

UNIVERSIDAD DE VALPARAISO
FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS Y ADMINISTRATIVAS
ADMINISTRACION DE NEGOCIOS INTERNACIONALES

ESTUDIO PANEL CASEN:
METODOLOGÍA Y PUNTO DE REFERENCIA PARA CARACTERIZAR LA
REALIDAD SOCIOECONÓMICA DE UN PAÍS

Autor
EDUARDO ANTONIO MAUREIRA ADRIAZOLA

INFORME DE PRÁCTICA PROFESIONAL PRESENTADO A LA
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS INTERNACIONALES
DE LA UNIVERSIDAD DE VALPARAÍSO PARA OPTAR AL
GRADO DE LICENCIADO EN NEGOCIOS INTERNACIONALES
TÍTULO PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS
INTERNACIONALES

PROFESOR GUIA: ANDRES BERNALTOBAR

Santiago, Marzo 2014



UNIVERSIDAD DE VALPARAISO
FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS Y ADMINISTRATIVAS
ADMINISTRACION DE NEGOCIOS INTERNACIONALES

ESTUDIO PANEL CASEN:
METODOLOGÍA Y PUNTO DE REFERENCIA PARA CARACTERIZAR LA
REALIDAD SOCIOECONÓMICA DE UN PAÍS

Autor
EDUARDO ANTONIO MAUREIRA ADRIAZOLA

INFORME DE PRÁCTICA PROFESIONAL PRESENTADO A LA
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS INTERNACIONALES
DE LA UNIVERSIDAD DE VALPARAÍSO PARA OPTAR AL
GRADO DE LICENCIADO EN NEGOCIOS INTERNACIONALES
TÍTULO PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS
INTERNACIONALES

PROFESOR GUIA: ANDRES BERNAL TOBAR

Santiago, Marzo 2014

AGRADECIMIENTOS

Quisiera partir agradeciendo a mi familia, principalmente a mis padres por sus enseñanzas y valores.

A mi compañera por su paciencia, cariño y amor. Por darme ánimo y levantarme cuando todo era gris

A mis amigos que forman parte importante de mi vida, por creer siempre en mí y mis capacidades, apoyándome en este proceso y sentirlo como propio.

Uno de los principales pilares y por el cual se mueve cada decisión en mi vida, es por un pequeño llamado Gustavo, mi hijo, a quien debo responder por mis acciones y espero estar a la altura de corresponderle, este es el primer paso a ello.

A todos ustedes gracias.

Un abrazo fraterno.

Índice

SIGLAS O ABREVIATURAS.....	6
INTRODUCCIÓN.....	7
OBJETIVO GENERAL.....	10
OBJETIVOS ESPECÍFICOS	10
CAPÍTULO I	11
MARCO TEÓRICO	11
1.1 Conceptos y Definiciones	11
1.2 Metodologías de la Investigación	14
1.3 Encuesta CASEN	16
1.4 Estudio Longitudinal.....	17
1.4.1 Tipos de Panel	17
1.5 Panel CASEN.....	20
1.6 Metodología Encuesta Panel CASEN.....	22
1.6.1. Diseño Muestral.....	22
1.6.2 Reglas de Seguimiento	22
1.6.3 Tamaño muestral	24
1.6.4 Unidad de análisis	25
1.6.5 Instrumentos.....	26
1.6.6 Ventajas y Desventajas del Estudio Panel de Caracterización Socioeconómica Nacional	28
CAPÍTULO II	30
Descripción de la empresa.....	30
2.1 Historia.....	30
2.2 Observatorio Social	32
Misión	35
Visión.....	35
2.3 Descripción del Observatorio Social	36

2.4 Experiencia del Observatorio Social.....	38
2.5 Estructura Organizacional Observatorio Social.....	39
CAPÍTULO III	40
Descripción de las Funciones Realizadas	40
3.1 Trabajo Desarrollado.....	40
3.1.1 Responsabilidades de Gestión del Trabajo de Campo.....	41
3.1.2 Responsabilidades Administrativas del Trabajo de Campo	42
3.2 Problemas Encontrados	43
3.3 Soluciones y Acciones Propuestas	48
Mejoramiento De Evaluación De Desempeño A Encuestadores	56
3.4 Descripción de los resultados	58
CAPÍTULO IV.....	61
4.1 CONCLUSIONES.....	61
4.1.1 Cambios en la Estructura Socioeconómica de los Individuos y los Hogares.....	62
4.1.2 Cambios en la Caracterización Demográfica de la Población	67
4.1.3 Cambios en la Movilidad Laboral	70
ANEXOS	77
PROYECTOS RELEVANTES DEL OBSERVATORIO SOCIAL.....	77

SIGLAS O ABREVIATURAS

- RAE (Real Academia Española, Diccionario De la lengua Española)
- OSUAH (Observatorio Social Universidad Alberto Hurtado)
- CASEN (Encuesta Caracterización Socio-Económica Nacional)
- AMA (American Marketing Association)
- EPC (Encuesta Panel Casen)
- PDA (Personal Digital Assistant)
- PAPI (Paper and Pencil Interview)
- MOM (Miembros originales de la Muestra)
- MTM (Miembros Temporales de la Muestra)
- ISER (Institute of Social and Economic Research)
- RAND (Research and Development)
- ESOMAR (European Society of Opinion andMarketing Research)
- ICARE (Instituto Chileno de Administración Racional de Empresas)
- AIM (La Asociación Chilena de Empresas de Investigación de Mercado)

INTRODUCCIÓN

En el actual mundo globalizado se hace cada vez más imperioso obtener información relevante y de calidad para la toma de decisiones tanto en la empresa privada como en el ámbito público.

Es cada vez más frecuente que las decisiones sean tomadas a través de los resultados arrojados por estudios de investigación, sean estos llamados estudios de investigación de mercados o estudios de investigación social. Bajo esta realidad han surgido las empresas dedicadas al levantamiento de información con diversas metodologías de estudio.

La realización de estos estudios pretende levantar datos de calidad, información consistente y coherente; responsable y ética, en el manejo de la confidencialidad de la información levantada. Debe ser relevante en cuanto a que la información debe ser útil, cumpliendo con los términos de referencia pactados al inicio del levantamiento y de acuerdo a las necesidades de los sectores mandantes de los estudios realizados.

La práctica fue realizada en el Centro Observatorio Social de la Universidad Alberto Hurtado (OSUAH). Este Centro se dedica al estudio e investigación social, levantando información relevante para el desarrollo del país, aportando en el mejoramiento de Programas y Políticas Públicas del Estado Chileno.

Las principales razones que impulsaron a realizar la práctica en este centro de estudios se enmarcan en:

Las oportunidades profesionales que entrego este centro en términos de aprendizaje de cómo se desarrollan los estudios de investigación y la importancia de éstos en la toma de decisiones estratégicas de las Políticas Públicas.

En el período que se extendió la práctica, se destacan principalmente las siguientes cualidades que marcaron profundamente el desarrollo profesional:

Expertis en el levantamiento de información: OSUAH es un Centro de investigación sólido, con profundo sentido del perfeccionamiento y calidad del trabajo realizado. Desempeñarme profesionalmente en este centro, complementó de forma concreta el interés sobre estudios de investigación vistos durante los años de carrera, aportando una gran experiencia en lo que respecta al trabajo de campo del levantamiento de información.

Capacidad de Gestión y desarrollo de equipos de trabajo: El realizar estudios complejos a nivel nacional requiere movilizar una gran cantidad de recursos humanos y materiales para el desarrollo del trabajo de campo de cualquier estudio de investigación. La experiencia alcanzada a liderar equipos de trabajo de gran magnitud implica un trabajo logístico orientado al perfeccionamiento y solidez de los mismos, comprobando la capacidad como planificador de equipos de trabajo y control de los mismos.

Metodologías de investigación: El Observatorio Social, se distingue por el desarrollo metodológico aplicado en los diferentes Estudios de Investigación. Realizar la práctica en este centro, aportó en el desarrollo profesional, conocer distintos enfoques

metodológicos para la elaboración de estudios y lograr aplicar de forma real distintas metodologías de levantamiento claves para el desarrollo de investigaciones, utilizadas tanto en estudios de mercado como sociales.

La función que desempeñé fue de Jefe Zonal de la Región Metropolitana de la Encuesta Cuarta Ronda Panel Casen 2009 Estudio longitudinal, que tiene su primera ola o versión en la encuesta de Caracterización Socio Económica Nacional 2006 (CASEN 2006), reconociendo este estudio como muestra original. Se desarrollaron los paneles de investigación en las olas correspondientes al año 2007-2008-2009, siendo la última aplicación la ola 2009. El objetivo fue encuestar a todos los miembros originales de la muestra CASEN 2006 y que respondieron el estudio en las olas siguientes para comparar la movilidad social de los grupos económicos de acuerdo a su nivel de desarrollo en el ámbito de la educación, salud, habitabilidad y protección social.

El contenido de este trabajo radica principalmente en dar a conocer la metodología utilizada en el levantamiento de la encuesta Panel de Caracterización Socioeconómica Nacional (Panel Casen) y cómo incide en las decisiones económicas y de negocios en otras sociedades y mercados para la definición de estrategias internacionales.

OBJETIVO GENERAL

- Explicar el marco metodológico de la Estudio Panel de Caracterización Socioeconómica Nacional (Panel CASEN), que sirva de referencia a la caracterización de la realidad socioeconómica de un país y exponer la experiencia en el observatorio Social de la Universidad Alberto Hurtado.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Dar a conocer la metodología de investigación aplicada por el Centro para la realización del estudio de Panel de Caracterización Socio Económica Nacional (PANEL CASEN).
- Describir las Gestiones Administrativas en el proceso de levantamiento de información para el estudio PANEL CASEN.
- Identificar los principales indicadores de análisis Socioeconómicos de la Panel CASEN para su utilización en los negocios internacionales.

CAPÍTULO I

MARCO TEÓRICO

1.1 Conceptos y Definiciones

➤ Ideas de investigación:

Según la R.A.E: Ingenio para disponer, inventar y trazar una cosa¹.

Las investigaciones se originan en ideas. Para iniciar una investigación siempre se necesita una idea. Las ideas constituyen el primer acercamiento a la realidad que habrá de investigarse².

Existe una gran variedad de fuentes que pueden generar ideas de investigación, entre las cuales podemos mencionar las experiencias individuales, materiales escritos (libros, revistas, periódicos y tesis), teorías, descubrimientos producto de investigaciones, conversaciones personales, observaciones de hechos, creencias y aún presentimientos.

Sin embargo, las fuentes que originan las ideas no se relacionan con la calidad de éstas.

¹Real Academia Española, Diccionario De la lengua Española
http://buscon.rae.es/drae/?type=3&val=idea&val_aux=&origen=REDRAE, 08.01.2014, 22.40 PM

²Sampieri Hernández, Roberto, Metodología de la investigación, Editorial MC Graw-Hill, México, pág. 2

➤ Investigación:

Proceso mediante el cual se intenta encontrar de manera sistemática y con hechos demostrables, la respuesta a una pregunta de investigación o la solución de un problema³.

➤ Investigación Social:

Conocer y/o producir conocimientos en relación a fenómenos, eventos o situaciones de carácter social. Con esto se quiere decir, explicar o por lo menos describir las razones, causas y relaciones que intervienen en la producción de ese fenómeno, evento o situación, con el objetivo de integrarlo al campo del conocimiento⁴.

