

## **ENCUESTA VIRTUAL PUE: METODOLOGÍA DE DISEÑO, DIFUSIÓN Y NIVEL DE RESPUESTA**

*Orazi, Sofía*

*Instituto de Investigaciones Económicas y Sociales del Sur - CONICET. Departamento de Economía de la Universidad Nacional del Sur.*

*Reyes Pontet, Mauro David*

*Instituto de Investigaciones Económicas y Sociales del Sur- CONICET. Departamento de Economía de la Universidad Nacional del Sur.*

### **Resumen:**

En este documento de trabajo se resume el diseño, la metodología y el alcance de una de las encuestas virtuales del Proyecto de Unidades Ejecutoras: La Encuesta de Inclusión Social Sostenible. La misma fue realizada entre los meses de agosto y septiembre del 2020. Se presentan las razones y objetivos perseguidos al aplicar este tipo de técnica, las ventajas y desventajas de la realización de encuestas virtuales y de las diversas estrategias de aplicación y difusión del cuestionario. A partir de las primeras aproximaciones, teniendo en cuenta el nivel de respuesta en cada sector de la ciudad se presume como positivos los resultados del relevamiento. El total de respuestas válidas fue de 1146 hogares, contemplando un total de 3913 individuos, considerando todos los integrantes de cada hogar.

### **1. Introducción:**

Bahía Blanca es una ciudad intermedia que continúa creciendo en términos poblacionales y geográficos. La expansión periférica y la densificación del centro, la conformación de nuevas áreas residenciales y la extensión de los asentamientos marginales genera nuevos desafíos de infraestructura, acceso a servicios, funcionamiento de determinados mercados, entre otros (Formiga y Gárriz, 2010). En este proceso, algunos sectores se benefician del acceso a salud, educación, mercados de consumo y financieros, mientras que otros sectores se encuentran en situaciones de pobreza, marginalidad, vulnerabilidad y exclusión.

Desde el Instituto de Investigaciones Económicas y Sociales del Sur se inició en el año 2017 el Proyecto de Unidad Ejecutora titulado Inclusión Social: innovaciones y políticas públicas. Un análisis regional (PUE: 22920160100069CO). El mismo cuenta con cuatro becarios doctorales que realizan su investigación en distintas esferas de la problemática de la inclusión social en la ciudad de Bahía Blanca.

Para el mes de abril del 2020 estaba prevista la realización de un relevamiento a través de una encuesta presencial, en papel, con una muestra aleatoria, estratificada por nivel socio-económico del lugar de residencia y representativa de toda la ciudad; de forma tal de reunir la información requerida tanto por los becarios doctorales para la elaboración de sus tesis, como así también contribuir y enriquecer a los objetivos del Proyecto de Investigación.

Con los recursos organizados para iniciar el relevamiento (cuestionario, encuestadores, supervisores, muestreo, entre otros), en el mes de marzo del corriente año, se declaró la “cuarentena” o Aislamiento Social Preventivo y Obligatorio en el marco de la pandemia del COVID-19. Frente a esta situación se suspendieron las actividades presenciales de investigación, incluyendo la realización de dicho relevamiento.

Dada la situación expresada y la necesidad de datos, los becarios y un grupo de investigadores decidieron llevar a cabo un relevamiento de forma virtual con un formulario acotado y orientado a dos temáticas particulares del proyecto: *“la pobreza y el medio ambiente”* y la *“inclusión financiera y demanda potencial de microcréditos”*. Ambas temáticas respondían a dimensiones abarcadas por el Proyecto y eran ampliamente cubiertas en el cuestionario original. La situación de aislamiento llevó, en primera instancia, a su separación del cuerpo general del formulario y a su nueva diagramación de manera más breve y específica.

Utilizando los formularios de Google, principalmente por su sencillez en el armado, difusión y gratuidad, se diseñó un cuestionario que no requería más de 10 minutos para completarse, era anónimo, podía realizarse desde un celular o cualquier dispositivo móvil y estaba acompañado de un *flyer* de difusión. Para motivar a los respondentes se sortearon tres órdenes de compra entre quienes participaron y dejaron sus datos al finalizar la encuesta. El 26 de septiembre se definieron las tres ganadoras, quienes obtuvieron sus

premios en un supermercado, en una librería y en un local de telefonía móvil de la ciudad de Bahía Blanca.

A pesar que no era la técnica programada al inicio del proyecto, las encuestas realizadas a través de cuestionarios *online* presentan múltiples ventajas. Son de rápida implementación y procesamiento de los resultados, con costos relativamente bajos. Permite que se auto completen y mejora la sensación de anonimato, aumentando el grado de sinceridad y veracidad de las respuestas en temas sensibles para los encuestados. Por último, siendo fundamental en épocas de pandemia, la virtualidad evita exponer a encuestadores y respondentes a incumplir con el distanciamiento social.

Por otra parte, se reconocen sus debilidades metodológicas. Si bien ha aumentado considerablemente el acceso a servicios digitales de toda la población por las exigencias del teletrabajo o la educación virtual, siguen existiendo importantes barreras estructurales, de tipo tecnológicas, de educación digital, entre otras, que limitan el acceso generalizado a completar una encuesta online. Se resalta en varios estudios, que la distribución alcanzada bajo este método no es aleatoria. No obstante, se realizaron diversos esfuerzos y estrategias de difusión del cuestionario por diferentes medios de comunicación por fuera de las redes de contacto de los investigadores involucrados para lograr una mejor representatividad de los resultados. Se trabajaron de manera focalizada y en red con la Municipalidad de Bahía Blanca, ONGs y grupos de voluntarios con presencia territorial en sectores vulnerables de la ciudad.

El seguimiento se realizó a través de un diagrama de respuestas por región en la ciudad con la intención de identificar aquellas zonas o barrios donde el nivel de respuesta era menor a fin de reforzar la difusión a través de instituciones, representantes barriales, redes sociales, etc.

