

LA ENTREVISTA TELEFÓNICA

Abstract

If the objectives and requirements of the sounding have lead the investigator to that it believes that the best primary source of information is going to him to provide, not only the direct observation of certain events, but the verbal testimonies that a set of people provides who have participated or been present at these events, then the appropriate technique will be the telephone interview. These can be used in short opinion polls with determined public, that they have in any case, telephone

Resumen

Si los objetivos y requerimientos del sondeo han conducido al indagador a que crea que la mejor fuente de información primaria le va a proporcionar, no ya la observación directa de ciertos acontecimientos, sino los testimonios verbales que proporciona un conjunto de personas que han participado o presenciado dichos acontecimientos, entonces la técnica apropiada será la entrevista telefónica. Estas pueden ser utilizadas en sondeos de opinión cortos con públicos determinados, que tienen en todo caso, teléfono

Supongamos que el investigador, requerido a realizar sobre la marcha un sondeo de opinión sobre un acontecimiento coyuntural y contando con los recursos suficientes, decide utilizar en su trabajo de indagación información primaria. Entonces deberá tomar una importante decisión: ¿cuál de las diferentes técnicas de recolección para obtener información primaria es la más apropiada para el estudio que va a emprender?

Si los objetivos y requerimientos del sondeo han conducido al indagador a que crea que la mejor fuente de información primaria le va a proporcionar, no ya la observación directa de ciertos acontecimientos, sino los testimonios verbales que proporciona un conjunto de personas que han participado o presenciado dichos acontecimientos, entonces la técnica apropiada será la entrevista telefónica. Estas pueden ser utilizadas en sondeos de opinión cortos con públicos determinados, que tienen en todo caso, teléfono.

La principal atracción de la entrevista telefónica es que permite recolectar información desde lugares dispersos en forma más económica y rápida que las otras técnicas de recolección, no olvidando las muy conocidas limitaciones de ella.

Este tipo de entrevistas tienen varias desventajas, entre otras, no permite una supervisión y control confiable del entrevistado, en lo que respecta a su selección. Ignora si las personas que no responden pertenecen a una categoría especial que sería importante tener en cuenta al tratar de remplazarlas por otras, con peligro de deformar la muestra. Tampoco se sabe la forma de respuesta, si lo hacen rápidamente, después de pensar detenidamente o con auxilio de otros miembros de la familia presentes.

Otros de los problemas más recurrentes de esta técnica son el obtener una muestra representativa de la población que sea accesible por medios telefónicos y lograr una tasa de respuesta adecuada de las personas que son contactadas por teléfono. También, han surgido dudas sobre la calidad de la información, comparada con la entrevista personal o cara a cara

La metodología de selección mediante el muestreo aleatorio, en contraste requiere un proceso de selección en una determinada población que permita que cada caso sea asignado a una probabilidad de selección. En este diseño muestral la sustitución de los que no quieren responder no es permitida. Los que utilizan esta técnica presentan esta situación de exclusión sin reemplazo y los que no responden como una situación crítica ya que esto puede alcanzar del 20% al 40% de los seleccionados originalmente.

POBLACIÓN MUESTRAL PARA UNA ENTREVISTA TELEFÓNICA

Un problema crítico de esta técnica es la de obtener muestras probabilísticas representativas de la población involucrada en el estudio. cerca de 30% de la población no tiene teléfono en sus hogares; una de cada 5 personas que tienen el servicio telefónico no tienen registrados públicamente sus números. Directorios accesibles del total de números telefónicos asignados a la viviendas no están disponibles, al menos para el público en general.

Aparentemente es un sistema muy práctico pero, sobre todo en países donde no existe esta costumbre, el número de respuestas de aceptación tiende a ser sumamente bajo, generalmente una de cada 5 de las llamadas.

En el plano metodológico del diseño muestral se presentan varios problemas, al utilizar ya sea la metodología "por cuota" o la de "muestras aleatorias". El muestreo por cuota asume que una muestra construida por las personas que aceptan responder la entrevista será técnicamente correcta, sin embargo las críticas se originan, cuando se trata de justificar estadísticamente quienes son accesibles en un horario determinado y quienes son excluidos en ese mismo horario. El problema es exactamente análogo al que puede existir en el trabajo de campo donde se ha demostrado que entre el 60 y 80% de los individuos seleccionados que son contactados a partir de una primera llamada telefónica no quieren responder

VIVIENDAS SIN TELÉFONOS

No hay, por definición, ninguna forma directa de acceder a las personas que no tienen teléfono en sus hogares mediante un sondeo telefónico. Este grupo de personas, en algunos casos, considerable (sector rural, sectores habitacionales de bajos ingresos, o localidades con baja cobertura en la prestación del servicio telefónico) no deberían ser excluidas.

