campo consiste en la recolección de datos mediante entrevista estructurada, dirigida por un encuestador cuyos datos son capturados en papel.

Para llevar a cabo esta labor primero se procedió a hacer un llamado de encuestadores desde nuestras bases de datos y a abrir una inscripción en nuestra página web institucional, luego se les invitó a participar en el proyecto que se inició con la capacitación en cuanto al contenido y conceptos del cuestionario, además de instruirles en las estrategias generales de los entrevistadores.

La muestra definitiva se organizó agrupándola geográficamente para hacer asignaciones a los encuestadores y se preparó la distribución. En cuanto a la logística se imprimieron las direcciones de la muestra y una hoja de ruta por cada hogar seleccionado para registrar datos generales y el resultado de las visitas, también se imprimió cartas explicativas del proyecto y se confeccionaron credenciales para acreditar a los encuestadores.

### 6.1.Organización del Trabajo de Campo

El trabajo de campo se organizó considerando:

- Coordinador de estudios del Proyecto quien es responsable de la coordinación general del trabajo de campo y la relación con el Equipo Académico del Centro de Microdatos y con la contraparte técnica.
- 1 Coordinador General de Terreno cuya función es coordinar y dirigir el trabajo de terreno en general y en particular, otorgando las facilidades, recursos financieros y logística necesaria para que opere la recolección de datos. Reporta al Coordinador del Estudio.
- Coordinadores Zonales cuya función es coordinar y dirigir el trabajo de terreno en una zona en particular, dirige una unidad administrativa-geográfica denominada Zona y tiene a su cargo Coordinadores de Grupo y encuestadores. Reporta al Coordinador del General de Terreno.

- Coordinadores de Grupo responsables del trabajo de un grupo de encuestadores, distribuye el trabajo a los encuestadores, recibe las encuestas hechas y realiza nuevas asignaciones de trabajo a sus encuestadores.
- Encuestadores responsables de realizar la recogida de datos en terreno. Las funciones del encuestador son ser el responsable de la entrevista y del correcto registro de la información que le solicita al entrevistado.

## **6.2. Descripción del Trabajo de Campo**

Nuestro equipo de encuestadores desde el día 17 recibió una carpeta con su hoja de direcciones, hojas de ruta, credencial, cartas de presentación, formularios y presentes para las encuestadas. Adicionalmente recibieron orientación acerca de en qué lugar estaban las direcciones que llevaban.

Con ello se dirigieron a las direcciones a contactar los hogares y a las entrevistadas para realizar las encuestas. El registro se realizó en las hojas de ruta, donde se reportaron las incidencias de cada visita al hogar, en particular el resultado de la visita. Posteriormente en caso de las encuestas hechas, se dirigieron a las oficinas centrales para entregar los formularios para que fueran revisados por los coordinadores de grupo en presencia del encuestador y a reportar las incidencias generales de su labor.

## **6.3. Supervisión del Trabajo de Campo**

La supervisión de calidad del trabajo de campo tiene como objetivo entregar datos confiables a nuestra contraparte y mejorar nuestros estándares de calidad interna.

Para esta supervisión se desarrollo un cuestionario reducido del utilizado en la encuesta, incluyendo las variables más importantes, tales como; cantidad de personas en el hogar, oficio, actividad, capacitación e intermediación laboral, cuidado familiar, sexo encuestador y tiempo de duración de entrevista.

En esta ronda de la encuesta se propuso como meta supervisar el 10% de la muestra de cada encuestador de las encuestas de la muestra nueva, debido a que con la muestra del panel se pueden comparar los datos con los recogidos el 2009.



