

Metodología de la encuesta La infancia en transformación de 2021 de UNICEF

Esta sección proporciona información técnica sobre cómo Gallup y UNICEF llevaron a cabo la encuesta La infancia en transformación de 2021, e incluye la elaboración y preparación del cuestionario, el enfoque del muestreo y la metodología empleada para la recopilación de datos, así como el proceso de ponderación de estos. Los detalles del conjunto de datos por países de la encuesta La infancia en transformación de 2021 que figuran al final de esta sección ofrecen información resumida de la encuesta por países, como las fechas del trabajo sobre el terreno, el tamaño de la muestra, el margen de error y el efecto del diseño de la encuesta. Pueden consultarse más detalles sobre cada país en relación con el muestreo y la ponderación en el [informe técnico de la encuesta La infancia en transformación de 2021](#).

Elaboración del cuestionario

Gallup y UNICEF elaboraron la encuesta La infancia en transformación de 2021 mediante un minucioso proceso de investigación y diseño que permitió determinar los temas más destacados relacionados con las actitudes de las personas respecto a la naturaleza cambiante de la infancia y la adolescencia en 21 países.

Los principales pasos del proceso de elaboración del cuestionario consistieron en un examen exhaustivo de la bibliografía de investigaciones anteriores, entrevistas con los principales investigadores sobre la infancia, un proceso de revisión por parte de la junta consultiva del país y pruebas piloto en todos los países antes de iniciar el trabajo sobre el terreno.

Las preguntas se diseñaron para que resultara fácil entenderlas en los idiomas locales, y se evitaron expresiones difíciles de traducir a diferentes idiomas. En la medida de lo posible, las opciones de respuesta se mantuvieron en un formato binario simple, del tipo “sí/no”, para aligerar la carga cognitiva de las personas encuestadas y limitar las influencias culturales en los estilos de respuesta asociados a escalas más amplias.

Traducción del cuestionario

El cuestionario se tradujo a los principales idiomas hablados en cada país. Todas las traducciones se revisaron de forma independiente para garantizar su calidad. En cada país se utilizó uno de estos dos métodos de traducción:

Método 1: Se realizan dos traducciones independientes. Un tercero independiente, con conocimientos sobre los métodos de investigación de las encuestas, dirime las diferencias. Un traductor profesional traduce la versión final al idioma de origen.

Método 2: Un traductor traduce el cuestionario al idioma de destino y un traductor independiente lo vuelve a traducir al idioma de origen. Un tercero independiente con conocimientos sobre los métodos de encuesta revisa y corrige la traducción si es necesario.

Se seleccionaron traductores profesionales, que por lo general han trabajado durante años con la red local de recopilación de datos de Gallup (es decir, traductores locales) y tienen experiencia en la traducción de cuestionarios de encuestas. Todos los traductores recibieron el mismo conjunto de notas y directrices sobre el significado de determinados elementos.

Capacitación de los entrevistadores y control de calidad

Los entrevistadores de la encuesta La infancia en transformación participaron en la capacitación estándar de Gallup, que abarca, entre otros, los siguientes temas:

1. Normas para realizar una entrevista de calidad
 - Cómo plantear preguntas cerradas
 - Cómo plantear preguntas abiertas
 - Rotación de las preguntas de la encuesta o de las opciones de respuesta
 - Cómo seguir o aplicar pautas de omisión
 - Indagación
2. Selección de las personas encuestadas y codificación de la disposición (es decir, el registro de los resultados de cada contacto)
 - Selección dentro del hogar para personas con las que se contacta por teléfono fijo y por teléfono móvil en países donde la cobertura telefónica es reducida
 - Prácticas de codificación de cada intento de contacto telefónico
 - Publicación y gestión de la muestra
3. Selección y retención de entrevistadores y control de calidad sobre el terreno
 - Características de un buen entrevistador/motivación para la retención
 - Requisitos para establecer una recopilación de datos a distancia
 - Seguimiento del desempeño de las muestras y de la productividad de los entrevistadores

Al menos el 15% de las entrevistas telefónicas completadas se validaron escuchando las entrevistas en directo o grabadas. Las validaciones verifican que la entrevista se ha completado, que se han seguido las normas metodológicas (por ejemplo, en la selección de las personas encuestadas) y que el cuestionario se ha administrado correctamente (leyendo cada pregunta, sin guiar a la persona encuestada, etc.).

Metodología de muestreo y recopilación de datos

Todas las muestras son probabilísticas y representativas a escala nacional de dos poblaciones distintas en cada país: personas de 15 a 24 años y personas de 40 años o más. Con la excepción de la India, el alcance abarca todo el país, incluidas las zonas rurales, y el marco de muestreo representa a toda la población civil, no institucionalizada, de 15 a 24 años o de 40 años o más, con acceso a un teléfono. En la India se excluyeron las regiones del noreste y algunas islas antes del muestreo, cuya población representa aproximadamente el 1% de toda la población de 15 años o más.

Gallup suele utilizar encuestas telefónicas en países donde la cobertura telefónica alcanza al menos el 80% de la población o es el método de encuesta habitual. Debido a la pandemia de COVID-19, Gallup realizó toda la investigación de la encuesta La infancia en transformación por teléfono para cumplir las directrices de salud y seguridad locales. En todos los países, excepto en la India, la encuesta La infancia en transformación incluyó 500 entrevistas a personas de entre 15 y 24 años y 500 entrevistas a personas de 40 años o más. En la India, la encuesta La

infancia en transformación incluyó 750 entrevistas a personas de entre 15 y 24 años y 750 entrevistas a personas de 40 años o más.