Esta preocupación metodológica para compensar la pérdida de estos grupos "sin teléfono" puede mediatizarse dándoles pesos diferentes a cada uno de los subgrupos incluidos o excluidos y/o complementado el estudio con entrevistas personales o cara a cara. La metodología más usual para darle un peso mayor a "la población sin teléfono" en una investigación que utiliza la técnica de la entrevista telefónica es la de explorar previamente la composición social o la estratificación social de las unidades de análisis así si el objeto de estudio es, como por ejemplo, la utilización del transporte público, necesariamente debe incluir sectores de bajos ingresos, residenciados en sectores periféricos de la ciudad. Podría ser así mismo arriesgado usar la técnica de la entrevista telefónica para estudiar hábitos de consumo de sustancias adictivas entre jóvenes o adultos pobres ya que estaríamos discriminando un porcentaje importante de la población que suponemos sin teléfono. En estos casos, la técnica de la entrevista telefónica no es recomendable ya que suponemos que una proporción importante de esos sectores de bajos ingresos carecen de teléfono, pero si no se puede descartar esta técnica, una posible solución sería la de "sobervalorar" su participación en el número de llamadas con el objetivo de anular las exclusiones.

VIVIENDAS CON TELÉFONOS PRIVADOS

Cada día aumentan el número de personas que restringen el acceso a sus números telefónicos residenciales. Se estima que este grupo de usuarios está creciendo a una tasa tal que es posible que en un corto plazo nos acerquemos al nivel de aquellos que tienen acceso telefónico público.

En síntesis, se puede afirmar que una entrevista telefónica basada en un diseño muestral de un directorio telefónico puede tener los problemas propios del diseño muestral aún así hayamos considerado las unidades de análisis perdidas, (carencia de teléfono o no participación, los no-respondentes y los factores del anonimato o no control del perfil del entrevistado).

Una de las técnicas que permite en parte superar estos problemas metodológicos del diseño muestral es la técnica de la marcación telefónica aleatoria (Random Digit Dialling). Esta técnica, identificada como RDD, puede dar una mayor cobertura de los números telefónicos de una ciudad determinada, usando un sistema de selección en dos etapas: en la primera etapa, un bloque de dígitos del número telefónico son

aleatoriamente seleccionados, por ejemplo en Medellín, se podría seleccionar intencionalmente los tres primeros dígitos del número que en este caso, localizan zonas residenciales o barrios con característica socioeconómicas identificables para los efectos de un posterior análisis. Dentro de cada bloque seleccionado, se puede comenzar a teclear números aleatoriamente. Estos números, dentro de los bloques seleccionados, son digitados hasta que una cantidad de números predeterminados de teléfonos hayan sido identificados. La técnica RDD se aplica a la población de todos los números telefónicos que tienen una estructura numérica estándar, sin embargo, en la práctica una alta proporción de posibles números no estarán asignados, por ejemplo, líneas para tráfico de datos, comerciales, corporativos, industriales (9800, PBX, DID, REDSI), lo cual se subsana, en números de reemplazo. La aplicación confiable de la técnica RDD requiere que la persona que diseñe la muestra tenga un detallado conocimiento de los indicativos y de los dígitos identificadores de las diferentes plantas telefónicas que sirven a diferentes zonas urbanas.

Hay otras técnicas asociadas, utilizadas en la mercadotecnia como el televoto donde la persona que participa debe llamar a un número telefónico específico asignado a una categoría de respuesta. Esta tecnología telefónica permite realizar sondeos de opinión, concursos, promociones de productos y en general todas aquellas propuestas para interactuar vía telefónica con un público objetivo.

OBTENCIÓN DE RESPUESTAS VÍA ENTREVISTA TELEFÓNICA

Después de haber establecido un contacto telefónico con una persona surgen situaciones adicionales que son necesarios de tener en cuenta:

1. El entrevistador tiene que determinar si el número alcanzado es residencial o de otro uso. Si lo es (residencial), se hace necesario establecer un criterio único entre viviendas o individuos en un mismo número telefónico.
2. Determinar rápidamente si la persona reúne los requisitos preestablecidos en el estudio.
3. Estrategia de manejo de las personas que se niegan a contestar (uno de cada cinco en promedio). Se sugiere limitar un tipo de preguntas sociodemográficas: cuando el entrevistador ha logrado contacto con alguien en un número telefónico, el hecho de consultar sobre las características de la persona que responde - sexo, edad, estado civil, etc.- puede indisponerla y negarse a responder. Igual situación sucede cuando se necesitan que sean enumerados todos los miembros de un hogar para seleccionarlos de acuerdo a un criterio aleatorio o predeterminado. Es sabido que es mas fácil negarse por teléfono que personalmente, esto hace que las personas entrevistadoras necesiten un entrenamiento previo exhaustivo. La entrevista telefónica no debería durar más de 10 minutos.