➤ Investigación de Mercados:

La American Marketing Association (AMA) la define como: La función que enlaza al consumidor, al cliente y al público con el comercializador a través de la información. Esta información se utiliza para identificar y definir las oportunidades y los problemas del marketing; como también para generar, perfeccionar y evaluar las acciones de marketing y mejorar la comprensión del marketing como un proceso.

³Ávila Baray, H.L. (2006) Introducción a la metodología de la investigación Edición electrónica, pág. 5

⁴Gómez-Peresmitre, Gilda – Reidl, Lucy, Metodología de la investigación en ciencias sociales, http://blogs.enap.unam.mx/asignatura/carlos_salgado/wp-content/uploads/2012/10/Metodolog%C3%ADa-de-la-Invetigaci%C3%B3n-en-ciencias-sociales.pdf, 08.01.2014,23.06 PM pág. 16

La investigación de mercados especifica la información requerida para abordar estos problemas, diseña el método para recolectar la información, dirige e implementa el proceso de recolección de datos, analiza los resultados y comunica los hallazgos y sus implicaciones⁵.

➤ Método:

“Camino para alcanzar una meta. Sistema de principios (identidad, contradicción, Exclusión) y normas (inducción, deducción) de razonamiento para establecer conclusiones en forma objetiva”.⁶

➤ Método Científico:

“El método científico es un procedimiento tentativo, verificable, de razonamiento riguroso y observación empírica, utilizado para descubrir nuevos conocimientos a partir de nuestras impresiones, opiniones o conjeturas, examinando las mejores evidencias disponibles en favor y en contra de ellas”.⁷

⁵Kinnear, Thomas C.; Taylor, James R., investigación de mercados, editorial MC Graw-Hill, 5ªEd. Pág. 5.

⁶Curso de metodología de la investigación, <http://www.inegi.org.mx/inegi/spc/doc/INTERNET/22-%20CURSO%20DE%20METODOLOG%20C3%8DA%20DE%20LA%20INVESTIGACI%20C3%93N.pdf>, pág. 13 12.02.2014, 14.40 PM

⁷Curso de metodología de la investigación, <http://www.inegi.org.mx/inegi/spc/doc/INTERNET/22-%20CURSO%20DE%20METODOLOG%20C3%8DA%20DE%20LA%20INVESTIGACI%20C3%93N.pdf>, pág. 13, 12.02.2014, 14.40 PM

1.2 Metodologías de la Investigación

“Los avances en la metodología de la investigación de mercados son paralelos al desarrollo de la metodología en las ciencias sociales, de las cuales el marketing forma parte. Los avances metodológicos realizados por psicólogos, economistas, sociólogos, expertos en ciencias políticas, estadísticos y otros, tuvieron una marcada influencia en la metodología de la investigación de mercados y en consecuencia su historia se entrelaza con el desarrollo histórico de las ciencias sociales.

La investigación de mercado realizó avances metodológicos importantes desde 1910 hasta 1920. Los estudios de cuestionarios o las encuestas se convirtieron en las formas populares de recolección de datos. Con el crecimiento de la investigación de encuestas surgieron los mejoramientos en los diseños de los cuestionarios y la elaboración de preguntas, junto con un conocimiento de sesgos resultantes del procedimiento de elaboración de preguntas y entrevistas. Varios sociólogos que ingresaron al campo se interesaron en trabajar en estos problemas metodológicos aplicados. Esto estableció un vínculo metodológico de comunicación entre marketing y las otras ciencias sociales que existen.

Durante la década de los años treinta, el muestreo se convirtió en un tema metodológico serio. A medida que la capacitación estadística se desarrollaba más allá de la estadística descriptiva (cálculo de medias, varianzas, correlación simple y construcción de número índices) hacía un énfasis en la estadística inferencial y los procedimientos de muestreos

no probabilísticos se vieron sometidos a una fuerte crítica. Los modelos de enfoques de muestreo probabilístico ganaron aceptación gradual durante este periodo.

La innovación metodológica se fue desarrollando a un ritmo continuo desde 1950 hasta comienzos de la década de los años sesenta. En este periodo ocurrió un desarrollo importante: la comercialización a gran escala del computador digital. El computador incremento rápidamente el ritmo de la innovación metodológica, en especial en el área de la investigación de mercados cuantitativa.

En la década de los años noventa, los avances tecnológicos en los computadores y áreas relacionadas tienen un impacto importante en muchos aspectos de la profesión de investigación de mercados. Entre estos se incluyen los lectores ópticos de barras localizadas en las cajas registradoras de los supermercados, que suministran datos de paneles; las entrevistas telefónicas asistidas por computador, el análisis de datos por medio de terminales remotas y microcomputadores y el potencial para realizar entrevistas a través de sistemas de televisión por cable de doble vía”.⁸

⁸Kinnear, Thomas C.; Taylor, James R., Investigación de mercados. Editorial Mc Graw Hill, 5a. edición, pág. 30-31

1.3 Encuesta CASEN

La Encuesta de Caracterización Socioeconómica Nacional(Casen) es realizada por el Ministerio de Desarrollo Social con el objetivo de disponer de información que permita:

- Conocer periódicamente la situación de los hogares y de la población, especialmente de aquella en situación de pobreza y de aquellos grupos definidos como prioritarios por la política social, con relación a aspectos demográficos, de educación, salud, vivienda, trabajo e ingresos. En particular, estimar la magnitud de la pobreza y la distribución del ingreso; identificar carencias y demandas de la población en las áreas señaladas y evaluar las distintas brechas que separan a los diferentes segmentos sociales y ámbitos territoriales.
- Evaluar el impacto de la política social: estimar la cobertura, la focalización y la distribución del gasto fiscal de los principales programas sociales de alcance nacional entre los hogares, según su nivel de ingreso, para evaluar el impacto de este gasto en el ingreso de los hogares y en la distribución del mismo.

Su objeto de estudio son los hogares que habitan las viviendas particulares que se ubican en el territorio nacional, exceptuando algunas zonas muy alejadas o de difícil acceso, así como las personas que forman parte de esos hogares.

Además del contexto nacional, la Encuesta Casen considera como dominios de estudio las regiones, y sus ámbitos urbano y rural.

La Encuesta Casen es realizada por Ministerio de Desarrollo Social desde el año 1985 con una periodicidad bianual o trianual. Hasta ahora, las encuestas aplicadas corresponden a los años 1985, 1987, 1990, 1992, 1994, 1996, 1998, 2000, 2003, 2006, 2009 y 2011.⁹

1.4 Estudio Longitudinal

Una encuesta longitudinal de panel es aquella que reúne datos, a partir de la misma muestra, en múltiples ocasiones a través del tiempo. Estos datos son recopilados a través de los mismos elementos muestrales en múltiples ocasiones a través del tiempo, la distinción de las encuestas longitudinales es el proceso de levantamiento de datos.

Para este estudio solo se tomara como referencia el estudio longitudinal panel.

1.4.1 Tipos de Panel

El diseño de encuestas longitudinales puede dividirse en cinco grandes categorías que definen una estrategia para la recogida de información muestral de los ciclos, esta última, conocida como el tipo de panel.¹⁰

⁹Ministerio de desarrollo social, Encuesta Casen,
http://observatorio.ministeriodesarrollosocial.gob.cl/casen/casen_obj.php, 13.01.2014, 22.51 PM

¹⁰ Limber, Alvaro, encuestas longitudinales y tipos de panel,
<http://alvarostatistics.wordpress.com/2011/09/29/encuestas-longitudinales-y-tipos-de-panel/>, 13.02.2014, 23.25 PM

- Paneles fijos:

Recoge los datos de la encuesta de las mismas unidades en múltiples ocasiones (ciclos).

La mayor dificultad es la muerte muestral de ciclo a ciclo, para su planificación se debe considerar el tiempo de ciclo a ciclo y la tasa de muerte muestral.

- Paneles fijos más nacimientos:

Símil a los paneles fijos, pero se añade en cada ciclo una muestra adicional (Nacimientos)

eliminando la influencia de la muerte muestral y cada muestra en cada ciclo es un representante transversal.

- Paneles repetidos:

Cada panel representa una población equivalente, misma definición de población en un punto del tiempo diferente. El objetivo de este tipo de panel es entender los dinamisismos del cambio por cada población. Cuando se analiza a cada ciclo, se hace importante ver las estimaciones de cada población.

- Paneles rotativos:

Se sustituyen proporciones predeterminadas de unidades muestrales en cada ocasión del trabajo de campo (Normalmente cada unidad permanece en la muestra durante el mismo número de años). Cada muestra representa a la población y se recolecta la misma información durante cada ciclo.

- Paneles divididos:

Incluye una combinación de muestras transversales en cada ocasión.

1.5 Panel CASEN

La Encuesta Panel Casen tiene por objetivo entregar información estadística para el estudio y seguimiento de las condiciones socioeconómicas de los residentes en el país a través del tiempo, que impacten directa o indirectamente en su nivel de bienestar. En este sentido, busca entender fenómenos que son intrínsecamente longitudinales, como son los procesos socioeconómicos y el comportamiento de los hogares y sus condiciones de vida¹¹.

El año 1996 se hace el primer esfuerzo por levantar información longitudinal a partir de la encuesta CASEN, es decir, se sigue a individuos encuestados por CASEN anteriormente y así se obtienen datos de estos en momentos distintos del tiempo. Poco tiempo después, en base a la muestra de CASEN 1996, se realizó la encuesta Panel Casen 1996- 2001- 2006¹².

La Encuesta PANEL CASEN 2006 2007 2008 2009 (EPC) es el tercer estudio longitudinal a partir de la encuesta CASEN en el que se sigue a individuos de hogares seleccionados en una sub-muestra de la encuesta CASEN 2006.

El objetivo principal de la EPC consiste en levantar información para el seguimiento de las condiciones socioeconómicas de los chilenos a través del tiempo, que impacten

¹¹Ministerio de desarrollo social, Encuesta Panel Casen, http://observatorio.ministeriodesarrollosocial.gob.cl/layout/doc/panelcasen/Metodologia_Panel_CASEN_2006-2009.pdf, pág. 11, 22.12.2012, 21.43 PM

¹²Ministerio de desarrollo social, Encuesta Panel Casen 2009, http://observatorio.ministeriodesarrollosocial.gob.cl/layout/doc/panelcasen/informe/Documento_Metodologico_2009.pdf, pág. 6, 22.12.2013, 22.30 PM

directa o indirectamente en su nivel de bienestar. Información esencial para el diseño de las políticas públicas.

Esta encuesta multipropósito pone énfasis en los temas de movilidad social-territorial y dinámicas de ingreso y empleo de la población.

Cada individuo igual o mayor a 15 años contesta personalmente el cuestionario individual a diferencia de como se hace habitualmente en encuestas sociales. Esta vez ya no es un solo miembro del hogar el que entrega información respecto de cada uno de los otros individuos. Lo anterior significa mayores esfuerzos para encontrar a todos los miembros del hogar de 15 años o más, pero permite obtener información más exacta y confiable.

Por otro lado, la encuesta se aplica mediante Agenda Electrónica (llamada también PDA), pasando de la tradicional encuesta que es realizada con papel y lápiz (método PAPI) al método en que el encuestador debe registrar la información en una máquina computacional programada especialmente para ello. Esta innovación evita gran parte de los errores humanos, como errores de registro y saltos de pregunta.