## ✓ Muestra de Controles

Cuadro 15: Muestra Controles

Región	Muestra Hecha	Controles Enviados	Controles Hechos	Porcentaje de Controles Hechos
1	72	10	11	15%
2	191	20	19	10%
3	118	12	12	10%
4	194	20	20	10%
5	370	37	46	12%
6	127	13	8	6%
7	176	18	14	8%
8	338	34	14	4%
9	115	12	10	9%
10	110	11	14	13%
11	22	5	2	9%
12	35	8	3	9%
13	1025	110	78	8%
14	53	8	6	11%
15	69	8	6	9%
Total	3015	326	263	9%

## ✓ Preparación del Trabajo de Campo de Controles

El trabajo de campo consiste en la recolección de datos mediante entrevistas dirigida por un encuestador cuyos datos son recolectados en formulario papel.

Para llevar a cabo esta labor se procedió a identificar a los supervisores necesarios para controlar el trabajo de los encuestadores.

En cuanto a la logística se entregó una carpeta que contiene identificación de los hogares realizados, especificando el entrevistado, además del formulario con sus respectivas preguntas. Se realizaron las supervisiones con visitas de hogares con entrevista cara a cara y de entrevistas por teléfono.

## ✓ Equipo de trabajo de campo

El trabajo de campo se realizó considerando el siguiente equipo:

Coordinador de la unidad de encuestas quien es responsable de la coordinación general del trabajo de campo y la relación con el equipo académico del Centro de Microdatos y con la contraparte técnica.

Coordinador de Control, cuya función es enviar la muestra a los coordinadores de sede y supervisar el trabajo realizado por ellos, y además entregar facilidades, recursos financieros y logística necesaria para que opere la recolección de datos.

Supervisores responsables de realizar la recogida de datos tanto en terreno como forma telefónica. Las funciones del Supervisor son ser el responsable de la entrevista y del corrector registro de la información que le solicita al entrevistado.

#### ✓ **Perfil de los supervisores**

Se invitó a participar como supervisores a personas con experiencia en encuestas, prefiriendo a aquellos con estudios superiores.

De esta forma, el equipo de campo quedó constituido por un Coordinador de Control y 47 Supervisores cuyo perfil se describe a continuación.

Cuadro 16: Género de los Supervisores

Sexo	N	%
Hombres	1	2,1
Mujeres	46	97,9
Total	47	100,00

Fuente: Página de registro de encuestadores Voz de Mujer 2011

#### ✓ **Descripción del Trabajo de Campo de Controles**

La supervisión consiste en la aplicación de entrevistas a una selección de la muestra realizada. Cada uno de nuestros supervisores recibió una carpeta con su hoja de ruta y credencial. Adicionalmente, recibieron orientación acerca de en qué lugar estaban las direcciones que llevaban.

Con ello se dirigieron a los hogares de los entrevistados para realizar la supervisión. Cuyo registro se reportó al coordinador de grupo de control.

Los 47 supervisores realizaron 263 supervisiones. Podemos decir que cada uno de nuestros supervisores realizaron de promedio 6 observaciones cada uno.

La duración de las entrevistas de supervisión en promedio, de acuerdo a los reportes de los datos entregados fue de promedio 10 minutos.

Dentro de las principales razones por lo cual se controla una encuesta, es que se encuentran diferencias en la cantidad de personas y diferencias de oficio. Los encuestadores en su mayoría no registran a todos los componentes del hogar o bien, registran a otros que no pertenecen al hogar. En todos los casos en que existen diferencia se realiza nuevamente la entrevista o se completa la información faltante. Se puede suponer que esto se debe a la rapidez con que realizan la entrevista, o que confunden el concepto de hogar con el de familia.

El cuestionario aplicado para realizar la supervisión se adjunta en el Anexo 3.

#### **6.4.Resultados del Trabajo de Campo**

Los 157 encuestadores realizaron 3.015 encuestas, lo que revela que en promedio cada encuestador logró 19,2 encuestas.

Los encuestadores han manifestado que una vez logrado el compromiso de respuesta de parte de la entrevistada, la entrevista se realiza con facilidad, sin embargo los principales inconvenientes fueron la extensión de la entrevista y el módulo O, en que se realizan los diferentes test.