En los apartados que siguen en este documento se resumen los objetivos, la metodología de implementación, difusión y seguimiento del relevamiento online en la ciudad de Bahía Blanca entre las fechas 15 de agosto al 26 de septiembre del año 2020. Por último, se presentan algunas pautas de análisis y resultados preliminares, así como también las líneas de desarrollo y trabajos a futuro, a complementarse con las distintas recopilaciones de datos del Proyecto.

## 2. Objetivos:

El objetivo general de la encuesta es recoger información y opiniones sobre la situación socioeconómica actual y diferentes problemáticas de las familias en Bahía Blanca. Se intenta comparar las estadísticas de las distintas zonas geográficas de la ciudad, brindando un primer acercamiento a las variables claves y a las relaciones causales que determinan las situaciones de vulnerabilidad y exclusión en las áreas de análisis.

Este primer acercamiento a la situación actual de la ciudad nos permitirá fortalecer la investigación en referencia al relevamiento propuesto en el marco Proyecto y la posibilidad de comparar y mejorar las estadísticas recabadas en una situación de emergencia sanitaria, económica y social como la que se vive en el presente año.

En particular, entre los objetivos específicos del relevamiento se destacan:

- Generar y analizar una breve caracterización de los hogares relevados en las distintas zonas de Bahía Blanca, en términos de ingresos, educación, ocupación, edad, género, entre otros, profundizando el en aspectos ambientales y de financiamiento.
- Identificar situaciones generalizadas o particulares de acceso a ayudas económicas o alimentarias, como así también de sectores donde exista algún grado de falta de seguridad alimentaria.
- Analizar la relación entre el medio-ambiente y la población excluida o vulnerable. El impacto sobre la contaminación urbana y el cuidado de los recursos naturales. Y a su vez, la influencia de estas variables sobre la autopercepción del estado de salud de los hogares y el acceso a los bienes y servicios de salud en la situación actual.
- Analizar de qué manera las características socioeconómicas, demográficas y culturales, afectan el acceso a servicios financieros de la población, a la disposición de utilizar financiamiento crediticio en el futuro y la existencia de preferencia por el efectivo de los hogares.
- Colaborar con el diseño de políticas económicas y sociales concretas para la inclusión social sostenible en la ciudad.

### 3. Metodología y cuestionario:

El 11 de marzo del corriente año, la OMS declaró el estado de pandemia debido al brote del virus COVID-19. El gobierno argentino, con un número de infectados relativamente bajo, decretó el 21 de marzo el aislamiento preventivo y obligatorio (ASPO, *cuarentena*) que se extiende hasta la actualidad, con diferentes fases<sup>1</sup>. Con el avance de los días las actividades exceptuadas de mantener aislamiento fueron aumentando<sup>2</sup>, pero las actividades de investigación en campo no fueron el caso.

En este sentido, la necesidad de datos descripta en los apartados anteriores, los plazos para recabar y trabajar sobre los mismos y la situación de aislamiento social actual donde las encuestas de manera presencial no se encuentran habilitadas, se coadyuvaron como razones suficientes para llevar a cabo la encuesta de modo virtual.

Por otra parte, además de la imposibilidad de realización del relevamiento de manera presencial, se observan múltiples ventajas en la implementación de cuestionarios virtuales para la investigación. Así, autores como Rocco y Oliari (2007) y Díaz de Rada (2012) destacan la reducción de costos como la principal virtud de la metodología *online* en comparación con la modalidad presencial, no solo en lo referido a materiales, recursos humanos y transporte, sino también a otros gastos o costes. Este tipo de modalidad permite el ahorro de tiempo antes (preparación de recursos humanos, adquisición de materiales, diseño de muestra), durante (recopilación de datos) y después de la realización de la encuesta (recopilación y procesamiento de las respuestas). Por último, Díaz de Rada (2012) señala como mérito de la virtualidad la mayor sensación de anonimato de quienes contestan y la posibilidad de incluir elementos audiovisuales en el cuestionario.

Sin embargo, algunas desventajas de las encuestas *autoadministradas* mediante Internet son necesarias resaltar. Las más importantes están relacionadas con la dificultad para localizar muestras representativas (Baker et al., 2010). Esta difícil tarea se fundamenta en causas claras: el alcance de la encuesta. Inevitablemente una porción del universo bajo estudio quedará fuera por cuestiones de alcance de la difusión; el limitado acceso a internet

---

<sup>1</sup> Las fases de la medida de aislamiento social preventivo y obligatorio pueden observarse en: <https://www.argentina.gob.ar/coronavirus/aislamiento/fases>

<sup>2</sup> Para detalles se recomienda revisar el Decreto de Necesidad y Urgencia sobre el aislamiento social y preventivo en: <https://www.boletinoficial.gob.ar/detalleAviso/primera/227042/20200320>

o datos móviles y el equipamiento necesario como soporte para recibir, contestar y reenviar el cuestionario (ordenador, tablet, celular, etc.). Por último, son requeridos una serie de conocimientos para el manejo de los equipos informáticos y sus funcionalidades. Una segunda dificultad relacionada con la representatividad se encuentra en la tarea de generar muestreos probabilísticos, lo cual induce a la utilización de muestras de voluntarios que distan mucho de ser representativas del universo objeto de estudio (Baker et al., 2010).

En tanto, algunas cuestiones en la respuesta de las encuestas *online* son marcadas como debilidades frente a la modalidad presencial. Primeramente, no hay manera de conocer el grado de evaluación, comprensión y análisis del entrevistado con respecto a cada pregunta. Además, no realizar las preguntas “cara a cara” puede generar interpretaciones distintas o dudas que no pueden ser resueltas *in situ*.