4. Hay que predeterminar el número y características de "los reemplazos" de las personas que no responden el llamado o no quieren colaborar.

EL REGISTRO DE LAS ENTREVISTAS TELEFÓNICAS.

El registro de las entrevistas, sea que se haga por escrito o que se grabe, constituye una de las etapas decisivas en el empleo de esta técnica de investigación. Cualquier tipo de falla o error que se introduzca en esta fase va a redundar en los resultados de la investigación. Por ello es muy importante un entrenamiento riguroso de los entrevistadores, así como una prueba piloto con un número reducido de entrevistados. De todas maneras la mejor manera de adquirir experiencia y, sobre todo, de llegar a dominar esta herramienta, tiene fundamentalmente dos aspectos, uno técnico que tiene que ver con la comunicación y los instrumentos tecnológicos requeridos y segundo, ante todo, lograr reducir al mínimo los posibles rechazos, errores y distorsiones de la información a conseguir.

LA CALIDAD DE LA INFORMACIÓN OBTENIDA

Otra importante pregunta a ser resuelta sobre la entrevista telefónica es, el problema de la calidad de la información, es decir, la confiabilidad y validez de las respuestas obtenidas. Por ejemplo, siempre queda la duda si las personas responderán por teléfono preguntas "delicadas" asociadas con su "vida íntima" o con su "estado de salud" o con sus ingresos. Algunos investigadores tales como Hyman Korman (1988) afirman que la entrevista telefónica es al menos tan exitosa como la entrevista personal en manejar tal tipo de información. En particular, respuestas a preguntas abiertas sobre dichas temáticas tienden a ser más precisas. Además los procedimientos de la entrevista telefónica tienden a ser más concretos que en el caso de una entrevista personal. Según algunos autores como Korman (1988) y Purdon (1994) las diferencias encontradas pueden haber ocurrido debido más al hecho que era necesario utilizar tarjetones, gráficos o algún tipo de ayuda visual, lo cual es imposible de usar vía telefónica. En algunos casos también la incapacidad de usar el lenguaje corporal para establecer un buen diálogo de preguntas y respuestas pueden convertirse en un elemento desventajoso.

En cambio, algunos especialistas, tales como Mcquenn (1989) y Sykes (1988), afirman taxativamente que preguntas sobre estas temáticas por ejemplo, sexualidad o conductas socialmente estigmatizadas, son mejor respondidas a través del teléfono, ellos suponen que la validez de la respuesta esta dada porque el entrevistado asume la existencia de cierta confidencialidad y anonimato en la conversación telefónica.

En el caso de preguntas escalares por ejemplo donde las personas expresan apreciaciones con una proposición en una escala de opiniones que puede ir por ejemplo,

desde totalmente de acuerdo hasta totalmente en desacuerdo, hay que tener en cuenta, que generalmente los respondientes en la entrevista telefónica tienden a escoger las categorías extremas de las de respuestas, lo cual puede distorsionar las reales opiniones de los entrevistados. (Korman, 1988).

CONCLUSIONES

En los sondeos de opinión, en términos generales, la entrevista telefónica se ha convertido en una técnica de recolección de datos bastante utilizada, a menudo en combinación con la técnica tradicional de la entrevista personal.

Sobre la validez, confiabilidad y representatividad de la información obtenida a través de la entrevista telefónica, como hemos podido apreciar, existen muchos puntos de discusión en comparación con la información obtenida "cara a cara". La solución mas común ha sido la de combinar estas técnicas en una estrategia de validación una a otra. Hay evidencias que muestran algunas diferencias en los resultados obtenidos vía teléfono o vía entrevista personal, esto nos permite suponer que los resultados obtenidos mediante teléfono son relativamente menos validos que los de la entrevista cara a cara. También surgen dudas sobre la representatividad de sus resultados, tal como lo hemos visto anteriormente (en ciertos horarios solo responderán niños, adultos mayores o jóvenes, y en otros, ninguno que reúna el perfil preestablecido).