Lograr la entrevista no resulta fácil por dos razones principales, la primera es que hay que encontrar a la mujer que cumpla con las características para que pueda ser encuestada, en ello se pierden relativamente muchas visitas porque no hay personas elegibles. La segunda gran dificultad es el tiempo perdido cuando la entrevistada no está disponible, porque no está en su hogar o porque está ocupada al momento de pasar el encuestador, esto se soluciona pasando a distintas horas o haciendo citas pero el esfuerzo es considerable. Del mismo modo, el hecho de ser panel y buscar a la entrevistada se hace más difícil por la movilidad de las personas, el fallecimiento, entre otras.

Debido a que la encuesta el año 2009 no se realizó como si fuera una encuesta panel, sólo se contaba con un registro de dirección de la entrevistada, y en este caso el tiempo transcurrido entre la primera y segunda ronda afecta la calidad de datos de teléfono y correo electrónico.

El tiempo promedio de aplicación fue de 59 minutos, el máximo de 197 minutos y la encuesta que menos duró fue de 20 minutos.

Primero veremos el resultado global de la encuesta que muestra un logro del 100% siendo las regiones más exitosas las de Coihaique con un 155% de logro, región de Magallanes con un 134%, de los Ríos con 126% y de Parinacota con un 120%. Se aprecia que todas las regiones sobrepasaron el 100% de logro.

Cuadro 17: Logro de Encuestas por Región

Región	Objetivo	Logrado	%
1	74	75	101%
2	192	194	101%
3	119	122	103%
4	212	216	102%
5	374	379	101%
6	128	134	105%
7	157	164	104%
8	316	324	103%
9	114	123	108%
10	109	119	109%
11	20	31	155%
12	35	47	134%
13	1.024	1.037	101%
14	54	68	126%
15	74	89	120%
Total	3.002	3.015	100%

Para realizar las 3.015 encuestas reportadas se contó con una muestra de 4.618 direcciones, de ellas 2.992 provenientes del panel de 2009 y 1.626 nuevas direcciones.

Del total de direcciones, 143 eran direcciones no habitacionales, viviendas desocupadas o de residencia temporal, en tanto que, en 208 viviendas no encontramos a una mujer que cumpliera con los filtros para ser encuestadas, 51 viviendas tienen otra razón de no elegible, y finalmente 4.216 direcciones elegibles.

Cuadro 18: Descripción de la Muestra

Estados	N
Muestra Total (direcciones)	4.618
No habitacional, desocupadas o temporales	143
Viviendas sin mujeres encuestables	208
Otra razón no elegible	51
Direcciones elegibles	4.216

### 6.5. Análisis No Respuesta

A continuación se muestran tasas de respuesta, cooperación, rechazo y contacto, para las direcciones elegibles:

Los cálculos están basados en el último estado del cuadro de avance. Las tasas calculadas más abajo corresponden a las siguientes formulas:

- Tasa de respuesta: Es la proporción de entrevistas logradas en relación a todas las visitas efectuadas.

---

- Tasa de cooperación: Es la proporción de entrevistas realizadas en relación a todos los contactos realizados

---

- Tasa de rechazo: Proporción de rechazos en relación a todas las visitas realizadas.

---

- Tasa de contacto: Proporción de contactos sobre el total de visitas realizadas.

---

Donde:

$E$  = Entrevistado

$R$  = Entrevistado Rechazó la Entrevista

*NC = Entrevistado No Disponible*

*O = Otro Motivo de No Entrevista*

*UH = Desconoce existencia de hogares*

*UO = Otra razón de elegibilidad desconocida*

Se desglosa en cada una de las categorías anteriores debido a que se debe distinguir a qué mujeres podemos visitar nuevamente e insistir en tomar la encuesta. Cuando se tienen problemas de direcciones en que a la entrevistada no se puede encuestar, tenemos que desestimar esos casos y reemplazarlos inmediatamente.