Teniendo en cuenta estas variantes, los objetivos de la encuesta y las temáticas a abordar, el grupo de trabajo desarrolló un cuestionario, que se presenta en el Anexo. El mismo se enfoca en aspectos específicos como: composición del hogar, calidad de la vivienda, nivel de educación, percepción y atención de salud, acceso a energía y cuestiones ambientales, como también cuestiones de ingresos, ahorro, financiamiento y acceso a crédito. Los interrogantes fueron referidos hacia todos los miembros del hogar, excepto en aquellos destinados a identificar las características socio-económicas del principal sostén de hogar. Ningún ítem de la encuesta era de carácter obligatorio excepto las dos primeras preguntas que actúan de “filtro” a fin de confirmar la residencia habitual de la persona en la ciudad de Bahía Blanca y evitar la doble respuesta preguntando “si en su hogar alguien más ya había completado el formulario”.

Luego de revisar las desventajas que presentan las encuestas virtuales, los autores y el grupo de colaboradores del proyecto se enfocaron en cuestiones como: sencillez en el vocabulario y eliminación de ambigüedades en las preguntas y posibles respuestas, orden temático claro con división en secciones, respuestas dinámicas con selección de opciones y saltos de preguntas según la selección de quien conteste las mismas (prestaciones de la plataforma *Google Forms* para esta tarea). Se siguieron también los lineamientos analizados previamente para la formulación del cuestionario ya definido para la realización del relevamiento de forma presencial y los Documentos de Trabajo publicados previamente con

los aspectos destacados para dicho proceso (Calle, et al., 2017; Elorza, et al., 2017; Larrosa y Gutiérrez, 2017; Linares Lejarraga y Alderete, 2017; Orazi, 2017; Zilio, et al., 2017). A su vez, la cantidad de preguntas se redujo al mínimo con respecto a los objetivos planteados, a fin de evitar el abandono del respondente (Marradi et al., 2007).

Es innegable que este tipo de metodología de relevamiento de datos conlleva un menor control sobre el número de respuestas, en comparación con la realización en persona o vía telefónica. Aun así, vale destacar los méritos de la virtualidad teniendo en cuenta las temáticas a consultar. En cuanto al grado de anonimato en la respuesta, Díaz de Rada (2012) señala que las respuestas son más confiables bajo este método, dado la sensibilidad de los temas tratados (ingreso, situación de ahorro/crédito, entre otras).

Se ha mencionado que las encuestas realizadas de manera presencial ostentan un grado mayor de respuesta, dado el compromiso que se genera en el receptor (Rocco y Aliari, 2007). A su vez, esta última metodología presenta algunas dificultades por su lado, como la necesidad de contratar y capacitar encuestadores, la posibilidad de distorsión en la formulación de las preguntas, la dificultad de encontrar gente para responder en el hogar, la desconfianza y la dificultad para procesar la información (Marradi et al., 2007). Por su parte, la encuesta auto cumplimentada *online* ofrece al entrevistado la posibilidad de reflexionar, de contestar a su ritmo, seleccionando el momento de realizar el cuestionario, lo que facilita la consulta de documentos, archivos, etc. (Díaz de Rada, 2012).

Con la intención de evitar las problemáticas de desinterés y falta de compromiso del respondente se aplicó la estrategia de ofrecer la participación en un sorteo de órdenes de compra, generando la respuesta completa de la encuesta, Dillman et al. (2009) destacan los resultados positivos de este tipo de incentivos.

En cuanto a las estrategias para intentar solucionar las problemáticas de representatividad y alcance serán tratadas en el siguiente apartado.

#### **4. Seguimiento y Difusión:**

Con el objetivo de lograr la presencia de respuestas en todos los sectores de la ciudad se incorporó una pregunta abierta sobre el barrio en que vive, con la ventaja que, frente a la existencia de más de 130 barrios oficiales, el respondente no debía buscar en una lista

demasiado extensa para seleccionar el barrio donde residía, pero con la desventaja de que a posteriori se encontraron respuestas *vacías* (56 en total), surgieron respuestas de barrios no oficiales o zonas demasiado amplias, dificultando la geolocalización del hogar en el mapa. Por este motivo, al finalizar la encuesta se pregunta la ubicación del hogar, la cuadra y altura o entre qué calles se encuentra, para tener la posibilidad de cruzar esta información y a su vez poder identificar dobles entradas de un mismo hogar para participar del sorteo, aunque en este caso hubo más campos vacíos (un total de 178).

La difusión de la encuesta fue a través de redes sociales, principalmente por *email*, *WhatsApp* y *Facebook*. En una primera instancia se difundió en las redes de contacto de los investigadores involucrados en el estudio. En los primeros 5 días (desde el 15 al 20 de agosto) se alcanzaron las 700 respuestas, teniendo en cuenta que el lanzamiento y los primeros días suelen ser los que mayor tasa de respuesta obtienen. En esta primera fase la mayoría respuestas se obtuvieron en el Centro de la ciudad (59 respuestas en los primeros 5 días), en el Macrocentro (24) en los barrios Universitario (56) Patagonia (28), Villa Mitre (24), Aldea Romana (19), Novaterra (19) o Pacífico (18) por mencionar algunos de los barrios con más cantidad de respuestas iniciales. Si bien luego se sumaron más respuestas en estas zonas, por lo que el número final se incrementó, la difusión se focalizó en las zonas más marginales de la ciudad para intentar lograr una mejor representación de los distintos niveles socioeconómicos.

En algunos barrios específicos, donde por trabajos de campo previos, realizados desde la Universidad y el Departamento de Economía, se tiene un contacto estrecho con los vecinos, se logró obtener una mayor tasa de respuesta, como son: Miramar (21 respuestas finales), Harding Green (16), Stella Maris (11) y 9 de noviembre (10), que pueden tomarse como resultados atípicos, debido a la baja densidad poblacional y con niveles de ingreso relativamente menores en los mismos.