1.6 Metodología Encuesta Panel CASEN

1.6.1. Diseño Muestral

Para la encuesta Panel CASEN se consideró como primera ola a un subconjunto de hogares adecuadamente seleccionados de la encuesta de Caracterización Socioeconómica (CASEN) 2006. Las personas que conformaban estos hogares son denominados miembros originales de la muestra (MOM) y fueron el objetivo del encuestaje en las olas 2007, 2008 y 2009, junto con todas las personas que conformaban en esos años un hogar con ellas, de manera de capturar las condiciones del entorno del individuo objetivo.

Para cada ola, la muestra está estrechamente ligada con las reglas de seguimiento y la muestra lograda en la ola anterior¹³.

1.6.2 Reglas de Seguimiento

A los individuos que conforman los hogares seleccionados en la primera ola, correspondiente a la ola 2006, los denominamos miembros originales de la muestra (MOM). Estos individuos son seguidos y encuestados en las olas posteriores de la encuesta siempre que formen parte de la población de estudio.

En olas posteriores, dado que el hogar no tiene una estructura estable en el tiempo, estas personas pueden compartir un hogar con otras personas distintas a las personas de la ola

¹³Ministerio de desarrollo social, Encuesta Panel Casen 2009, http://observatorio.ministeriodesarrollosocial.gob.cl/layout/doc/panelcasen/informe/Documento_Metodologico_2009.pdf, pág. 8, 22.12.2013, 22.30 PM

1 (2006). A estas personas las llamamos miembros temporales de la muestra (MTM). Los miembros temporales aportan información acerca de la situación del hogar de un individuo original en un momento del tiempo.

Además se considera miembro original de la muestra a los individuos nacidos posteriormente a la ola 1 y cuya madre natural o adoptiva, según corresponda, sea un miembro original. De esta forma se busca capturar los cambios demográficos por muertes y nacimientos que experimenta la población objetivo.

Para asegurar la representatividad requerida por la Panel Casen las reglas de seguimiento establecen:

- Seguir y encuestar a un miembro original de la muestra siempre que se encuentre dentro de la población de estudio y su hogar haya sido encuestado todas las olas previas a la ola actual.
- Encuestar a un miembro temporal de la muestra siempre que conforme un hogar junto a un miembro original.

Es decir, para la ola 4 (2009) de esta encuesta, se planteó seguir a aquellos hogares de la ola 2008 en que al menos una persona fue encuestada personalmente. Estos hogares, por definición de las reglas de seguimiento para la segunda ola, tienen entre sus miembros un MOM.

Al ubicar estos hogares en la ola 4 (2009), podemos encontrar variaciones en su composición. Si el hogar 2009 cuenta entre sus miembros con algún miembro original

de la muestra se considera un hogar objetivo y se busca encuestar personalmente a todos los miembros de ese hogar, incluyendo miembros nuevos que se incorporaron con posterioridad a la ola 2 (2007). Si un miembro del hogar 2009 ya no forma parte de dicho hogar, sólo en aquellos casos en que sea un miembro original de la muestra resulta ser de interés, razón por la cual debe ubicarse y encuestarse junto a todos los miembros de su hogar 2009. Notemos que las reglas de seguimientos se aplican a personas, no a hogares, y para decidir seguir a un individuo MOM basta que un miembro de su hogar 2008 haya contestado un cuestionario personal, independiente si la persona en particular contestó o no un cuestionario personal.

De esta manera para la ola 4 (2009) de esta encuesta, la muestra consiste en todas aquellas personas residentes en un hogar particular en Chile continental en el cual al menos uno de sus integrantes es un miembro original de la muestra que verifica que al menos una persona de su hogar 2008 fue efectivamente encuestada en esa oportunidad¹⁴.

1.6.3 Tamaño muestral

En la ola 3 fueron efectivamente encuestados 6.073 hogares, los cuales no se relacionan uno a uno con los hogares 2006 debido a que los hogares cambian de composición en el tiempo y se forman también nuevos hogares.

En el proceso de encuestaje de la ola 2008 se buscó seguir a los miembros originales de la muestra, incluso en aquellos casos en que se cambiaron de dirección. La información

¹⁴Ministerio de desarrollo social, Encuesta Panel Casen 2009, http://observatorio.ministeriodesarrollosocial.gob.cl/layout/doc/panelcasen/informe/Documento_Metodologico_2009.pdf, pág. 8-9, 22.12.2013, 22.30 P

de estas nuevas direcciones se envió a terreno como información de la muestra de la ola 2009¹⁵.

1.6.4 Unidad de análisis

Una de las principales ventajas de los datos longitudinales por sobre los de corte transversal, es que permite medir cambios rigurosamente. No obstante, esta misma rigurosidad exige entender bien el concepto de hogar en el tiempo. A diferencia de los individuos, los hogares pueden cambiar de "forma" y surge la pregunta de hasta qué punto un hogar es comparable a otro hogar en dos momentos distintos. Se tiene que la definición de hogar es lo suficientemente precisa para un punto del tiempo, pero no a lo largo de él.

En efecto, los hogares en el tiempo pueden cambiar de composición al ganar o perder miembros, al dividirse o, en el sentido contrario, cuando dos o más hogares pasan a formar uno solo. Si se define un hogar longitudinal como aquel que mantiene los mismos miembros ola tras ola, se excluiría un número importante de casos y de información relevante. En este sentido, la Encuesta Panel Casen, por ejemplo, pasaría a ser representativa de "los hogares de 2006 que en las olas posteriores no cambiaron en absoluto de composición". Esto, sin lugar a dudas, restringe mucho el análisis.

Por otra parte, en el estudio del cambio de variables socioeconómicas de interés, como el ingreso, definir un hogar longitudinal es todavía menos recomendable si consideramos

¹⁵Ministerio de desarrollo social, Encuesta Panel Casen 2009, http://observatorio.ministeriodesarrollosocial.gob.cl/layout/doc/panelcasen/informe/Documento_Metodologico_2009.pdf, pág. 9, 22.12.2013, 22.30 PM

que los cambios en los ingresos de los hogares obedecen, por una parte, a cambios en los ingresos del trabajo y por otra parte, a cambios demográficos en el hogar.

En este sentido, el individuo es recomendable como unidad de análisis, pues no cambia y puede ser asociado al bienestar socioeconómico de un hogar en el tiempo. Por estas razones, se acostumbra a tomar el individuo como la unidad de análisis y el hogar como una unidad de medición. Con el individuo como unidad de análisis, los cambios en la composición del hogar se convierten en variables explicativas en modelos de cambio en el bienestar socioeconómico de hogares que son observados para esos individuos.

De acuerdo a las observaciones anteriores, en esta encuesta se optó por considerar al individuo como unidad longitudinal, lo que se ve reflejado en las reglas de seguimiento y en los cuestionarios correspondientes¹⁶.

1.6.5 Instrumentos

A diferencia de la Encuesta CASEN aplicada el 2006, el año 2007 la Encuesta PANEL CASEN introduce una modificación metodológica y se cambia la aplicación de un cuestionario único por hogar por la aplicación de formularios individuales. Se construyen cuatro instrumentos a partir del cuestionario de CASEN 2006, manteniendo esta modificación metodológica durante las tres olas siguientes de la Panel Casen. Uno para el hogar, llamado Cuestionario Hogar y tres para los individuos, específicamente el Cuestionario individual, Cuestionario proxy y Cuestionario menores. El uso de estos

¹⁶Ministerio de desarrollo social, Encuesta Panel Casen 2009, http://observatorio.ministeriodesarrollosocial.gob.cl/layout/doc/panelcasen/informe/Documento_Metodologico_2009.pdf, pág. 11,22.12.2013, 22.30 PM

últimos depende de la edad y presencia en la entrevista de los miembros del hogar. Adicionalmente se aplica un Formulario de seguimiento (similar a una hoja de ruta) que permite y facilita encontrar a los individuos entre una ola y otra.

Los 5 instrumentos que se aplican son:

- **Formulario de Seguimiento:** A través de este formulario, se busca conocer la composición de los hogares y recabar información de contacto que sea de ayuda para poder encontrar a las familias de la muestra en olas posteriores de la encuesta panel. **Este formulario es el primero que se aplica.**

- **Cuestionario de Hogar:** Con este cuestionario se busca medir variables relevantes del hogar encuestado, tales como datos de la vivienda que habita el hogar, patrimonio e ingresos del hogar. Este cuestionario debe ser respondido por el (la) jefe (a) de hogar o su cónyuge y sólo en casos excepcionales por otro miembro del hogar mayor de 18 años.

- **Cuestionario Individual:** Este cuestionario recoge información de carácter individual mediante una entrevista a cada miembro del hogar de 15 años o más.

- **Cuestionario Niño(a):** Este cuestionario busca recabar información de los menores de 15 años miembros del hogar. Para ello debe responderlo la madre, el padre o el tutor del menor.

- **Cuestionario Proxy:** Este cuestionario es aquel que debe ser usado en caso de imposibilidad de encontrar a un individuo mayor de 15 años una vez agotado los intentos de ubicarlo. Este cuestionario debe ser llenado por el cónyuge o pariente mayor de 18 años, que sea miembro del hogar más próximo al individuo por el cual se debe preguntar.¹⁷

1.6.6 Ventajas y Desventajas del Estudio Panel de Caracterización Socioeconómica Nacional

Ventajas:

- Historias continuadas mucho más largas sobre sucesos y transiciones que las que se podrían reunir retrospectivamente en una sola entrevista.
- Datos más precisos de los que sería posible en una sola entrevista con recuerdos retrospectivos.
- Información sobre expectativas y alternativas que no estén afectadas por sucesos y resultados posteriores.
- Análisis de estabilidad o inestabilidad en cuanto a características sociodemográficas.

¹⁷Ministerio de desarrollo social, Encuesta Panel Casen 2009, http://observatorio.ministeriodesarrollosocial.gob.cl/layout/doc/panelcasen/informe/Documento_Metodologico_2009.pdf, pág. 7-8, 13.01.2014, 23.09 PM

- Análisis de características en términos de tiempo de sucesos como son la frecuencia, el momento y la duración de estos.
- Análisis de la naturaleza ordinal de los sucesos, lo cual sirve, para clarificar problemas de causalidad.
- Con muestras representativas, son estudios útiles para identificar esquemas típicos de desarrollo y para identificar factores.
- Permiten identificar variaciones individuales a partir de registros longitudinales.

Desventajas:

- Condicionamiento de los paneles a la muestra objetivo.
- El desgaste de los paneles representativos
- Una muestra de una encuesta longitudinal puede adolecer de una baja tasa de respuesta en comparación con la de una encuesta transversal.
- El diseño de una encuesta longitudinal puede ser ajustado para mejorar la calidad de las estimaciones transversales
- Son estudios que requieren mucho tiempo, resultando demasiado cuantiosos.
- Son estudios afectados inevitablemente por la mortalidad de la muestra, hecho que ocasiona, en algunos casos, escasa representatividad.
- La repetición de entrevistas ocasiona efectos indeseados como el efecto control o efecto medición.

CAPÍTULO II

Descripción de la empresa

2.1 Historia

La Universidad Alberto Hurtado (UAH), fue fundada por la Compañía de Jesús en 1997 con el objetivo de aplicar los principios de la pedagogía ignaciana en el área de la educación superior y la investigación al más alto nivel, formando parte de una tradición universitaria de más de 450 años que está extendida por el mundo en 202 instituciones¹⁸.

La Universidad Alberto Hurtado (UAH), está ubicada en calle Almirante Barroso número 37, comuna de Santiago, Región Metropolitana (RM), Chile.