Entrevistado No disponible se refiere a que en el momento de la visita el entrevistado no pudo atender al encuestador. De ser así podemos insistir una vez más, esta alternativa también incorpora a quienes están fuera de la ciudad por un tiempo ya sea que ese tiempo sea menor al del periodo de despliegue de encuestadores en terreno en cuyo caso podemos insistir y realizar la entrevista, pero si el tiempo excede al período de trabajo de campo entonces recurrimos a los reemplazos.

Direcciones inubicables pueden presentarse por un mal registro en la muestra empadronada o por error de registro en la muestra. Como no tenemos otros registros donde corroborar la información no podemos insistir en esos casos.

Los otros motivos se deben analizar en detalle para establecer una nueva estrategia de contacto de ser necesario.

Dado que es una encuesta de panel es recurrente encontrar mujeres que se han cambiado a dirección desconocida, por lo que no podemos concretar la entrevista, en algunos casos es posible encontrar a la informante ya que contamos con el teléfono o correo electrónico, además de consultar con vecinos el posible domicilio de la entrevistada.

De la misma forma, hay casos en que la entrevistada ha fallecido, por lo que esa encuesta se pierde inmediatamente.

Si la entrevista es rechazada rotundamente, entonces no insistimos con el entrevistado; de no ser así enviamos un nuevo encuestador a intentar rescatar esa encuesta.

A continuación presentamos los cálculos de las tasas descritas anteriormente, para el cuadro de avance, es decir para los individuos y folios reportados.

Cuadro 19: Resumen de Estados de Respuestas

Región	E	R	NC	O	UH	UO	Total
1	72	11	5	3	9	7	107
2	191	6	38	16	19	12	282
3	118	5	35	9	15	5	187
4	194	3	10	8	55	41	311
5	370	34	55	6	14	40	519
6	127	13	28	2	5	17	192
7	176	0	6	9	10	12	213
8	338	28	41	8	40	11	466
9	115	12	21	5	1	1	155
10	110	5	12	8	1	5	141
11	22	3	3	1	0	0	29
12	35	10	16	1	0	2	64
13	1025	42	145	88	7	50	1357
14	53	0	13	8	2	0	76
15	69	7	13	8	6	14	117
Total	3015	179	441	180	184	217	4216
%	71,5%	4,2%	10,5%	4,3%	4,4%	5,1%	100,0%

Cuadro 20: Cálculo de tasas de respuesta, cooperación, rechazo y contacto del último estado de respuesta por Región.

Región	TRR	TCC	TR	TC
1	67,3%	83,7%	10,3%	80,4%
2	67,7%	89,7%	2,1%	75,5%
3	63,1%	89,4%	2,7%	70,6%
4	62,4%	94,6%	1,0%	65,9%
5	71,3%	90,2%	6,6%	79,0%
6	66,1%	89,4%	6,8%	74,0%
7	82,6%	95,1%	0,0%	86,9%
8	72,5%	90,4%	6,0%	80,3%
9	74,2%	87,1%	7,7%	85,2%
10	78,0%	89,4%	3,5%	87,2%
11	75,9%	84,6%	10,3%	89,7%
12	54,7%	76,1%	15,6%	71,9%
13	75,5%	88,7%	3,1%	85,1%
14	69,7%	86,9%	0,0%	80,3%
15	59,0%	82,1%	6,0%	71,8%
Total	71,5%	89,4%	4,2%	80,0%



## 7. Análisis de los datos de la Encuesta

---

En esta sección se presentan los principales resultados obtenidos a partir de los datos recolectados en el levantamiento de la Encuesta Voz de Mujer.

Para simplificar al investigador, los datos se presentan en 2 bases de datos:

- La primera base contiene la información correspondiente a los 4 primeros módulos, Módulo A: Composición del Hogar, Módulo B: Educación, Módulo C: Situación Laboral, Módulo D: Ingresos y finalmente Módulo D1: Salud. En estos módulos cada una de las preguntas se realiza para cada miembro del hogar.
- La segunda base de datos contiene las preguntas de los Módulos E al M y el Módulo O. En estos módulos las preguntas no se realizan a todo el hogar sino sólo a la mujer seleccionada. A diferencia de la base de 2009, el Módulo H: Cuidado familiar, desde la pregunta H9 a la H18, se incluyeron en la misma base con nombres que permiten su identificación.