Luego, se reforzó la difusión fuera de las redes de contacto estrechas. En el caso de *Facebook* se solicitó el ingreso a diversos grupos barriales organizados por los mismos vecinos para difundir a través de esas redes. En particular, la llegada a los grupos de *Facebook* de los barrios como Noroeste (27 respuestas finales), Vista Alegre (8), Villa Delfina (5), Grumbein (5), Latino (5), entre otros, ayudaron a reforzar la difusión en repetidas



ocasiones, aunque se observa a estos canales como menos efectivos a partir de los resultados obtenidos. A través de la red *Facebook* también se intentó ampliar la difusión del formulario contactando a personas de ciertos barrios que dejaban su celular por cuestiones de emprendimientos, trabajo, búsqueda de mascotas, etc. Esta estrategia fue suspendida ya que no se observó aumento en las respuestas. El promedio de mensajes fue de 35 o 40 mensajes enviados por día y el nivel de respuesta fue de 3 a 5 respuestas. Esto puede deberse a la abundancia de mensajes de tipo *spam* en la actualidad y la desconfianza de las personas a entrar a un link de origen desconocido.

Luego de la implementación de estrategias antedichas, en una tercera etapa de difusión se contactó a referentes municipales, que mantienen comunicación continua con representantes barriales de sectores vulnerables, los cuales pudieron ser contactados y así ampliar el alcance en aquellas zonas donde había un escaso número de formularios completos. Estos son los casos del Barrio Spurr (12 respuestas finales), Villa Rosario (11), Barrio Ferro (10) y Thompson (6). Si bien el costo en términos de tiempo fue mayor, debido al contacto vía llamada telefónica a los referentes de los sectores mencionados explicando los objetivos de la encuesta, el contenido, el sorteo, y enviando luego el link para realizar la encuesta mediante WhatsApp, el resultado de esta difusión fue más efectivo en la tasa de respuesta.

Finalmente, se solicitó a la Jefatura Distrital de la Secretaría de Escuelas de la ciudad la comunicación hacia las instituciones educativas con el requerimiento de que compartan el *link* la encuesta a través de las redes de contacto con los padres de sus alumnos. Esta tarea se realizó en los últimos días del relevamiento debido a exigencias de mayor formalidad en el pedido. Este último impulso de difusión logró aumentar en alrededor de 300 respuestas en total, resultando ampliamente exitoso, teniendo en cuenta el nivel de alcance hasta el momento.

## 5. Resultados

Los resultados del relevamiento pueden ser evaluados como positivos. A pesar de las problemáticas de muestreo y representatividad comunes a todas las encuestas realizadas vía *online*, se observa un buen número de hogares respondentes y, aunque con diferentes grados de respuesta, se registró una buena llegada a todos los sectores de la ciudad.

Revisando los objetivos planteados y la metodología utilizada (siendo la única opción en el contexto actual), es relevante el esfuerzo por lograr la cobertura de las diferentes zonas de la ciudad. En este sentido los resultados se manifiestan como apropiados a los fines para los que fueron recabados. El gráfico N ° 1 presenta un mapa de la ciudad de Bahía Blanca donde se destaca la cantidad de respuestas por barrio (luego de un agrupamiento de barrios oficiales) y la proporción de la población que vive en los mismos, información proveniente de las proyecciones del censo 2010 de INDEC<sup>3</sup>.

**Gráfico N ° 1. Mapa de respuestas y proporción de la población de Bahía Blanca.**



*Fuente. Elaboración propia.*

Como se puede observar en el mapa, con respecto al nivel de representatividad por sector de la ciudad se destacan varios factores. El mayor grado de respuesta en los sectores céntricos y norte obedece a un mayor alcance por parte de las redes personales del grupo

<sup>3</sup> El proceso de elaboración del mapa se explicará en el artículo que se encuentra próximo a publicarse como documento de trabajo del IIESS de Tortul (2020) denominado: Asignación barrial de datos censales con QGIS: el caso de Bahía Blanca.

de trabajo (quienes comenzaron con la difusión). Además, debe resaltarse la mayor densidad poblacional de estos barrios, como también un mayor ingreso promedio y educación en los hogares, lo cual refleja un posible acceso ostensible a internet y equipos, y al conocimiento en su utilización (Prieto, 2016). También se registró un número apreciable de realización del cuestionario en barrios donde los investigadores mantienen contacto con personas y/o instituciones del ámbito social, como sociedades de fomento, comedores y merenderos, etc.

Por otra parte, se observa un menor nivel de encuestas realizadas en la parte sur de la ciudad y algunos barrios específicos. Las causas a las que puede atribuirse esta situación son variadas y contrapuestas a las mencionadas anteriormente. El número de habitantes por kilómetro cuadrado es significativamente menor a las demás regiones del partido. Por otra parte, el alcance a estas zonas fue menor, dado que no se cuenta con contactos sociales y la difusión se realizó por otras vías (véase apartado de difusión), generando un menor compromiso en la respuesta (Díaz de Rada, 2012). Finalmente, los barrios donde el número de respondentes fue reducido, se asocian con indicadores socioeconómicos relativamente más bajos, lo cual indicaría un posible menor acceso a internet y tecnología (celulares, tablets, PCs, etc.) y nivel educativo menor, afectando negativamente el alcance del cuestionario (Formiga y Garriz, 2010; Prieto, 2016).

Estas cuestiones deben ser tenidas en cuenta para las apreciaciones en base a los datos recabados, principalmente por la representatividad a nivel general del conglomerado urbano, como también para las respuestas de cada sector específico.

Luego del procesamiento de los datos obtenidos, teniendo en cuenta su geolocalización, la utilidad de los mismos reviste importancia determinante para la elaboración de las tesis doctorales de los autores, aunque también para estudios de evaluación y comparación de las esferas socioeconómica, ambiental, acceso a crédito y financiamiento, entre otras.