Actualmente la Universidad ofrece 31 carreras de pregrado, 22 programas de magíster y cerca de 50 diplomados en el ámbito de las Humanidades y las Ciencias Sociales. Cuenta también con un Doctorado en Sociología, experiencia única en Chile. Todos los programas apuntan a promover el progreso de la ciencia y el conocimiento por medio de un espíritu abierto y crítico, que permite un diálogo entre la fe y la cultura¹⁹.

La docencia en la Universidad Alberto Hurtado no sólo aspira a desarrollar las competencias necesarias para el exitoso desempeño profesional de sus estudiantes, sino

¹⁸Universidad Alberto Hurtado, <http://www.uahurtado.cl/universidad>, 06.01.2014, 22.00 PM

¹⁹Universidad Alberto Hurtado, <http://www.uahurtado.cl/universidad>, 06.01.2014, 22.00 PM

que además busca aproximarlos a un modo de encarar la vida y de relacionarse con Dios y el mundo, lo que permite hablar del sello indeleble de la UAH.

Las altas demandas de calidad que se impone la institución, se reflejan en la exigencia de puntajes mínimos para la admisión de los alumnos; en la contratación de académicos de planta con postgrados; en publicaciones e investigaciones; en el desarrollo de programas de magíster y doctorado; y en la existencia de indicadores permanentes de evaluación de la calidad docente, así como en la constante actualización de las mallas curriculares.²⁰

Es por esto, que ha realizado importantes aportes al desarrollo de la investigación y de la intervención en diferentes temáticas de interés público, ya que tiene como uno de sus principales objetivos elaborar estudios, investigaciones y experiencias de alta calidad conceptual y metodológica y también contribuir a la política pública a través de la reflexión, asesoría e intervención social orientados a los sectores más vulnerables²¹.

²⁰Universidad Alberto Hurtado, <http://www.uahurtado.cl/universidad>, 06.01.2014, 22.00 PM

²¹Universidad Alberto Hurtado, <http://www.uahurtado.cl/universidad>, 06.01.2014, 22.00 PM

2.2 Observatorio Social

El Observatorio Social de la Universidad Alberto Hurtado (OSUAH), es un centro de estudios dependiente de la Facultad de Ciencias Sociales, que busca crear un espacio interdisciplinario de exploración e investigación social que levante y proponga información relevante para el desarrollo del país y pueda aportar en forma concreta al desarrollo de programas y políticas sociales, coherente con la misión de la Universidad²².

De esta forma, busca integrar tanto a los académicos y alumnos de la universidad, como también a las instituciones expertas en los temas investigados.

Así, el Observatorio Social asume el desafío de generar datos y conocimiento de excelencia, que permita aportar al mejoramiento del país, participando como protagonista en la observación y reflexión de la sociedad, desde una lógica científica, y bajo una perspectiva normativa, que haga posible la producción de un conocimiento de calidad. Buscando consolidar un sustento empírico para el avance y el cambio en nuestro país, mejorando las condiciones de vida de los chilenos y chilenas, avanzando hacia una sociedad más justa en todos los ámbitos.

²²Observatorio Social, Universidad Alberto Hurtado, <http://www.osuah.cl>, 04.09.2013, 13.00 PM

En este marco se han desarrollado relevantes estudios de carácter nacional, que han alzado información cuantitativa y cualitativa de calidad, siendo uno de los aspectos de mayor relevancia la excelente calidad de los datos, los niveles de rigurosidad y la transparencia con que se presentan a la opinión pública chilena. El OSUAH asume irrestrictamente la postura que todo proceso de observación de la realidad debe estar abierto a la discusión y a la crítica ciudadana.

Los temas de interés del OSUAH, se enmarcan en la diversidad de inequidades observables en el contexto actual, entre ellas, las desigualdades sociales, culturales, económicas, de género y residenciales. Estas materias de estudio se tematizan desde el OSUAH, a través del uso de metodologías longitudinales y de corte transversal, cualitativas y cuantitativas. De miradas teórico-conceptuales coherentes con la alta calidad académica y científico social de la UAH.

De esta forma, un aspecto que se vuelve muy importante en el quehacer del OSUAH es el interés por generar buenas prácticas en las Ciencias Sociales.

El Observatorio Social ha tenido un explosivo crecimiento en el diseño y levantamiento de encuestas sociales, y desarrollo de proyectos de investigación en Chile. En efecto, en sus seis años de vida ha realizado más de 70 proyectos y se ha destacado en los medios especializados por la rapidez y seriedad de su trabajo. Condiciones clave para este progreso han sido su inserción en la Universidad Alberto Hurtado y el gran apoyo

institucional de ésta. Asimismo, el OSUAH se ha podido constituir a partir de la experiencia de más de 40 años del CIDE e ILADES en investigación social.

Misión

El OSUAH es un centro de estudios dependiente de la Facultad de Ciencias Sociales, que busca crear un espacio interdisciplinario de exploración e investigación social que levante y proponga información relevante para el desarrollo del país y pueda aportar en forma concreta al desarrollo de programas y políticas sociales, coherente con la misión de la Universidad.

Visión

Asegurar la permanencia del OSUAH en el corto y mediano plazo como institución protagonista en la generación de información y reflexión en los temas sociales del país.

2.3 Descripción del Observatorio Social

Proponer, desarrollar y ejecutar proyectos de investigación social usando como herramienta encuestas de alta calidad, respondiendo a las necesidades del país y en especial a los sectores más vulnerables.

Implementar, desarrollar y difundir metodologías eficientes, por un lado, para el levantamiento de encuestas que permitan el desarrollo de investigación cuantitativa confiable y por otro para desarrollar adecuados procesos de análisis de datos cuantitativos provenientes del levantamiento de encuestas.

Implementar y desarrollar técnicas eficientes e innovadoras para fortalecer la fase de procesamiento de datos en investigación de encuestas, generando datos de alta calidad.

Mantener relaciones estrechas con distintas áreas de investigación social, contribuyendo al desarrollo de estudios multidisciplinarios²³.

Entre los proyectos realizados y actualmente en ejecución, se destacan la Encuesta CASEN 2009, la Encuesta Panel CASEN 2006, 2007, 2008, 2009 y la Encuesta Panel CASEN Post Terremoto 2010, para Ministerio de Desarrollo Social (MDS); la Encuesta Origen Destino Región Metropolitana, encargada por la Secretaria de Transportes (SECTRA); la Encuesta Panel de Vivienda demandada por el Ministerio de Vivienda y Urbanismo (MINVU); el Noveno Estudio Nacional de Drogas por la Consejo Nacional

²³Observatorio Social, Universidad Alberto Hurtado, http://www.osuah.cl/objetivo_especifico.php?id=4, 04.09.2013, 13.15 PM

para el Control de Estupefacientes (CONACE); la Encuesta Financiera de Hogares 2010 y la Encuesta Financiera de Hogares 2011, licitada por el Banco Central.

Con esto, entre 2009 y 2010, las encuestas de hogares más grandes realizadas en el país, fueron ejecutadas por el OSUAH, constituyéndose así en líder de aplicación de encuestas de hogares. En efecto, considerando la Encuesta CASEN 2009, Encuesta Panel CASEN 2009, Encuesta Panel CASEN Post Terremoto 2010, Noveno Estudio Nacional de Drogas y la Encuesta Panel de Vivienda, se van haber aplicado encuestas a más de 120.000 hogares.

En su quehacer, el OSUAH siempre ha perseguido los estándares más altos de los estudios internacionales. Esto le ha llevado a establecer una estrecha relación de colaboración con investigadores de los centros internacionales líderes en el tema. Un par de ejemplos de ello, es el estrecho vínculo con los investigadores del Institute of Social and Economic Research (ISER) de la Universidad de Essex, Inglaterra. Asimismo, a finales del año 2011, el Observatorio Social estableció una alianza estratégica con la Corporación RAND (Research and Development) de Estados Unidos, la cual se dedica a realizar investigaciones y análisis en distintos países alrededor del mundo. Por esta razón, el OSUAH está en una posición privilegiada para acceder a las técnicas de la frontera del conocimiento en metodologías de diseños muestrales y ajustes estadísticos.

Es de relevancia destacar la aproximación multidisciplinaria del OSUAH a los distintos temas de estudio. En efecto, sus profesionales de distintas disciplinas (particularmente de la Economía y Sociología) trabajan coordinadamente en proyectos de gran relevancia para las políticas sociales del país. Además, el OSUAH cuenta con un estrecho vínculo con profesores de otros departamentos de la misma casa de estudios

2.4 Experiencia del Observatorio Social

El OSUAH ha desarrollado más de setenta proyectos de investigación social. Estos proyectos, algunos ya finalizados y otros en actual ejecución, han sido desarrollados con altos estándares de calidad, lo que ha sido recibido con gran satisfacción por las instituciones demandantes²⁴.

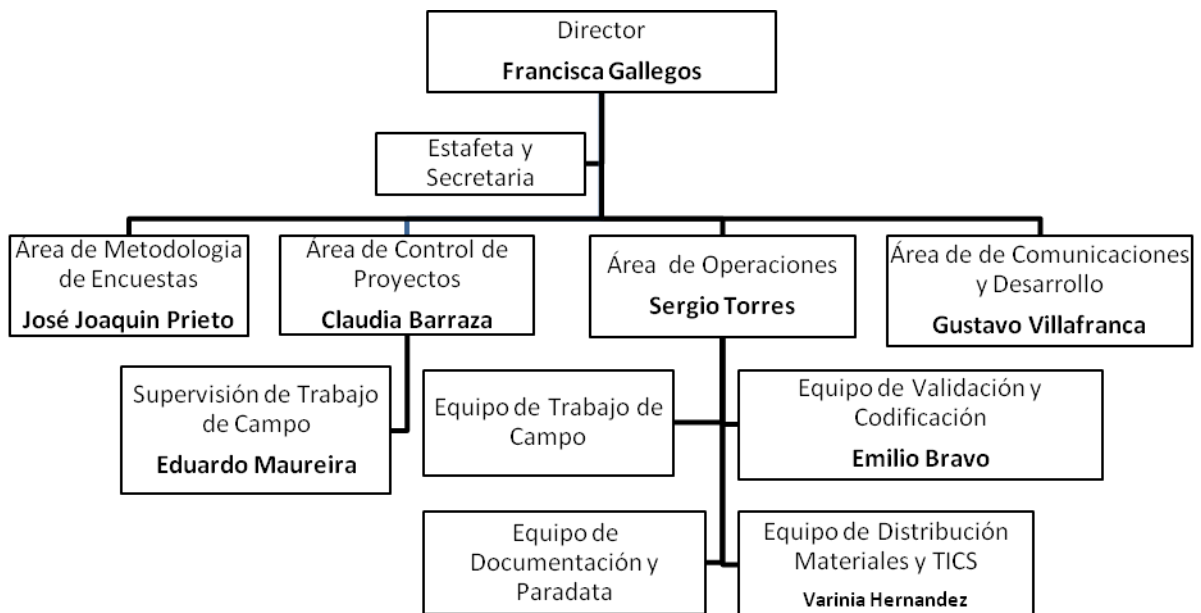
(Véase anexos Proyectos más importantes de encuestas sociales levantadas por el Observatorio Social)

²⁴Observatorio Social Universidad Alberto Hurtado, Curriculum Institucional

2.5 Estructura Organizacional Observatorio Social

El observatorio social a lo largo de su vida, ha experimentado una serie de transformaciones con el fin de adecuar sus departamentos con los objetivos anuales con los que trabaja. Por este motivo, en la búsqueda de una nueva restructuración, es que se presenta la estructura organizacional del año 2012 – 2013 de la siguiente forma:

Organigrama del Observatorio Social.