### **Base de Datos Hogar**

#### **Módulo A: Composición del Hogar**

En este módulo se indaga acerca de la composición del hogar de la entrevistada, en términos de los núcleos familiares que existen en el hogar, sexo, edad, relación de parentesco y estado civil.

El total de entrevistadas es de 3.015, y si contabilizamos todos los integrantes de los hogares de estas mujeres, se obtiene un total de 11.805 personas. Del total de entrevistados podemos observar que un 51% son mujeres.

Por otra parte y tal como se muestra en el cuadro siguiente, del total de mujeres entrevistadas, sólo un 29% de ellas se declara como jefa de hogar, un 47% se declara como cónyuge del jefe de hogar y un 20% son hijas del jefe de hogar.

Cuadro 21: Parentesco con jefe de hogar Entrevistadas

Parentesco Jefe de Hogar	%
Jefe del hogar	28,51
Cónyuge o pareja	46,64
Hijo(a), hijastro(a)	19,56
Padre o madre	0,37
Suegro(a)	0,09
Yerno o nuera	1,38
Nieto(a)	1,96
Hermano(a)	0,57
Cuñado(a)	0,14
Otro familiar	0,53
No familiar	0,26
Total	100,00

Fuente: Base de datos Voz de Mujer 2011

El 43% de las entrevistadas seleccionadas están casadas y un 15% declara que convive con una pareja. El 28% de las entrevistadas se declara soltera.

### Módulo B: Educación

El módulo B pretende recoger la información relativa al nivel educacional de la entrevistada y de los integrantes de su hogar. De acuerdo a la información obtenida se observa que cerca de un 30% de los entrevistados asiste a algún establecimiento educacional, mientras que si sólo consideramos a las entrevistadas se observa que las que asisten a algún establecimiento educacional son sólo el 8%.

Cuadro 22: Asiste a establecimiento educacional de Entrevistadas

Asiste a Establecimiento Educacional	%
Sí	7,67
No	92,33
Total	100,00

Fuente: Base de datos Voz de Mujer 2011

En relación al nivel educacional obtenido por los entrevistados, un 25% declara tener educación básica y más del 29% tiene educación media científico humanista, por otra parte, casi un 4% tiene educación universitaria completa. Si sólo consideramos a las personas que asisten a algún establecimiento educacional, vemos que menos de un 2% asiste a sala cuna, mientras que un 12% asiste a jardín infantil.

Por otra parte, si consideramos sólo a las mujeres seleccionadas, un 19% tiene educación básica, un 36% educación media científico humanista, un 9% educación media técnica profesional y un 5% tiene educación universitaria completa.

Cuadro 23: Nivel Educacional de Entrevistadas

Nivel Educacional	%
Preparatoria (sistema antiguo)	4,43
Educación básica	18,96
Educación diferencial	0,21
Humanidades (sistema antiguo)	3,25
Educación media científico-humanista	36,45
Técnica, comercial, industrial o normalista	2,57
Educación media técnico profesional	8,79
Centro de formación técnica incompleta	0,76
Centro de formación técnica completa	3,90
Instituto profesional incompleta	2,28
Instituto profesional completa	3,38
Educación universitaria incompleta	4,75
Educación universitaria completa	5,18
Universidad de postgrado	1,10
Ninguno	1,66
No responde	0,15
No sabe	2,18
Total	100,00

Fuente: Base de datos Voz de Mujer 2011

### Módulo C: Situación Laboral

Este módulo revisa la situación laboral de todos los miembros del hogar mayores de 15 años. A partir de las preguntas C1, C2, C3, C4 y C5 se crea la variable "situación ocupacional" (sit\_ocu) en que se diferencia a los trabajadores ocupados, desocupados y a los inactivos. De acuerdo a esta variable se observa que un 56% de los mayores de 15 años son ocupados, mientras que un 40% son inactivos. Si consideramos sólo a las mujeres entrevistadas, se encuentra que un 55% son ocupadas, un 5% son desocupadas y un 40% inactivas.