Por último, se destaca la utilidad del relevamiento ante la carencia de datos a nivel microeconómico específicos en las temáticas trabajadas debido al aislamiento preventivo y obligatorio. Además, la comparación de las respuestas obtenidas con respecto a la futura

encuesta general del PUE reviste un interés determinante, subrayando el posible sesgo en algunos aspectos por la situación de pandemia.

## 6. Referencias

Baker, R. et al. (2010). Research synthesis: AAPOR Report on online panels. *Public Opinion Quarterly*. Vol. 74, 711-781.

Calle, C., Formichella, M., Ibáñez Martín, M., Krüger, N., Pérez, S., Santos, M. (2017). Diseño del cuestionario para la encuesta del PUE. Consideraciones teóricas y metodológicas. IIESS CONICET. Bahía Blanca. *Documento de trabajo PUE N° 1*.

Díaz de Rada, V. (2012). Ventajas e inconvenientes de la encuesta por Internet. *Papers: revista de sociología*, 193-223.

Dillman, D.A. (1991). The Design and Administration of Mail Surveys. *Annual Review of Sociology*. Vol. 17, 225-249.

Elorza, M., Lago, F., Arnaudo, M., Mara, G., Geri, M., Moscoso, N. (2017). Identificación de la población vulnerable en Bahía Blanca: lineamientos metodológicos para el relevamiento de la dimensión SALUD. IIESS CONICET. Bahía Blanca. *Documento de trabajo PUE N° 3*.

Formiga, N., Garriz, E. (2010). Construcción de Territorialidades y Fragmentación Socioespacial: Agentes y Acciones. *Revista Electrónica de Geografía y Ciencias Sociales* Universidad de Barcelona.

Formiga, N., Marengo, S. (2000) *La Dinámica Urbana*. Editorial Universidad Nacional del Sur ISBN 978 9281 52 7. Bahía Blanca.

Jaramillo, C. L. (2019). El proceso de la encuesta online. *Más poder local*, (39), 30-33.

Larrosa, J., Gutiérrez, E. (2017). Inclusión digital y grandes datos: Delineando un relevamiento para la ciudad de Bahía Blanca. IIESS CONICET. Bahía Blanca. *Documento de trabajo PUE N° 6*.

Linares Lejarraga, S., Alderete, V. (2017). Vulnerabilidad y Gobierno Abierto: relevamiento para la ciudad de Bahía Blanca. IIESS CONICET. Bahía Blanca. *Documento de trabajo PUE N° 4*.

Marradi, A., Archenti, N. Piovani, J.I. (2007). Metodología de las Ciencias Sociales. 1° edición. Buenos Aires: Emecé Editores.

Orazi, S., Martínez, L., Guercio, M., Vigier, H. (2017). Apartado: Financiamiento de microemprendimientos y generación de autoempleo. IIESS CONICET. Bahía Blanca. *Documento de trabajo PUE N° 5*.

Prieto, M. B. (2016). Vulnerabilidad sociodemográfica en el aglomerado urbano de Bahía Blanca-Argentina. *Anais, 1-20*.

Rocco, L. y Oliari, N. (2007) La encuesta mediante internet como alternativa metodológica. VII Jornadas de Sociología. Facultad de Ciencias Sociales, Universidad de Buenos Aires. Buenos Aires.

Zilio, M., London, S., Rojas, M., Gallegos, C., Noceti, M., Gambarota, D., Temporelli, K., Monterubbianesi, P., Pasciaroni, C., Elías, S., Tortul, M. (2017). Inclusión social y medio ambiente en un medio urbano: relevamiento para la ciudad de Bahía Blanca. IIESS CONICET. Bahía Blanca. *Documento de trabajo PUE N° 2*.

## 7. Anexo.

Cuestionario virtual

# Encuesta de Inclusión Social Sostenible

La siguiente encuesta es ANÓNIMA y forma parte de un importante proyecto del Instituto de Investigaciones Económicas y Sociales del Sur (IIESS). Su objetivo es recoger información y opiniones sobre la situación y problemáticas de las familias en Bahía Blanca.

--> SOLO SE PUEDE ENVIAR UNA ENCUESTA POR HOGAR <--

Para responder debe ser mayor de edad y residir en Bahía Blanca más allá de la situación particular desatada por la pandemia.

Si usted lo desea puede participar por un SORTEO en retribución por su tiempo.

Participa con los últimos CUATRO números de su DNI. Deje sus datos al final de la encuesta.

El SABADO 26 DE SEPTIEMBRE se definen los ganadores en la Lotería Nacional Nocturna.

PREMIOS:

\* Orden de compra de 3000 \$ en la Cooperativa Obrera (cualquier sucursal)

\* Orden de compra de 3000 \$ en Móviles (Drago 34)

\* Orden de compra de 2000 \$ en la Librería del Colegio (Zapiola 400)

**\*Obligatorio**

### Lugar de Residencia

1. ¿Usted reside habitualmente en Bahía Blanca? \*

*Marca solo un óvalo.*

- Sí *Ir a la pregunta 3*  
 No

2. En su hogar, ¿alguien ya completó esta encuesta? \*

*Marca solo un óvalo.*

- Sí *Ir a la pregunta 3*  
 No

### Residentes de Bahía Blanca

3. Indique el barrio donde vive (Por ejemplo: Bella Vista, Villa Mitre, Ing. White, 9 de Noviembre, Stella Maris)

\_\_\_\_\_

4. ¿Cuántas personas mayores de 18 años viven en su hogar?

*Marca solo un óvalo.*

- Ninguna  
 1  
 2  
 3  
 4  
 5  
 6  
 más

5. ¿Cuántas personas entre 5 y 18 años viven en su hogar?

*Marca solo un óvalo.*

Ninguna

1

2

3

4

5

6

más

6. ¿Cuántas personas menores a 5 años viven en su hogar?