La intención operativa de reducir los costos y el tiempo de realización de un estudio sin sacrificar los criterios metodológicos de validez, confiabilidad y representatividad dependen de una acertada estrategia de selección de las unidades de análisis. Por ejemplo, crear previamente una base de datos cuyas unidades de análisis sean lo mas representativas de la población total y que permita ser utilizada en otros estudios. Por ejemplo, sabemos con un alto grado de confiabilidad, que los tres primeros dígitos de los teléfonos identifican centrales telefónicas cuyas áreas de cobertura son determinados barrios que, en términos generales, tienen características socio económicas relativamente homogéneas. En el caso de Medellín, los tres primeros dígitos, por ejemplo 311 y 313 pueden ser asimilados a estratos medios altos y altos, lo que facilita la selección de los futuros entrevistados.

En el Centro de Estudios de Opinión se ha utilizado ocasionalmente la técnica de la entrevista telefónica. Generalmente en viviendas en las cuales se han hecho previamente entrevistas y los consultados han accedido a proporcionar su número telefónico. Finalmente, se puede afirmar que la entrevista telefónica no se ha convertido aún en un sustituto válido, al menos en nuestro medio, de la entrevista personal.

UNA EJEMPLIFICACION DE FICHA TECNICA

ceo@carios.udca.edu.co

<http://ceo.udca.edu.co>

Ciudad Universitaria Bloque 9-252 Telefax: 2105775



UNIVERSIDAD DE ANTIOQUIA
FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES Y HUMANAS
CENTRO DE ESTUDIOS DE OPINIÓN

Tema: Las expectativas de los colombianos frente al año 2002.

Empresa contratante: Universidad de Antioquia.

Realizada por el Centro de Estudios de Opinión.

Grupo objetivo: La población se desagregó por sexo según la siguiente distribución: 210 mujeres y 200 hombres. También por estratificación socioeconómica: 32 de ellas (7.5%) en el estrato 6; 64 (16.6%) en estratos 4 y 5 ; y 308 (75.8%) en los estratos 1, 2 y 3. Igualmente, se desagregó por grupos de edad: 18-24 años: 18%; 25-34: 24%; 35- 49: 40% y de 50 y más: 18%.

Técnica: Se realizaron 410 entrevistas telefónicas, diseñadas con los criterios de la técnica de la encuesta social, en Medellín.

Trabajo de Campo: Las llamadas fueron respondidas por 80 jóvenes de 18 a 24 años (19.5%). 92 personas de 25 a 34 años (22.4%), 148 entre 35 y 49 años (36.1%) y 90 de 50 años y más (22.0%). Igualmente se tuvo en cuenta el criterio "horario" para que no quedase ningún subgrupo ausente. De lunes a viernes de 18 a 20 horas y fin de semana de 10 a 18 horas.

Metodología de muestreo: La selección de la población muestral fue aleatoria, con base en las páginas blancas del directorio telefónico desagregando la selección por estrato (Ubicación de la vivienda clasificadas por estrato socioeconómico y N° telefónico).

Fecha de realización: La recolección de la información, vía telefónica, se efectuó del 26 de septiembre al 3 de octubre.

Margen de confiabilidad y error: Con una confiabilidad del 95% y un margen de error del 5%.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS:

Korman Hyman. " Telephone Survey Methodology. Dept. of Sociology, SUNY at Stony Brooks, New York, USA. 1988.

McQueen, D.V.; Gorst, T. Et al. A study of Lifestyle and Health. A computer Assisted Telephone Interview (CATI) Survey. An interim Report.. Research Unit in Health and Behavioral Change. University of Edinburgh. UK. 1989.

McQueen, D.v. "Comparison of Results of Personal Interview and Telephone Surveys of Behaviour Related to the Risk of AIDS: Advantages of Telephone Techniques" in Proceedings of Healthy Survey Research Methods Conference, National Center for

ceo@catios.udea.edu.co

<http://ceo.udea.edu.co>

Ciudad Universitaria Bloque 9-252 Telefax: 2105775



UNIVERSIDAD DE ANTIOQUIA
FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES Y HUMANAS
CENTRO DE ESTUDIOS DE OPINIÓN

Health Services Research and health Care Technology Assessment (DHSS publication no. (PHS) 89-3447). University of Edinburgh. UK. 1989.

Purdon, S and Thomas, R. Feasibility of a Telephone Survey of Health Related Behaviour and Attitudes. SCPR. Unpublished (draft) report to Health Education Authority. Dept of Sociology, State University of New York- SUNY- at Stony Brook, New York, USA, 1994

Sykes, W and Collins, M. "Effects of mode interview: Experiments in the UK" in Telephone Survey Methodology, Groves et al. Jhon Wiley and Sons. 1988.

ceo@catios.udea.edu.co

<http://ceo.udea.edu.co>

Ciudad Universitaria Bloque 9-252 Telefax: 2105775