Cuadro 24: Situación Ocupacional del Hogar

Situación Ocupacional	Frecuencia	Porcentaje
Ocupados	6.593.680	56,21
Desocupados	418.649	3,57
Inactivos	4.718.509	40,22
Total	11.730.838	100,00

Fuente: Base de datos Voz de Mujer 2011

Al preguntar por la condición de actividad, se observa que un 21% trabaja como independiente, es decir patrón o empleador y trabajador por cuenta propia. En cambio, se encuentra que los trabajadores dependientes, los empleado u obrero del sector privado corresponden a un 62%. Si consideramos sólo a las mujeres entrevistadas, el porcentaje de trabajadores independientes aumenta a 24%, y el de empleados y obreros del sector privado disminuye a 47%, por otra parte aumenta fuertemente el de empleadas doméstica, en que el porcentaje alcanza el 10%.

#### **Módulo D: Ingresos del Hogar**

Este módulo pregunta por todos los ingresos que tienen los integrantes del hogar, mayores de 15 años. Se pregunta acerca de ingresos del trabajo para dependientes e independientes, ingresos de jubilación o renta, ingresos de intereses y rentas provenientes de acciones, bonos, propiedades, etc. Por último se pregunta por subsidios del estado.

Es importante mencionar que todas las preguntas de este módulo tienen la opción de preguntar por tramos de ingreso cuando el entrevistado se niega a declarar los ingresos en monto. Para esto se utiliza la siguiente tarjeta, que contiene los siguientes tramos de ingreso.

- |                              |
|------------------------------|
| 1. Menos de \$64.000         |
| 2. \$64.001 a \$132.000      |
| 3. \$132.001 a \$250.000     |
| 4. \$250.001 a \$350.000     |
| 5. \$350.001 a \$450.000     |
| 6. \$450.001 a \$650.000     |
| 7. \$650.001 a \$850.000     |
| 8. \$850.001 a \$1.050.000   |
| 9. \$1.050.001 a \$1.250.000 |
| 10. Más de \$1.250.000       |

### **Base de Datos Entrevistada**

La base datos de la entrevistada comienza con el Módulo O en que se realizan los diferentes test planteados por los investigadores para la ronda de 2011.

### **Módulo E: Situación Laboral Actual**

Este módulo es el segundo de los 10 módulos en que se recoge sólo información de la entrevistada y no de todo su hogar. Este módulo revisa la historia laboral de la entrevistada, y se realizan preguntas específicas para las inactivas y desocupadas.

La primera pregunta del módulo indaga en el número de trabajos con remuneración o pago que ha tenido la mujer seleccionada. Los resultados de esta pregunta muestran que casi un 11% de las entrevistadas no ha trabajado nunca por una remuneración o pago y un 39% ha tenido entre 1 y 2 trabajos con remuneración o pago.

En relación a la pregunta E2. "¿A qué edad tuvo su primer trabajo con remuneración o pago?" el 32% de las entrevistadas declara que su primer trabajo remunerado fue antes de los 18 años y un 18% declara que su primer trabajo fue a los 18 años. Del total de mujeres que declaran haber trabajado alguna vez, el 84% trabajó antes de los 25 años la primera vez.

Cuando se les pregunta sólo a las mujeres inactivas acerca de hace cuanto tiempo que tuvieron su último trabajo con remuneración o pago, las respuestas muestran

que un 24% nunca ha trabajado y un 51% ha trabajado hace más de 3 años. El resto de las mujeres inactivas ha trabajado durante los últimos 3 años: un 5% ha trabajado hace menos de 3 meses, un 8% tuvo su último trabajo entre 3 meses y 1 año atrás, y un 12% tuvo su último trabajo de 1 a 3 años atrás.