*Marca solo un óvalo.*

Ninguna

1

2

3

4

5

6

más

Sobre Principal sostén de hogar

7. Siendo el principal sostén de hogar aquella persona que tiene el mayor ingreso: ¿Quién es el principal sostén del hogar?

*Marca solo un óvalo.*

- Soy yo
- Es mi pareja
- Es mi hijo o hija
- Es mi padre o madre
- Es mi abuelo o abuela
- Otros: \_\_\_\_\_

8. ¿Cuál es la edad del principal sostén de hogar?

*Marca solo un óvalo.*

- De 18 a 25
- De 26 a 35
- De 36 a 45
- De 46 a 55
- De 56 a 65
- Más de 65

9. El principal sostén de hogar es:

*Marca solo un óvalo.*

- Mujer
- Hombre
- Prefiero no decirlo
- Otro



10. Sobre el principal sostén de hogar: ¿Cuál es el mayor nivel de estudios que alcanzó?

*Marca solo un óvalo.*

- Sin instrucción
- Primaria incompleta
- Primaria completa
- Secundaria incompleta
- Secundaria completa
- Educación terciaria o universitaria incompleta
- Educación terciaria o universitaria completa
- No sabe

11. Sobre el principal sostén de hogar: ¿Qué tipo de trabajo tiene..? (si tiene más de uno, elija la situación que genera mayores ingresos)

*Marca solo un óvalo.*

- Es socio, patrón o empleador *Ir a la pregunta 12*
- Trabaja en relación de dependencia (con recibo de sueldo) *Ir a la pregunta 12*
- Trabaja en relación de dependencia (sin recibo de sueldo) *Ir a la pregunta 12*
- Trabaja como profesional independiente *Ir a la pregunta 12*
- Trabaja por cuenta propia *Ir a la pregunta 12*
- Tiene un trabajo temporario/changas *Ir a la pregunta 12*
- No tiene trabajo pero esta buscando *Ir a la pregunta 14*
- Es ama de casa, estudiante o jubilado/a *Ir a la pregunta 13*
- Otros: \_\_\_\_\_

### Para los PSH que trabajan

12. Sobre el principal sostén de hogar: ¿Pudo trabajar durante la cuarentena?

*Marca solo un óvalo.*

- Si, pudo continuar la actividad totalmente
- Pudo trabajar parcialmente
- No pudo trabajar pero cobró total o parcialmente
- No pudo trabajar ni generar ingresos
- Perdió definitivamente su trabajo
- Otros: \_\_\_\_\_

### Otra fuente de ingreso

13. ¿Algún otro miembro del hogar tiene trabajo? (seleccione todas las que correspondan)

*Selecciona todas las opciones que correspondan.*

- No
- Si, otro miembro del hogar tiene trabajo (con recibo de sueldo)
- Si, otro miembro del hogar tiene trabajo (sin recibo de sueldo)
- Si, otro miembro del hogar trabaja por cuenta propia
- No sabe
- Otros:  \_\_\_\_\_

### Ingresos

14. En el último mes en su hogar, ¿recibieron ingresos por alguna de las siguientes fuentes...? (seleccione todas las que correspondan)

*Selecciona todas las opciones que correspondan.*

- Jubilación (o pensión de conyuge fallecido)
- Pensión por vejez, por discapacidad o Madre de 7 Hijos u otras
- Asignaciones Universales por Hijo (AUH) o por embarazo (AUE)
- Ingreso Familiar de Emergencia (IFE)
- Ninguna de las anteriores
- Otros:  \_\_\_\_\_

15. Sumando todos los ingresos que reciben en el hogar, ¿Diría que por mes reciben un ingreso total de...?

*Marca solo un óvalo.*

- 18.000 pesos o menos
- Entre 18.001 y 35.000 pesos
- Entre 35.001 y 44.000 pesos
- Entre 44.001 y 70.000
- Entre 70.001 y 100.000
- Entre 100.001 y 150.000
- Más de 150.001
- No sabe

16. ¿Usted diría que la plata que actualmente juntan por mes en su hogar...

*Marca solo un óvalo.*

- Les alcanza y pueden ahorrar *Ir a la pregunta 22*
- Les alcanza pero no pueden ahorrar *Ir a la pregunta 17*
- No les alcanza *Ir a la pregunta 17*
- No sabe *Ir a la pregunta 17*

### Seguridad alimentaria

17. En el último mes, por falta de dinero u otros recursos ¿Alguna vez le preocupó que no hubiera suficiente VARIEDAD de alimentos para comer en su hogar?

*Marca solo un óvalo.*

- Si
- No
- No sabe

18. En el último mes, por falta de dinero u otros recursos ¿Alguna vez le preocupó que no hubiera suficiente CANTIDAD de alimentos para comer en su hogar?

*Marca solo un óvalo.*

- Si  
 No  
 No sabe

19. En el último mes, por falta de dinero u otros recursos ¿Usted o algún miembro de su hogar dejó de desayunar, almorzar o cenar alguna vez?

*Marca solo un óvalo.*

- Si  
 No  
 No sabe

20. En el último mes, por falta de dinero u otros recursos ¿Usted o algún miembro de su hogar comió una sola vez en el día o pasó un día entero sin comer?