Fuente: Curriculum Institucional Observatorio Social Universidad Alberto Hurtado

CAPÍTULO III

Descripción de las Funciones Realizadas

3.1 Trabajo Desarrollado

La función desempeñada fue la de Jefe Zonal de la Región Metropolitana de la “Encuesta Cuarta Ronda Panel Casen 2009”. Dentro de las principales actividades realizadas se encuentran:

1. Supervisar, coordinar y evaluar el desempeño del personal a cargo (los encuestadores) y asegurar el cumplimiento de las metas y actividades establecidas para la zona en función de la planificación del proyecto, emitiendo un informe técnico de evaluación al respecto.
2. Efectuar la rendición de gastos implicados en el trabajo de terreno de la zona asignada en el proyecto.
3. Realizar la validación de:
 - 3.1 Encuestas aplicadas por los encuestadores.
 - 3.2 Actualizar el software para dicha validación.
 - 3.3 Actualizar la página web del proyecto con el resultado de cada encuesta.
4. Planificar, organizar y coordinar la asignación de la muestra a los encuestadores, registrando la asignación en la página web del proyecto al momento de entregar la muestra a cada encuestador.

Dentro de las responsabilidades inherentes a las funciones de la jefatura zonal se identifican dos áreas de trabajo simultáneo: responsabilidades de gestión del trabajo de campo y responsabilidades administrativas del trabajo de campo.

3.1.1 Responsabilidades de Gestión del Trabajo de Campo

1. Capacitar al equipo de encuestadores al comienzo del trabajo campo y durante el mismo si fuese necesario.
2. Revisión previa al levantamiento de información y asignación de la muestra, de todas las direcciones que me fueron asignadas, con el objetivo de minimizar los errores por direcciones incompletas, incorrectas o repetidas.
3. Levantamiento de información de muestra reasignada de otras zonas.
4. Evaluación en terreno a los profesionales a cargo del levantamiento de información, completando la pauta de evaluación correspondiente.
5. Recepción del equipo central y distribución entre el equipo de profesionales a cargo del levantamiento de información del material necesario para la aplicación de las encuestas asignadas.
6. Registrar el material recibido y supervisar el adecuado uso de éste, entregando detalles de su utilización y posterior devolución al término del trabajo de campo.
7. Sincronización y descarga de la PDA o Netbook, según corresponda y revisión de la información levantada, con el objeto de detectar errores en el llenado.

8. Actualizar en el sistema y en intranet con el resultado de cada encuesta (encuesta completa, encuesta incompleta y razones de ello, encuestas no logradas y razones de aquello) asignada.
9. Generación de estrategias para obtener un mayor nivel de logro de encuestas.
10. Informar oportunamente al Supervisor Nacional o Regional de todos los inconvenientes que experimenten los profesionales a cargo del levantamiento de información, con el objetivo de buscar soluciones a éstos.

3.1.2 Responsabilidades Administrativas del Trabajo de Campo

1. Distribuir a los profesionales a cargo del levantamiento de información,
 - 1.1) el material necesario (entre ellos la disponibilidad de vehículos, Agendas electrónicas, y otros servicios pertinentes) para el levantamiento de encuestas.
 - 1.2) el contrato de prestación de servicios a honorarios y corroborar de que cada uno sea firmado en tres copias antes de salir a terreno.
 - 1.3) el Convenio de Entrega de PDAs, (en caso de que sea necesario) y corroborar de que cada uno sea firmado en dos copias antes de salir a terreno.
2. Mantener contacto permanente con Municipalidades y otras instituciones locales si fuese necesario para la búsqueda de hogares y/o personas.

3.2 Problemas Encontrados

De acuerdo a la práctica realizada se encuentran las siguientes problemáticas a resolver, vinculadas con el mejoramiento de los procesos de implementación del trabajo de campo del Estudio Panel CASEN.

1. Preparación del trabajo de campo:

- Protocolo de Contacto y Seguimiento

Información incompleta con respecto a las direcciones de los entrevistados.

La población no cuenta con información oficial con respecto al estudio. (No hubo difusión masiva con respecto al estudio y la importancia de este).

Principalmente se ocupó una carta de presentación indicando el objetivo del estudio, sin embargo, no da la confianza suficiente para lograr un acercamiento al hogar dificultando el desarrollo del levantamiento.

Las personas objetos del estudio no confiaban en que este fuera realmente Estudio del Gobierno, pues las credenciales de identificación de los encuestadores no contaban con el logo del gobierno.

El objetivo del protocolo de seguimiento es levantar información a los miembros originales de la muestra de la encuesta CASEN 2006 y sus siguientes olas (2007-2008-2009), sin embargo, las personas no recordaban los estudios anteriores por lo que no confiaban en él mismo.

- Estrategia de Búsqueda de Hogares Perdidos

El protocolo de contacto y seguimiento es sumamente dificultoso, debido a la movilidad de los hogares o miembros de estos, debido a que son MOM, debe realizarse su búsqueda y lograr encuestarlos, sin embargo, la información de contacto disponible muchas veces no permite esta acción.

2. Protocolo de Encuestaje:

- Manejo de Aspectos Básicos

De los encuestadores capacitados un porcentaje amplio no conocía los cuestionarios aplicados en el estudio, ni habían participado de las olas anteriores.

- Manejo de Competencias Técnicas

Aquellas personas que deben realizar la labor de levantamiento de datos, es decir, los encuestadores muchas veces no cumplían con las competencias mínimas para realizar la labor. Como nivel educativo, dominio de temas tratados en encuestas de caracterización social, manejo de situaciones complejas, entre otros.

- Manejo de Orientaciones para el Registro de Información según Tipo de Cuestionario

I. Llenado de Formularios

Cumplir con el registro de datos de acuerdo a la información requerida en cada formulario.

Lograr que encuestadores completaran a cabalidad los formularios y en condiciones óptimas en cuanto a la veracidad de la información

II. Incidencia en las Respuestas

La encuesta panel CASEN recoge datos cuantitativos, por tanto, el encuestador debe limitarse solo a la explicación de conceptos y no a interpretar las preguntas o a asumir respuestas, a través de conversaciones con el entrevistado

III. Calidad del Llenado de los Cuestionarios

El flujo de la encuesta contiene preguntas con saltos importantes entre las mismas, por lo que la manipulación de los cuestionarios está sujeta a constantes sesgos si la información no es llenada de la forma correcta

3. Supervisión del Trabajo de Campo:

➤ Procesamiento de Datos

La automatización del llenado de la información a través de los formularios (cuestionarios), no se encontraba en todos los niveles, específicamente, el formulario de seguimiento debía ser ingresado de forma manual, retrasando el proceso de aprobación de encuestas completas. Principalmente por el orden y entendimiento de los estados de visita completados por los encuestadores.

La plataforma disponible para el llenado de la información, en ocasiones no funcionaba correctamente, lo que implicaba, demasiado tiempo de espera para su reparación o actualización.

➤ Validación de datos

Las constantes fallas que afectaban a los equipos tecnológicos (PDA), no permitían la correcta descarga de información, significando una pérdida de tiempo, en el proceso para la validación de encuestas y aprobación de las estas, como un retraso en el pago de los encuestadores, lo que afectaba la calidad de los datos, determinado por la falta de compromiso por los encuestadores.

El software utilizado para la validación de datos, no se encontró operativo al inicio del trabajo de campo, esto afecto directamente en la aprobación de encuestas según la

calidad necesaria, lo que derivó en un levantamiento de información adicional, en casos en los que la información no era coherente.

Estos problemas originaron la planeación e implementación de estrategias para mejorar el levantamiento de trabajo de campo, con el fin de lograr las metas propuestas. Vinculadas directamente con el término del terreno en los tiempos determinados y la calidad exigida.

3.3 Soluciones y Acciones Propuestas

Con el fin de mejorar el proceso de levantamiento de datos, el protocolo de encuestaje y supervisión del trabajo de campo. Se propuso las siguientes acciones:

1. Preparación del trabajo de campo:

- Protocolo de contacto y seguimiento
- Estrategia de búsqueda de hogares perdidos

Con la finalidad de mejorar el protocolo de seguimiento y contacto, se realizó una capacitación especial poniendo énfasis en este punto, así poder aclarar dudas y reincorporar los conceptos y procedimientos el plan de seguimiento de personas.

También, se realizó la revisión completa de los formularios de seguimiento de las olas anteriores, con la finalidad de rescatar la mayor información posible con respecto a los hogares y los individuos.

Se contrató un servicio de automóvil, con una persona especialista en encuestas sociales y en seguimiento de personas, para poder recoger la máxima información con respecto a las personas no encontradas.

Utilización de páginas de internet como: “www.blancas.cl” o www.amarillas.cl para la búsqueda de miembros originales de la muestra.

Se propuso una pauta de supervisión a encuestadores, a través de esta, que pretendía identificar los principales problemas de contacto de parte del encuestador

Pauta de Supervisión a Encuestadores

Estimado Jefe de Zona, la siguiente pauta de supervisión, es para que usted realice una evaluación del trabajo del encuestador en forma generalizada. Se debe aplicar las instrucciones que a continuación se presentan.

Nombre del Encuestador	RUT	Fecha de Supervisión	Dirección Supervisada

Asigne una nota al encuestador del 1 al 7, favor no utilizar decimales.

Levantamiento de información		E1
1.	¿El encuestador completa el formulario de seguimiento en cada uno de los hogares visitados?	
2.	¿El encuestador saluda cordialmente utilizando un fraseo correcto?	
3.	¿El encuestador utiliza siempre su credencial de identificación?	
4.	¿El encuestador explica al entrevistado el objetivo del estudio?	
5.	¿El encuestador utiliza carta de presentación que corresponde?	
6.	¿El encuestador realiza la encuesta en el tiempo estimado?	
7.	¿El encuestador agradece la participación al encuestado?	
Presentación		E1
1.	¿El encuestador cuenta con una presentación personal adecuada en los hogares asignados?	
Materiales		E1
1.	¿El encuestador maneja en orden la hoja de seguimiento?	
2.	¿El encuestador tiene dominio de los cuestionarios?	
3.	¿El encuestador tiene dominio de la PDA?	
Observaciones:		

Promedio

- 7 = Muy Bueno.
- 6 = Bueno.
- 4 a 5 = Suficiente.
- 1 a 3 = Deficiente.

2. Protocolo de Encuestaje:

- Manejo de Aspectos Básicos
- Manejo de Competencias Técnicas
- Manejo de Orientaciones para el Registro de Información según Tipo de Cuestionario

El principal problema del levantamiento de información de cualquier proyecto de investigación, es la idoneidad de los responsables de este proceso. Por lo que se presentó un perfil de cargo de Encuestador, que se refiere a los requerimientos y características tanto personales como técnicas que debe poseer un encuestador.