Cuadro 25: Último trabajo que tuvo Inactivas

Último Trabajo	%
0 a 4 semanas	0,81
De 1 a 3 meses	3,75
De 3 meses a 1 año	7,77
De 1 a 3 años	12,05
Más de 3 años	51,60
Nunca he trabajado	24,01
Total	100,00

Fuente: Base de datos Voz de Mujer 2011

De acuerdo a las respuestas obtenidas en la pregunta E6. "¿Cuál es la razón por la que no buscó trabajo o realizó alguna gestión para iniciar una actividad por cuenta propia en las últimas cuatro semanas? En la primera razón un 5% declara que no tiene interés en trabajar, un 18% declara que no tiene con quién dejar a los hijos, un 16% que quiere cuidar ella a sus hijos y un 17% por quehaceres del hogar.

En relación a la principal condición bajo la cual las mujeres estarían dispuestas a trabajar, las alternativas que tienen mayor frecuencia son: "bajo ninguna condición trabajaría" (42%), "flexibilidad en horario de trabajo" (16%), "un buen sueldo" (14%), "por necesidad económica" (7%).

Cuando se realizan estas mismas preguntas a las mujeres que se declaran desocupadas se observan diferencias principalmente al declarar la fecha del último trabajo realizado, ya que las mujeres desocupadas que nunca han trabajado o que su último trabajo fue hace más de 3 años suman un 17% y las que tuvieron su último trabajo hace menos de 3 meses son el 30%.

Cuadro 26: Último trabajo que tuvo Desocupadas

Último Trabajo	%
0 a 4 semanas	8,78
De 1 a 3 meses	21,39
De 3 meses a 1 año	20,78
De 1 a 3 años	32,15
Más de 3 años	12,41
Nunca he trabajado	4,50
Total	100,00

Fuente: Base de datos Voz de Mujer 2011

Es interesante observar que más del 71% de las entrevistadas desocupadas declara que si siente que le ha costado encontrar trabajo, y las razones de esto son principalmente: por falta de ofertas de trabajo con buenos sueldos, porque no tienen contactos, o bien porque tiene a su cargo el cuidado de niños, adultos mayores, enfermos o discapacitados de su familia.

### Módulo F: Condiciones Laborales

El objetivo de este módulo es recoger información acerca de las condiciones laborales de las mujeres chilenas. De acuerdo a las primeras preguntas del módulo se puede decir que un 24% de las mujeres que han trabajado durante los últimos 3 años, ya sea ocupadas, inactivas o desocupadas (sin incluir empleadas domésticas) y aquellas que trabajan en establecimientos de 10 personas o más, supervisan el trabajo de otros empleados o les dicen que tienen que hacer. Un 30% declara que tiene un cargo en el que toma decisiones relevantes para la empresa. Considerando este mismo universo, un 50% siente que el trabajo que realiza le exige algún desafío profesional, personal o intelectual.

En la pregunta acerca de si cree que el aspecto físico de alguna manera le ha ayudado a llegar al puesto de trabajo, un 18% responde afirmativamente.

Por otra parte, cuando se indaga acerca de si la mujer se ha sentido discriminada en su lugar de trabajo, un 16% declara que sí, y al indagar en los motivos, los principales son: el sexo, el nivel educativo y su apariencia.

Cuadro 27: Razón de vulneración de derechos en el trabajo

Razón de vulneración de derechos en el trabajo	%
Su situación económica	7,11
Su nivel educativo	15,56
El barrio o lugar donde vive	4,22
Su edad	4,48
Su sexo	16,39
Su nacionalidad	1,73
Su raza o grupo étnico de origen	0,67
Su minusvalía o discapacidad	1,49
Sus preferencias políticas	2,15
Sus preferencias religiosas	0,31
Su apariencia (peso, salud dental, belleza)	9,53
Cargo jerárquico en el lugar de trabajo	8,07
Otra razón	28,30
Total	100,00

Fuente: Base de datos Voz de Mujer 2011

Es interesante ver que cuando se les pregunta a las mujeres si creen que existe diferencia entre el trabajo que puede realizar una mujer comparado con el que puede realizar un hombre en un cargo de alta responsabilidad, un 25% declara que sí. Las razones que dan las mujeres de por qué se generan estas diferencias son: machismo/discriminación, el hombre está más capacitado para cargos de gerencia o altas responsabilidades y la mujer es más ordenada y responsable.