*Marca solo un óvalo.*

- Si  
 No  
 No sabe

21. Durante la cuarentena, ¿han recibido alguna de estas ayudas...? (seleccione todas las que correspondan)

*Selecciona todas las opciones que correspondan.*

- Bolsones de Alimentos del Municipio  
 Bolsones de Alimentos de la Escuela a donde asisten sus hijos  
 Bolsones de Alimentos de otras organizaciones (Ej. Caritas, Iglesias)  
 Ninguna de las anteriores

Otros:  \_\_\_\_\_

22. En su hogar..

*Marca solo un óvalo.*

- Acceden a agua potable por cañería de la red pública
- La extraen de perforación con bombas a motor
- La extraen de perforación o pozo con bombas manuales o sin bomba
- Traen agua desde afuera de la vivienda
- No sabe
- Otros: \_\_\_\_\_

23. En su hogar..

*Marca solo un óvalo.*

- Tienen baño conectado a la red pública de cloacas
- Tienen baño con cámara séptica y pozo ciego
- Tienen baño con pozo ciego
- Tienen baño o letrina sin desagüe
- No tienen baño o letrina en su casa
- No sabe
- Otros: \_\_\_\_\_

24. En su hogar...

*Marca solo un óvalo.*

- Están conectados a la red de electricidad y les llega la boleta de EDES
- Están conectados a la red de electricidad y no les llega la boleta de EDES
- No están conectados a la red eléctrica
- No tienen luz
- No sabe
- Otros: \_\_\_\_\_

25. ¿De qué forma cocinan los alimentos y se calefaccionan en su hogar? Marque todas las opciones que hayan utilizado en los últimos 3 meses:

*Selecciona todas las opciones que correspondan.*

- Con cocina y calefactores conectados a la red de gas natural  
 Con cocina y estufas de gas de garrafa, tanque o tubo de gas  
 Con una cocina, horno y estufas eléctricas  
 Con cocina o salamandra a leña  
 Con salamandra u otro artefacto quemando basura / residuos

Otros:  \_\_\_\_\_

## Salud

26. ¿Como diría usted que es su condición de salud?

*Marca solo un óvalo.*

- Mala  
 Regular  
 Buena  
 Muy Buena  
 Excelente

27. Durante la cuarentena: ¿tuvo algún problema de salud para el cual requirió consultar a un profesional de la salud (sentirse enfermo, dolor, accidente, etc.)?

*Marca solo un óvalo.*

- Sí *Ir a la pregunta 28*  
 No *Ir a la pregunta 30*  
 No sabe *Ir a la pregunta 30*

Si tuvo un problema de salud en cuarentena

28. En las distintas oportunidades que decidió consultar a un profesional de la salud durante la cuarentena. ¿recibió atención médica?

Marca solo un óvalo.

- Siempre Ir a la pregunta 30
- La mayoría Ir a la pregunta 30
- A veces Ir a la pregunta 29
- Nunca Ir a la pregunta 29

#### Motivo de no respuesta

29. ¿Por qué no ha podido dar respuesta a su necesidad de salud? (puede elegir más de una opción)

Selecciona todas las opciones que correspondan.

- El profesional de la salud/centro de salud no estaba atendiendo con motivo de la cuarentena
- No pudo conseguir TRANSPORTE para llegar al centro de salud (porque no tenía dinero para pagar el transporte, porque el transporte público no funcionaba con motivo de la cuarentena, porque nadie pudo llevarlo, etc.)
- No tenía dinero para la consulta, compra de medicamentos, realización de estudios, pago del protocolo COVID-19, etc.
- No tenía con quien dejar a sus familiares a cargo
- Decidió esperar a que finalice la cuarentena por temor a contagiarse
- Otros:  \_\_\_\_\_

#### Ambiente y Gobernanza

30. ¿Cuál de las siguientes problemáticas están presentes cerca de su vivienda? (Puede elegir más de una opción)

Selecciona todas las opciones que correspondan.

- Falta o descuido de espacios verdes (plazas, parques)
- Empresas o fábricas contaminantes
- Calles inundables o pérdidas de agua recurrentes
- Derrame de líquidos cloacales recurrentes
- Residuos en las calles
- Basurales o descampados descuidados
- Quema de pastizales o residuos o humo de chimeneas recurrente
- Cables de alta tensión, transformadores o antenas de telecomunicaciones
- Ninguna de las anteriores

31. ¿Participó usted o algún miembro del hogar durante el último año en reclamos (peticiones, junta de firmas) o en organizaciones que intenten mejorar las condiciones de acceso a luz, gas, arreglo de calles, limpieza de basurales y otras?

*Marca solo un óvalo.*

- Si y se logró el objetivo *Ir a la pregunta 33*
- Si y está en proceso de lograrse el objetivo *Ir a la pregunta 33*
- Si pero el reclamo no fue atendido *Ir a la pregunta 33*
- No participé *Ir a la pregunta 32*
- No sabe *Ir a la pregunta 33*

### No participaron

32. ¿Por qué motivo no participaron de estos pedidos o reclamos? (puede elegir más de una opción)

*Selecciona todas las opciones que correspondan.*

- No participaron pero si lo harían en el futuro
- No hacen falta pedidos ni reclamos donde vive
- No sabe donde ni cómo participar
- Piensa que los reclamos no serían atendidos
- Falta de tiempo
- Dificultades para movilizarse
- No es de nuestro interés

Otros:  \_\_\_\_\_

### Finanzas

33. Marque si usted o algún miembro de su hogar tienen los siguientes productos financieros. Si no tienen actualmente, pero tuvieron en el pasado. Si nunca tuvieron o no sabe.



	Tienen	Tuvieron	Nunca tuvieron	No sabe
Cuenta en el banco	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Tarjeta de débito (del banco, celeste, dorada)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Banca internet o home banking	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Billetera móvil (Cuenta DNI, Mercado Pago, otras)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Tarjeta de crédito (del banco, la Naranja, shopping, coopeplus, otra)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

34. Continúa.

*Marca solo un óvalo por fila.*

	Tienen	Tuvieron	Nunca tuvieron	No sabe
Crédito Bancario	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Crédito PROCREAR	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Crédito de una financiera (Efectivo si, Crediba, otras)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Créditos de ANSES, empleador, mutual u obra social	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Crédito de un conocido del barrio o prestamista	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Microcrédito municipal, ONG o iglesia	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Crédito de un familiar o amigo	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

35. De los productos financieros que tiene, ¿alguno de ellos fue obtenido por la situación particular de la pandemia/cuarentena? (puede elegir más de una opción)

*Selecciona todas las opciones que correspondan.*

- No, los tenían desde antes
- Si, hicieron una cuenta en el banco durante la cuarentena
- Si, hicieron el home banking o banca internet durante la cuarentena
- Si, bajaron una aplicación de celular (como Cuenta DNI) durante la cuarentena
- Si, pidieron un crédito durante la cuarentena
- No sabe

Otros:  \_\_\_\_\_

### Futuro

36. ¿Pediría usted o algún miembro de su hogar algún crédito en el futuro?