PERFIL DEL CARGO

IDENTIFICACION DEL CARGO:

NOMBRE DEL CARGO:	ENCUESTADOR/A
--------------------------	----------------------

DESCRIPCION DEL CARGO:

PERFIL DEL CARGO:	<ul style="list-style-type: none">• Educación Media Completa.• Experiencia: En encuestas sociales o Cargos similares para comprender los procedimientos para el desarrollo del trabajo de campo.• Capacidad para expresarse de forma educada tanto verbal como escrita: Capacidad de escuchar, hacer preguntas, expresar conceptos e ideas de forma efectiva• Tener alto sentido de responsabilidad: Para cumplir eficientemente con sus tareas• Capacidad de trabajo en equipo: Capacidad de trabajar con otros para conseguir metas comunes.• Capacidad de trabajo bajo presión: Capacidad para responder y trabajar con alto desempeño en situaciones de mucha exigencia• Sociable: Facilidad para entablar relaciones con otras personas• Saludable: Tener un estado de salud compatible con las actividades a desarrollar• Manejo computacional nivel usuario: Word, Excel, Power Point, Internet.
FUNCIONES:	<ul style="list-style-type: none">• Asistir a la jornada de capacitación y participar en forma activa.• debe dominar el manual de encuestador, el cuestionario y los conceptos claves.• Llevar siempre consigo, durante el trabajo de campo, los documentos y distintivos que lo acreditan como encuestador(a).• Solicitar la información a la persona entrevistada en forma cortés.• Leer a cada entrevistado(a) la “carta de presentación del estudio”• Realizar la entrevista únicamente a aquellas personas que aceptan ser entrevistadas.• Aplicar el cuestionario en forma completa.

	<ul style="list-style-type: none"> • Corregir o completar información, entrevistando de nuevo a la persona informante las veces que sea necesario. • Realizar las entrevistas mediante visitas personales y aplicar correctamente el cuestionario. • Contar con la disponibilidad de tiempo necesaria para aplicar las encuestas a las horas que indiquen las personas a ser entrevistadas; así como también, estar disponible todo el tiempo que sea requerido para la realización de la encuesta. • Mantener una conducta adecuada durante todo el trabajo de campo y especialmente durante la entrevista. • Velar por la integridad del material recibido para realizar el trabajo. • Mantener relaciones respetuosas con el equipo de trabajo de supervisores, encuestadores y coordinadores. • aclarar las dudas del entrevistado (apegándose siempre a los criterios establecidos en la capacitación y el manual de encuestador) • Completar correctamente los documentos asociados al levantamiento de información. • Asistir al menos dos veces a la semana a la oficina con su supervisor.
--	--

Luego de identificar a las personas idóneas para cumplir las funciones de encuestador, se procedió a realizar capacitaciones constantes, con el objetivo de asegurar el completo entendimiento del estudio, de los formularios y el protocolo de levantamiento de datos. Con este procedimiento aseguramos contar con los mejores encuestadores para el levantamiento de información.

3. Supervisión del Trabajo de Campo:

- Procesamiento de Datos
- Validación de Datos

Cada formulario de seguimiento o cuestionario incompleto o no aprobado por el Jefe de Zona debía ser corregido por el encuestador, de forma presencial en el hogar en el que fue obtenida la información, de esta forma, se adelantaba el proceso de validación de datos minimizando los errores en el llenado de la información, una vez validada la encuesta a través del software destinado para ello se procedía al pago de las encuestas. Esta forma de trabajo fue altamente ventajosa, pues logro mejorar la calidad de los datos y los tiempos entre validación y pago disminuyeron.

El mejoramiento continuo de los programas informáticos, no puede ser llevado a cabo, sin una rutina de ensayo y error. Por lo que se propuso realizar este este procedimiento a través, de información real y cumpliendo con todo el procedimiento que implicaba. De esta forma se fue adaptando el sistema hasta lograr funcionar con total empleabilidad.

Además de las acciones planteadas anteriormente, se propusieron dos mejoras destinadas al mejoramiento del trabajo de campo:

1. Supervisar al equipo de levantamiento a través del mejoramiento de la pauta de evaluación.

Se propuso un mejoramiento de la pauta de evaluación de desempeño disponible, que permitió llevar a cabo una evaluación constante al equipo, logrando identificar las falencias de los encuestadores, corrigiéndolas de forma inmediata mejorando los resultados del levantamiento de datos.

El mejoramiento de la pauta de evaluación de desempeño, identificó el trabajo del encuestador y su idoneidad para trabajar en estudios sociales.

Mejoramiento De Evaluación De Desempeño A Encuestadores.

Evaluación de desempeño para Encuestadores

Nombre del Encuestador(a): _____ RUT: _____ Fono: _____ Fecha: _____
 Encuesta: _____ Centro Costo: _____ Jefe de Zona (Evaluador): _____ Rut: _____

Evaluación de Desempeño. Marque para cada ítem con éstos códigos			
Notable	Competente	Necesita Mejoramiento	Insatisfactorio
4	3	2	1

1. Puntualidad, responsabilidad y ética	
a. Recibe y entrega el trabajo en el día y a la hora acordada con su jefe de Zona.	
b. Informa oportunamente al jefe de Zona en caso de cualquier inconveniente que lo atrase o que le impida realizar su trabajo	
c. Realiza su trabajo honestamente	

2. Comprensión de instrucciones	
a. Sigue la estructura lógica de los formularios.	
b. Es capaz de entender los conceptos, y las instrucciones dadas para realizar su trabajo.	

3. Calidad del trabajo	
a. Entrega el trabajo en forma satisfactoria, es decir, las encuestas son entregadas con la identificación y todas las respuestas registradas correctamente en el formulario.	
b. Se hace cargo de los errores que puedan tener sus encuestas y los soluciona	
c. Tiene capacidad para redactar y sintetizar respuestas a preguntas abiertas	
d. Resuelve adecuadamente situaciones imprevistas en terreno	

4. Disposición al trabajo	
a. Recibe sin reparos, el trabajo propuesto por el jefe de Zona y realiza el trabajo completo en cada segmento	
b. Tiene disposición a trabajar con cualquier jefe de Zona	

5. Comentario favorable

6. Comentario desfavorable

7. Número de encuestas realizadas en el proyecto	
Registre el número de encuestas satisfactoriamente hechas por el encuestador en este Proyecto	N°

8. Proyección como Encuestador (Marque con una X la alternativa que considere adecuada)	
a. Recomendaría a esta persona para trabajar como encuestador en otros proyectos sociales	
b. No recomendaría a esta persona para trabajar como encuestador en otros proyectos	

2. Revisión Total de la Muestra haciendo Coherente la Información de
Composición de los Hogares con las Olas Anteriores

Las constantes diferencias arrojadas por el software utilizado para la validación de datos en relación a los individuos encuestados y aquellos descritos en el formulario de seguimiento, derivó en la revisión total de la muestra en función de la composición de los hogares con las olas anteriores, haciendo coherente la información en cuanto a individuos registrados hubieran.

3.4 Descripción de los resultados

Las mejoras continuas desarrolladas a cualquier proceso, están destinadas al fortalecimiento de los protocolos de procedimientos, por consiguiente al logro exitoso de los objetivos y metas, apuntando siempre a la calidad exigida.

Las gestiones y acciones propuestas fueron emprendidas con el fin de mejorar el levantamiento del trabajo de campo, siendo este el proceso más complejo de la investigación, debido al manejo primario de los datos, fuente de toda la información estadística entregada para el mejoramiento de las políticas públicas.

Los resultados obtenidos a las acciones propuestas fueron exitosos, pues determinaron el cumplimiento de las metas propuestas.

La sede asignada, fue la primera a nivel nacional (la muestra estaba distribuida entre las quince regiones del país) en terminar el trabajo de campo. Cumpliendo con la cantidad de hogares asignados para su levantamiento (respetando la tasa de tolerancia de no respuesta y hogares no encontrados).

Permitió entregar la base de datos cuadrada (respecto al formulario de seguimiento y los miembros de los hogares encuestados).

La validación de la base de datos oportuna, entregando información coherente, consistente y de calidad.

La pauta de evaluación de encuestadores permitió fortalecer el trabajo de cada encuestador y obtener mayores tasas de respuesta, pues se focalizaron los resultados en el protocolo de contacto y entrada a los hogares dando mayor confianza a los individuos a contestar el estudio. Esto fue posible mediante la capacitación constante al equipo, para el logro de este procedimiento.

El mejoramiento de la pauta de evaluación de desempeño, permitió la generación de equipos de trabajo calificados para la labor a desempeñar.

La generación de pautas de evaluación y mejoramientos de la evaluación de desempeño determinó la obtención de profesionales del encuestaje más calificados y competentes. Quienes formaron parte del equipo permanente de trabajo de campo.

Al término de la sede asignada, se promueve al cargo de Supervisor Nacional, con la función de viajar a regiones para solucionar problemas y cerrar las sedes faltantes.

Por el buen desempeño obtenido en las funciones encomendadas. Se contrato al practicante como profesional asociado al Observatorio Social, desarrollando las funciones de “Encargado de Validación y Cuadratura” de la encuesta Panel CASEN y

posteriormente para realizar la revisión de las inconsistencias entre las olas de la encuesta Panel CASEN.

CAPÍTULO IV

4.1 CONCLUSIONES

En el planteamiento de la utilidad de la información entregada por las encuestas longitudinales Panel, (para su utilización en los negocios internacionales) se toma como principal ventaja los datos obtenidos que tienen relación con el desarrollo económico y social del país, además de su uso para el mejoramiento de las políticas públicas.

La información entregada por el estudio Panel Casen en relación con su utilización en los negocios internacionales, podemos encontrar tres tipos de indicadores relevantes:

1. Cambios en la Estructura Socioeconómica de los individuos y los hogares.
2. Cambios en la Caracterización Demográfica de la población.
3. Cambios en la Movilidad Laboral.

Este estudio pretende dar a conocer la relevancia de la información levantada por el estudio Panel CASEN, como se comentó anteriormente, para su utilización en los negocios internacionales, por lo cual se desarrollaran los tres tipos de indicadores mencionados.

4.1.1 Cambios en la Estructura Socioeconómica de los Individuos y los Hogares.

La construcción de la estructura socioeconómica, viene dada desde los inicios de la vida en comunidad, dando a cada individuo un rol en la sociedad y una jerarquía que debía respetar. Al correr de los años fueron dando forma a lo que hoy conocemos como estrato social.

Los estudios longitudinales panel (como lo es la encuesta Panel CASEN), al mostrar una película de la realidad social, entregan información fiable conforme a los cambios generados en la población, permitiendo tener un mayor conocimiento, respecto de datos como: la evolución educativa tanto de los individuos, como de los hogares que estos componen y aquellos cambios generados por el nivel de ingresos.

La caracterización socioeconómica que se logra a través del estudio PANEL CASEN de los hogares chilenos, permite al Estado, poder elaborar mejores propuestas para la creación de Políticas Públicas, orientado a las necesidades de la población en términos de protección social y disminución de las desigualdades en la distribución de los ingresos.

Para la empresa privada, esta información se torna relevante, ya que, identifica de forma inmediata, los grupos de interés a los cuales están dirigidos sus programas,

diferenciando de forma práctica a los posibles consumidores a través de los segmentos generados por la estratificación socioeconómica, además de entender la dinámica de los cambios a los que están expuestos y cómo reaccionan ante ellos.

Esta información permite tomar decisiones correctas frente a los procesos cíclicos de la economía. Focalizando los esfuerzos de marketing en concordancia a la realidad social, logrando ayudar a las empresas a comprender patrones de consumo y estimar la demanda potencial de sus productos y/o servicios.

La información obtenida a través de la estratificación socioeconómica, entrega de forma inmediata variables relevantes al momento de tomar una decisión económica, tales como:

1. Nivel educativo e instituciones de Egreso:

- Educación Preescolar o Educación Parvularia.
- Programa Especial Infantil.
- Sala Cuna.
- Jardín Infantil.
- Preparatoria (Sistema Antiguo).
- Educación Básica.
- Educación Especial (Diferencial).