### **Modulo G: Cuidado Familiar (Personas que no son sus hijos)**

En este módulo se indaga sobre cómo la entrevistada lleva a cabo el cuidado de sus hijos o familiares dependientes. Asimismo se indaga sobre la situación más deseable para el cuidado de adultos mayores dependientes, en que se encuentra que un 45% declara el cuidado debiese ser exclusivamente de un familiar (hijos, hijas, pareja, nuera o yerno), seguido de una persona que viva en el hogar con un 24% y un 23% asevera que lo debería cuidar una persona contratada con participación de la familia.



## **Módulo H: Cuidado Familiar (Hijos)**

En este módulo se recopila información de uso de salas cunas, jardines infantiles, entre otros tipo de cuidado de los niños. Y sobre la experiencia que la entrevistada ha tenido.

La primera pregunta de este módulo dice relación con los posibles conflictos con la pareja debido al cuidado de hijos, en que el 18% declara que sí le ha generado algún tipo de conflicto o pelea.

## **Módulo I: Finanzas del Hogar**

Este módulo rescata información de las finanzas del hogar en término de distribución de roles, pagos, gastos, ahorros y deudas.

Se encuentra que en un 47% de los casos es el cónyuge o pareja el proveedor principal del hogar y en 30% es la entrevistada. En cambio, la administración de los recursos por lo general la realiza la entrevista (61%) y el cónyuge o pareja en el 18% de los casos.

## **Módulo J: Distribución de roles al interior del hogar**

En este módulo se profundiza en los roles dentro del hogar, y la distribución de tareas entre sus miembros.

Cuando se pregunta sobre quién es la persona que se encarga de tareas como, lavar la ropa y planchar, hacer el aseo de la casa y preparar la comida en más del 75% de los casos es la entrevistada quién las realiza, en cambio cuando se pregunta por efectuar reparaciones menores en la casa es el cónyuge quien principalmente se encarga (38%).

## **Módulo K: Historia Individual**

Este módulo pretende identificar la situación de los padres de la entrevistada, y su historia previa. Aquí se encuentra que en un 89% de los casos la entrevistada vivió con su padre o madre biológico(a).

Además se pregunta sobre la situación del hogar en que creció y la mayoría de las mujeres declaran haber sido buena (41%), seguida de regular (38%).

Cuadro 28: Situación económica del hogar en que creció

Situación Económica	%
Excelente	2,44
Muy buena	4,42
Buena	41,29
Regular	38,15
Mala	11,36
Muy Mala	2,26
No responde	0,07
Total	100,00

Fuente: Base de datos Voz de Mujer 2011

### **Módulo L: Salud**

Este módulo determina varias aristas de la salud de la entrevistada y de los cuidados entregados a sus hijos, tanto en la maternidad como en la lactancia.

El sistema de salud que tienen mayormente las mujeres es grupo A de Fonasa con un 33% seguida de Fonasa grupo B con un 26% y sólo un 10% declaró haber tenido Isapre.

### **Módulo M: Mujer, sociedad civil y política**

Este módulo incluye preguntas de participación de la mujer en la sociedad. Se encuentra que un 19% de las mujeres participan o están vinculadas a alguna organización social y un 61% está inscrita en el registro electoral.

## 8. Anexos

---

Anexo 1: Cuestionario\_Encuesta\_Piloto

Anexo 2: Cuestionario\_Encuesta\_Final

Anexo 3: Cuestionario\_Control\_2011

Anexo 4: Manual\_Encuestadores

Anexo 5: Presentación Capacitación



Departamento de Economía

Universidad de Chile