*Marca solo un óvalo.*

- Si, seguramente *Ir a la pregunta 38*
- Quizás *Ir a la pregunta 38*
- No pediría *Ir a la pregunta 37*
- No sabe *Ir a la pregunta 37*

### No pediría un crédito

37. ¿Por qué no pedirían un crédito? (puede elegir más de una opción)

*Selecciona todas las opciones que correspondan.*

- No lo necesitan
- No saben dónde pedirlo
- No podrían pagarlo
- Prefieren no endeudarse
- Inestabilidad del país
- Creen que no se lo darían
- No cumplen con los requisitos (ingreso, recibo de sueldo, antigüedad, otros)

Otros:  \_\_\_\_\_

Si pediría un crédito

38. ¿Para qué pedirían el crédito? (puede elegir más de una opción)

*Selecciona todas las opciones que correspondan.*

- Para CONSUMO: compra con uso personal o familiar de alimentos, indumentaria, viajes, etc.
- Para la VIVIENDA: compra, refacción o ampliación de la vivienda.
- Para un EMPRENDIMIENTO: destinado a la actividad productiva o comercial (compra de insumos, maquinaria, etc.)

Otros:  \_\_\_\_\_

39. ¿A quién se lo pediría? (puede elegir más de una opción)

*Selecciona todas las opciones que correspondan.*

- Banco
- PROCREAR
- Financiera (como Efectivo Si, Crediba, otros)
- Créditos de ANSES, Empleador, Mutual u Obra social
- Microcrédito del municipio, ONG de su barrio o iglesia
- Conocido del barrio o prestamista
- Familiar o amigo

Otros:  \_\_\_\_\_

40. ¿Qué monto pedirían?

*Marca solo un óvalo.*

- 20.000 pesos o menos
- Entre 20.001 y 50.000 pesos
- Entre 50.001 y 200.000 pesos
- Más de 200.001 pesos
- No sabe

### Preferencia por el efectivo

41. ¿Cómo reciben en el hogar los ingresos?

*Marca solo un óvalo.*

- En efectivo *Ir a la pregunta 44*
- En una o varias cuentas bancarias *Ir a la pregunta 42*
- En efectivo y también en cuentas bancarias *Ir a la pregunta 42*
- Por el correo o ventanilla del banco *Ir a la pregunta 44*
- No sabe *Ir a la pregunta 44*
- Otros: \_\_\_\_\_

### Para quienes tienen cuenta bancaria

42. Habitualmente, cuando reciben el dinero en las cuentas bancarias:

*Marca solo un óvalo.*

- Sacan todo el dinero de una sola vez *Ir a la pregunta 43*
- Sacan todo el dinero en partes durante el mes *Ir a la pregunta 43*
- Sacan una parte del dinero y el resto lo utilizan para hacer compras con la tarjeta, pagar servicios, ahorrar *Ir a la pregunta 44*
- Lo dejan en la cuenta para hacer compras con la tarjeta, pagar servicios, ahorrar *Ir a la pregunta 44*
- Lo dejan en la cuenta para ahorrar *Ir a la pregunta 44*
- Otros: \_\_\_\_\_

Si sacan todo el dinero

43. ¿Por qué sacan todo el dinero? (puede elegir más de una opción)

*Selecciona todas las opciones que correspondan.*

- Prefieren usar el dinero en efectivo para las compras y pagos
- En donde viven no se puede comprar o pagar con tarjeta
- En donde viven se puede usar la tarjeta pero no en todos los comercios
- Porque tienen que pagar deudas
- No confían en los bancos
- No quieren que el banco sepa en qué gastan el dinero
- Si el dinero queda en el banco se lo come la inflación
- Creen que si no retiran el dinero, el Estado podría quitárselo o dejar de pagarles

Otros:  \_\_\_\_\_

Finalmente..  
Participe  
del Sorteo!

Si es tan amable, y recordando que esta encuesta es ANÓNIMA le pedimos que si quiere participar del SORTEO nos indique:

\* NOMBRE DE PILA o apodo, solo para saber a quién referirnos al llamar,

\* ULTIMOS 4 NÚMEROS DEL DNI, con ese número participa del sorteo,

\* TELÉFONO o EMAIL de contacto, solo para poder contactarle en caso de ganar el sorteo,

\* CUADRA donde vive, ej Alsina al 100 (o entre calles: ej Alsina entre San Martín y Soler) solo para saber el sector en el que se ubica dentro del barrio.

Recuerde que los ganadores se definen el día SABADO 26 de SEPTIEMBRE según la Lotería Nacional Nocturna. En caso de no haber coincidencia de 4 dígitos, se utilizarán los últimos 3 números del DNI para definir los ganadores. En caso de haber más ganadores, se realizará un sorteo a través de la aplicación SORTEA2 el cual se difundirá y se publicará en la página web del instituto (<https://iess.conicet.gov.ar/>)

44. Nombre de pila o apodo:

\_\_\_\_\_

45. Últimos cuatro números del DNI

\_\_\_\_\_

46. Teléfono o email de contacto

\_\_\_\_\_

47. Calle y altura, ej. Alsina al 100, o entre qué calles , ej. Alsina entre San Martín y Soler

\_\_\_\_\_