- Humanidades (Sistema Antiguo).
- Educación Media Científico-Humanista.
- Técnica, Comercial, Industrial O Normalista (Sistema Antiguo).
- Educación Media Técnico Profesional.
- Centro De Formación Técnica Completo (Con Título).
- Centro De Formación Técnica Incompleto (Sin Título).
- Instituto Profesional Completo (Con Título).
- Instituto Profesional Incompleto (Sin Título).
- Educación Universitaria Completa (Con Título).
- Educación Universitaria Incompleta (Sin Título).
- Universitaria De Postgrado
- Ninguno

2. Ocupación:

- Patrón o Empleador
- Trabajador por cuenta propia.
- Empleado del sector público.
- Empleado u obrero de empresas públicas.
- Empleado u obrero de empresas privadas.
- Servicio doméstico puertas afuera.
- Servicio doméstico puertas adentro.

- Familiar no remunerado.
- FF.AA. y del orden.
- Estudiantes.
- Jubilados.
- Dueño de casa.
- Cesantes.
- Desocupados.

3. Nivel de Ingresos y Poder Adquisitivo:

El ingreso es la suma de todos los ingresos aportados por los individuos que componen un hogar, tanto en efectivo como en especies. Deduciendo los gastos generados por impuestos, contribuciones y previsión social (Salud y Fondos de pensiones), se obtiene el nivel de ingresos disponibles de hogar, lo que genera o se entiende como ingresos disponibles. Identificando estos ingresos, los hogares pueden determinar el real poder de compra que poseen y pueden gastar.

4. Hobbies e intereses:

Todas aquellas actividades realizadas por los individuos con el fin de abstraerse de las labores correspondientes al trabajo, generando entretenimiento y placer en su realización, tales como: la lectura, los deportes, las artes, la música, entre otros.

5. Tenencia de bienes:

La posesión de bienes se agrupa en²⁵:

- **Higiénicos:** Refrigerador y la Lavadora.(no discriminan para clasificar los grupos)
- **Altamente Discriminantes:** secadora de ropa, congelador, calefacción central y lavavajillas.
- **Exclusivos y de Lujo:** Segunda vivienda, cuenta corriente, isapre, viaje al extranjero, servicio doméstico.(permiten clasificar al ABC1)
- **Tecnología Base:** Computador, conexión a TV cable, Conexión a internet.(también permiten discriminar segmentos)

6. Nivel de Satisfacción de cada Grupo:

La satisfacción, es la respuesta a las propuestas ofrecidas que generan un valor mayor frente a otros ofrecimientos, por lo que se está dispuesto a ceder o pagar, con el fin de obtener este beneficio. Es útil conocer el grado de satisfacción de los clientes frente a distintos productos o servicios, con el fin de mejorar los programas de fidelización o crear mecanismos de satisfacción.

²⁵Asociación de Investigadores de Mercado, Informe actualización grupos socioeconómicos, junio 2013, <http://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:KpVB8Ko5J8AJ:www.iab.cl/wp-content/themes/IAB/download.php%3Farchivo%3D13360%257Cresumenejecgse2013.pdf+&cd=1&hl=es&ct=clnk&gl=cl>, 20.02.2014, 23.31 PM

4.1.2 Cambios en la Caracterización Demográfica de la Población

La Unión Internacional para el Estudio Científico de la Población, define Demografía como: “La ciencia que tiene por objeto el estudio de la población humana, ocupándose de su dimensión, estructura, evolución y caracteres generales, principalmente, desde un punto de vista cuantitativo”²⁶.

La demografía se divide en dos objetos de estudio: Demografía Estática y Demografía Dinámica.

- **Demografía Estática:** Estudio de la demografía en un punto determinado del tiempo. Las variables vinculantes se refieren a:
 - Dimensión: Entrega información correspondiente a la cantidad de habitantes de un territorio.
 - Territorio: Corresponde al lugar de residencia de la población, nación, región, ciudad, provincia.
 - Estructura: Corresponde a información cuantitativa de la población, tales como edad, sexo, estado civil, lengua, nivel educacional y nivel socioeconómico.

²⁶ Instituto Nacional de Estadísticas, Población Y Sociedad, Aspectos Demográficos, http://www.ine.cl/canales/chile_estadistico/demografia_y_vitales/demografia/pdf/poblacion_sociedad_ene_ro09.pdf, 21.02.2014, 00.35 AM

- **Demografía Dinámica:** Estudio de la demografía desde el punto de vista evolutivo de la población. Las variables vinculantes se refieren a:
- Natalidad: Número de nacimientos ocurridos en un área geográfica en un periodo determinado.
 - Mortalidad: Número de defunciones ocurridas en un área geográfica en un periodo determinado.
 - Migración: Movimiento de población que cruza un límite geográfico definido, implicando un cambio de residencia habitual

La caracterización demográfica de la población, contribuye importantemente en el diseño y planificación de políticas públicas orientadas al desarrollo de la población en su conjunto. Dada la información que entrega frente a los cambios desarrollados por la sociedad, promoviendo la descentralización y dando un auge económico y social a la población, orientando los esfuerzos en la reducción de las desigualdades sociales.

La evolución de los patrones demográficos, es una variable tremendamente importante al momento de tomar decisiones de negocios e inversión por parte de las empresas. Con la información levantada por estudios longitudinales de tipo panel, se da a conocer claramente el mapa demográfico y socioeconómico en el que se encuentra determinado país, región o ciudad. Reconociéndolo como una opción viable para la introducción de bienes, servicios y capitales de inversión.

Para los expertos de marketing de las compañías, la segmentación demográfica es uno de los primeros filtros al momento de identificar los segmentos que se abordaran en la introducción de bienes y servicios. Por lo tanto, tener esta información de fuentes confiables, determina el éxito de la segmentación.

La población mundial conforme con los avances en materias tecnológicas, sociales y económicas va experimentando cambios en su orden y estructura, lo que implica que las compañías deban estar atentas e informadas respecto de estos cambios y sus consecuencias. Existen diversas fuentes disponibles para obtener esta información, tales como: los censos de población, los datos entregados por las oficinas gubernamentales (para el caso chileno existe el Registro civil e identificación) y la información estadística: (levantada a través de estudios de campo, utilizando muestras representativas de la población, para identificar estas variables demográficas). Sin embargo, no muestran más que una realidad en un momento determinado, por lo que la utilización de esta información levantada por metodologías longitudinales de tipo panel, permite conocer los cambios en materia demográfica y las razones que los involucran.

Con la utilización de esta información, las compañías están mejor preparadas para planear, coordinar y efectuar los planes de marketing adecuados para enfrentar los mercados y segmentos objetivos, haciendo sostenible a largo plazo su éxito.

4.1.3 Cambios en la Movilidad Laboral

La movilidad laboral, se refiere al cambio en la situación ocupacional de los individuos de una sociedad en distintos periodos de tiempo, entrando o saliendo del mercado laboral o bien cambiando las características ocupacionales, dependiendo de los ciclos de vida que afectan a las personas tanto de formas individuales como a nivel de los hogares.

Esta movilidad laboral, se ve afectada por situaciones, tales como: renunciaciones voluntarias, despidos, cambios en las remuneraciones, mayores ofertas laborales, entre otras.

El crecimiento y dotación de profesionales, ha hecho de esta oferta una mayor movilidad laboral y por consiguiente una constante fuga de cerebros, orientada al crecimiento profesional y una mayor demanda por aquellas personas que poseen conocimientos más acabados.

La especialización de la mano de obra (producida por la capacitación constante de la fuerza del trabajo), genera una mayor movilidad laboral, debido a la búsqueda de mejores salarios.

El sistemático desarrollo de los niveles de producción, genera indiscutiblemente la necesidad de poseer mano de obra más calificada, desarrollando niveles de movilidad importantes en la sociedad.

El estudio longitudinal de tipo panel, entrega información clave para el desarrollo de políticas públicas, destinadas a la mejora continua de la especialización de la mano de obra y a la orientación de una educación de calidad, destinada al desarrollo económico y social del país.

En un mundo cada vez más globalizado y orientado al desarrollo económico y social, las empresas necesitan poseer esta información relevante, para la toma de decisiones económicas, de negocios e inversión. Los estudios longitudinales de tipo panel, entregan esta información con respecto a la movilidad laboral de la sociedad.

De esta forma, las compañías están mejor preparadas con respecto de la realidad laboral de la población, permitiendo planear y estructurar las mejores estrategias de penetración de mercados, pues, conocen previamente de acuerdo a las segmentaciones ya realizadas las mejores opciones para cada grupo. Obteniendo los niveles de ocupación y movilidad de estos, podrán resolver las posibilidades de ingresos de la población.

En el ámbito de la inversión y los negocios, la intensificación de estas como resultados de las políticas económicas desarrolladas por el país, además de la información macroeconómica, como la estabilidad política, control de la inflación y políticas tanto monetarias como fiscales, han dado origen a un incremento de la inversión tanto nacional como extranjera. Originando mayor empleabilidad, por lo que se generan más puestos de trabajo y un incremento en la movilidad laboral de la población.

Los estudios longitudinales de tipo panel, permiten explicar los vínculos que mantienen las personas con el mercado del trabajo y cómo estos responden en función de la estabilidad y duración de los empleos, entregando información de las características de los individuos frente al trabajo.

Generalmente las decisiones acerca de ¿A Dónde?, ¿Cuándo?, ¿A Quién? Y ¿Cómo?, para abordar el ingreso ha determinado mercado internacional, vienen dadas a través de información oficial ofrecida por los países, como también por información levantada por estudios metodológicos de corte transversal, es decir, información obtenida mediante una muestra representativa de la población en un momento específico del tiempo.

La encuesta Panel de Caracterización Socioeconómica Nacional, (Panel CASEN), es un estudio longitudinal de tipo panel, realizado en Chile, con el objetivo de “Entregar información estadística para el estudio y seguimiento a través del tiempo de las condiciones socioeconómicas de los residentes del país, que impacten directa o indirectamente en su nivel de bienestar”²⁷.

Esta información tan relevante para el desarrollo económico y social del país, pretende explicar y entender los procesos, las causas y los efectos que se producen en la población, medidas en variables de interés. Es un punto de referencia de real

²⁷Ministerio de desarrollo social, Encuesta Panel Casen, http://observatorio.ministeriodesarrollosocial.gob.cl/layout/doc/panelcasen/Metodologia_Panel_CASEN_2006-2009.pdf, pág. 11, 22.12.2012, 21.43 PM

importancia, al momento de tomar decisiones económicas, de negocios e inversión, puesto que nos entrega la funcionalidad de la población y los patrones en los que se rige.

Con lo expuesto anteriormente, se puede determinar la fiabilidad de esta información para ser utilizada como punto de referencia por las empresas para la toma de decisiones eficaces y eficientes, sosteniendo en el tiempo el éxito de los planes propuestos.

Por lo tanto el estudio Panel CASEN, debe dejar de considerarse como un método de información para mejorar las políticas públicas en términos de protección social y comenzar a considerarse como información relevante para el estudio social y económico. Este último punto, abarca todo lo relacionado con el crecimiento del país en términos de oportunidades para la toma de decisiones de negocios e inversión por parte de las empresas.

BIBLIOGRAFÍA

- Real Academia Española, Diccionario De la lengua Española
http://buscon.rae.es/drae/?type=3&val=idea&val_aux=&origen=REDRAE,
08.01.2014, 22.40 PM
- Sampieri Hernández, Roberto, Metodología de la investigación, Editorial MC
Graw-Hill, México, pág. 2
- Ávila Baray, H.L. (2006) Introducción a la metodología de la investigación
Edición electrónica, pág. 5
- Kinnear, Thomas C.; Taylor, James R., investigación de mercados, editorial MC
Graw-Hill, 5ª. Ed. Pág. 5.
- Curso de metodología de la investigación,
[http://www.inegi.org.mx/inegi/spc/doc/INTERNET/22-
%20CURSO%20DE%20METODOLOG%C3%8DA%20DE%20LA%20INVES
TIGACI%C3%93N.pdf](http://www.inegi.org.mx/inegi/spc/doc/INTERNET/22-%20CURSO%20DE%20METODOLOG%C3%8DA%20DE%20LA%20INVESTIGACI%C3%93N.pdf), pág. 1312.02.2014, 14.40 PM.
- Curso de metodología de la investigación,
[http://www.inegi.org.mx/inegi/spc/doc/INTERNET/22-
%20CURSO%20DE%20METODOLOG%C3%8DA%20DE%20LA%20INVES
TIGACI%C3%93N.pdf](http://www.inegi.org.mx/inegi/spc/doc/INTERNET/22-%20CURSO%20DE%20METODOLOG%C3%8DA%20DE%20LA%20INVESTIGACI%C3%93N.pdf) pág. 13, 12.02.2014, 14.40 PM.
- Kinnear, Thomas C.; Taylor, James R., Investigación de mercados. Editorial Mc
Graw Hill, 5a. edición, pág. 30-31.
- Ministerio de desarrollo social, Encuesta Casen,
http://observatorio.ministeriodesarrollosocial.gob.cl/casen/casen_obj.php,
13.01.2014, 22.51 PM
- Limber, Alvaro, encuestas longitudinales y tipos de panel,
[http://alvarostatistics.wordpress.com/2011/09/29/encuestas-longitudinales-y-
tipos-de-panel/](http://alvarostatistics.wordpress.com/2011/09/29/encuestas-longitudinales-y-tipos-de-panel/), 13.02.2014, 23.25 PM.

- Ministerio de desarrollo social, Encuesta Panel Casen, http://observatorio.ministeriodesarrollosocial.gob.cl/layout/doc/panelcasen/Metodologia_Panel_CASEN_2006-2009.pdf, pág. 11, 22.12.2012, 21.43 PM
- Ministerio de desarrollo social, Encuesta Panel Casen 2009, http://observatorio.ministeriodesarrollosocial.gob.cl/layout/doc/panelcasen/informe/Documento_Metodologico_2009.pdf, pág. 6, 22.12.2013, 22.30 PM.
- Ministerio de desarrollo social, Encuesta Panel Casen 2009, http://observatorio.ministeriodesarrollosocial.gob.cl/layout/doc/panelcasen/informe/Documento_Metodologico_2009.pdf, pág. 8, 22.12.2013, 22.30 PM.
- Ministerio de desarrollo social, Encuesta Panel Casen 2009, http://observatorio.ministeriodesarrollosocial.gob.cl/layout/doc/panelcasen/informe/Documento_Metodologico_2009.pdf, pág. 8-9, 22.12.2013, 22.30 PM.
- Ministerio de desarrollo social, Encuesta Panel Casen 2009, http://observatorio.ministeriodesarrollosocial.gob.cl/layout/doc/panelcasen/informe/Documento_Metodologico_2009.pdf, pág. 9, 22.12.2013, 22.30 PM.
- Ministerio de desarrollo social, Encuesta Panel Casen 2009, http://observatorio.ministeriodesarrollosocial.gob.cl/layout/doc/panelcasen/informe/Documento_Metodologico_2009.pdf, pág. 11, 22.12.2013, 22.30 PM.
- Ministerio de desarrollo social, Encuesta Panel Casen 2009, http://observatorio.ministeriodesarrollosocial.gob.cl/layout/doc/panelcasen/informe/Documento_Metodologico_2009.pdf, pág. 7-8, 13.01.2014, 23.09 PM
- Universidad Alberto Hurtado, <http://www.uahurtado.cl/universidad>, 06.01.2014, 22.00 PM.
- Universidad Alberto Hurtado, <http://www.uahurtado.cl/universidad>, 06.01.2014, 22.00 PM.

- Universidad Alberto Hurtado,
<http://www.uahurtado.cl/universidad>, 06.01.2014, 22.00 PM.
- Universidad Alberto Hurtado,
<http://www.uahurtado.cl/universidad>, 06.01.2014, 22.00 PM.
- Observatorio Social, Universidad Alberto Hurtado,
<http://www.osuah.cl>, 04.09.2013, 13.00 PM.
- Observatorio Social, Universidad Alberto Hurtado,
http://www.osuah.cl/objetivo_especifico.php?id=4, 04.09.2013, 13.15 PM.
- Observatorio Social Universidad Alberto Hurtado,
Curriculum Institucional.
- Asociación de Investigadores de Mercado, Informe actualización grupos socioeconómicos, junio 2013,
<http://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:KpVB8Ko5J8AJ:www.iab.cl/wp-content/themes/IAB/download.php%3Farchivo%3D13360%257Cresumenejecgs e2013.pdf+%&cd=1&hl=es&ct=clnk&gl=cl>, 20.02.2014, 23.31 PM.
- Instituto Nacional de Estadísticas, Población Y Sociedad, Aspectos Demográficos,
http://www.ine.cl/canales/chile_estadistico/demografia_y_vitales/demografia/pdf/poblacion_sociedad_enero09.pdf, 21.02.2014, 00.35 AM.
- Ministerio de desarrollo social, Encuesta Panel Casen,
http://observatorio.ministeriodesarrollosocial.gob.cl/layout/doc/panelcasen/Metodologia_Panel_CASEN_2006-2009.pdf, pág. 11, 22.12.2012, 21.43 PM

ANEXOS

PROYECTOS RELEVANTES DEL OBSERVATORIO SOCIAL.

Año	Nombre Encuesta	Tipo	Mandante	Nº De Encuestas	Diseño Instrumento	Modo Aplicación
2011	Catastro de Personas en Situación de Calle	Transversal	Ministerio de Desarrollo Social	12.225 individuos	Ajustado por OSUAH	PAPI
2011	Encuesta Financiera de Hogares 2011	Longitudinal y transversal	Banco Central	4.000 hogares	Dado por Contraparte	PDA
2011	Encuesta Origen Destino Región Metropolitana	Transversal	SECTRA	18.000 hogares	Dado por Contraparte	PDA
2010	Noveno Estudio Nacional de Drogas	Transversal	CONACE	17.000	Dado por contraparte	PDA
2010	Segunda Encuesta sobre Acceso, Usos y Usuarios de Internet en Chile	Longitudinal	SUBTEL	1.717	Diseñado por OSUAH	PDA
2010	Encuesta Financiera de Hogares 2010	Transversal	Banco Central	2.000 hogares	Dado por contraparte	PDA
2010	Encuesta Panel CASEN Post Terremoto 2010	Longitudinal	MIDEPLAN	22.000 hogares	Dado por Contraparte	PAPI
2009	Encuesta de Caracterización Socioeconómica Nacional (CASEN) 2009	Transversal	MIDEPLAN	74.300 hogares	Dado por Contraparte	PAPI
2009	Encuesta Nacional Trabajo, Salud y Calidad de vida de los y las trabajadores de Chile	Transversal	MINSAL	9.720 trabajadores	Dado por Contraparte	PDA
2008	Encuesta Panel CASEN 2006, 2007, 2008, 2009	Longitudinal	MIDEPLAN	7.000 hogares 23.000 individuos	Ajustado por OSUAH	PDA
2008-2009	Encuesta Panel de Microempresas	Longitudinal	Ministerio de Economía	3.000 hogares	Diseñado por OSUAH	PDA
2008-2009	Encuesta Panel de Vivienda	Longitudinal	MINVU	5.100 viviendas	Diseñado por OSUAH	PAPI (traspaso a PDA)
2007	Encuesta Panel del Sistema de Protección Social Chile Solidario	Longitudinal	MIDEPLAN – Banco Mundial	9.777 hogares	Dado por Contraparte	PAPI
2007	Encuesta Panel CASEN 2006, 2007, 2008, 2009	Longitudinal	MIDEPLAN	7500 hogares 25.917 individuos	Ajustado por OSUAH	PDA
2006	Encuesta Panel 1996, 2001, 2006	Longitudinal	Fundación para la Superación de la Pobreza y MIDEPLAN	3.888 hogares	Ajustado por OSUAH	PAPI
2008-2009	Encuesta Nacional de Salud	Transversal	MINSAL	5.058 individuos	Diseñado por OSUAH	PDA

2008	Encuesta sobre Acceso, Usos y Usuarios de Internet Banda Ancha en Chile	RM, Antofagasta, Valparaíso, Concepción Transversal	SUBTEL	1.800 casos	Diseñado por OSUAH	PDA
2008	Disposición a la Integración social urbana en ciudades de Chile	7 ciudades Transversal	MINVU	3.601 hogares	Diseñado por OSUAH	PAPI
2008	Diagnostico de la realidad de los jóvenes de Antofagasta	Antofagasta	INJUV	1.498 jóvenes	Diseñado por OSUAH	PDA
2008 – 2009	Diseño metodológico y aplicación de la medición de satisfacción de usuarios de obras viales	Transversal en ciudades de Chile	MOP	5.000 casos	Diseñado por OSUAH	PAPI
2008	Vivir en "campamentos": ¿Camino hacia la vivienda formal y la superación de la pobreza, o estrategia de localización para enfrentar la vulnerabilidad?"	RM Transversal	LILP	1.600 hogares	Diseñado por OSUAH	PAPI
2008	Estudio Evaluación de la puesta en marcha del sistema Tarjeta Joven 2007	Santiago, Valparaíso y Concepción. Transversal	INJUV	2.800 casos (dos mediciones)	Diseñado por OSUAH	PAPI
2008	Proyecto Kawax: Innovaciones curriculares en programas de Ciencia y Tecnología	Santiago, Valparaíso y Concepción. Transversal	CICES - USACH	500 académicos	Dado por Contraparte	PAPI
2007	Estudio Caracterización social y físico territorial de tres barrios críticos (programa Quiero mi Barrio)	RM Transversal	MINVU	7.000 hogares	Ajustado por OSUAH	PAPI
2007	“Encuesta de trabajo y equidad”	Nacional Transversal	Consejo Asesor Presidencial	4.000 hogares	Ajustado por OSUAH	PDA
2007	Encuesta de derechos ciudadanos en los servicios públicos	RM, Valparaíso y Concepción Transversal	SEGPRES: Ministerio Secretaría General de la Presidencia	Medición 1: 1.200 casos Medición 2: 1.200 casos	Ajustado por OSUAH	PAPI

2006	Encuesta nacional de hábitos de actividad física y deporte en la población chilena igual o mayor a 18 años	Nacional Transversal	Chiledeportes	4.000 personas	Ajustado por OSUAH	PAPI
2006	Estudio Preferencias de Regulación Urbana en Chile	Santiago, Valparaíso y Concepción. Transversal	LILP (Lincoln Institute of Land Policies)	1.044 casos	Diseñado por OSUAH	PAPI