Diseño de la encuesta telefónica

En cada país se generaron muestras de teléfonos fijos y móviles mediante uno de los siguientes enfoques comunes:

1. Un enfoque de marcación aleatoria de dígitos en el que se utiliza el plan nacional de numeración para generar todas las combinaciones posibles de números de teléfono y se extrae una muestra aleatoria simple estratificada; los estratos de la muestra de teléfonos fijos se basan en las regiones geográficas, mientras que los de la muestra de teléfonos móviles se basan en la estratificación implícita de los proveedores de telefonía móvil. En el caso de celulares, Gallup implementó en Argentina y Perú una estratificación explícita basada en regiones geográficas.
2. Un enfoque de marcación aleatoria de dígitos asistida por listines en el que se utiliza el directorio telefónico para determinar los bloques activos de números de teléfono de los que se extrae una muestra aleatoria simple estratificada.
3. Listas de contactos de anteriores encuestas de Gallup World Poll y otras fuentes de datos.
4. El Gallup Panel (solo en Estados Unidos), un panel probabilístico con más de 100.000 miembros activos en los Estados Unidos que han aceptado participar en las encuestas de Gallup de forma periódica.

Para conocer la metodología de muestreo telefónico específica de cada país, véase [el informe técnico de La infancia en transformación](#).

Ponderación de los datos

La ponderación de los datos se utiliza para minimizar el sesgo en las estimaciones de la encuesta. Su finalidad es generar estimaciones representativas a escala nacional dentro de un país. El procedimiento de ponderación se formuló sobre la base del diseño de la muestra y se realizó en varias etapas.

Gallup creó un factor de ponderación de la probabilidad (ponderación de base) para tener en cuenta la selección de los números de teléfono de los marcos respectivos y corregir las probabilidades de selección desiguales que resultan de la selección de un adulto en los hogares y de los usuarios dobles que provienen tanto del marco de la telefonía fija como de la móvil. Por ejemplo, una persona en un hogar de cinco miembros tendrá una probabilidad de selección más baja que una persona que vive sola, aunque todos los demás factores sean iguales. El proceso de ponderación de los datos trata de resolver este tipo de desequilibrios.

A continuación, las ponderaciones de base se estratificaron posteriormente para ajustar la falta de respuesta (cuando no se contacta con las personas seleccionadas para realizar la encuesta o estas se niegan a participar) y para hacer coincidir los totales de la muestra ponderada con los totales conocidos de la población objetivo obtenidos a partir de los datos censales del país. Gallup realizó ajustes de calibración en función del género, la edad y, cuando se dispuso de

datos fiables, la educación. En los casos necesarios, Gallup aplicó procedimientos para limitar o reducir el número y el tamaño de las ponderaciones muestrales extremas.

En cada país, el perfil demográfico no ponderado (que incluye, entre otros elementos, características como el género, el grupo de edad, el nivel de estudios, la situación laboral y la región) se comparó con estadísticas fiables (normalmente, datos censales del gobierno nacional); Gallup también comparó la muestra final ponderada con estas estadísticas.

Por último, se calculó el efecto aproximado del diseño del estudio y el margen de error (los cálculos se presentan en la tabla 1). El cálculo del efecto del diseño refleja la influencia de la ponderación en la varianza del muestreo en comparación con una muestra aleatoria simple del mismo tamaño.

Para consultar los procedimientos de ponderación específicos de cada país, véase [el informe técnico de La infancia en transformación](#).

Error de muestreo/Precisión de las estimaciones

A la hora de interpretar los resultados de las encuestas, todas las encuestas por muestreo están sujetas a varios tipos de errores posibles. Por ejemplo, los errores pueden deberse a la falta de respuesta (cuando no se contacta con las personas seleccionadas para realizar la encuesta o estas se niegan a participar), a un error de administración del entrevistador (cuando una respuesta puede haber sido escrita incorrectamente o malinterpretada por el entrevistador), o a respuestas incompletas o inexactas de la persona encuestada.

El diseño de muestreo empleado en este estudio se utilizó para elaborar estimaciones no sesgadas de la población objetivo declarada. Una muestra no sesgada tendrá las mismas características y comportamientos que la población total de la que se ha extraído. En otras palabras: con una muestra correctamente extraída, podemos formular afirmaciones sobre la población objetivo dentro de un rango específico de certeza. Los errores de muestreo pueden estimarse y sus medidas pueden ayudar a interpretar los resultados de los datos finales. La magnitud de estos errores de muestreo depende en gran medida del número de entrevistas y de la complejidad del diseño del muestreo.

El margen de error (MDE), o el nivel de precisión utilizado en la estimación de la proporción desconocida de la población “P”, puede derivarse a partir de la siguiente fórmula¹:

$$\text{MDE} = 1,96 * \sqrt{(P*(1-P)/n)}$$

donde “n” es el tamaño de la muestra (es decir, el número de encuestas completadas). Según el supuesto más conservador (P = 0,5), el MDE para un tamaño de muestra de 1.000 será $1,96 * \sqrt{(0,25/1000)} = 3,1$ puntos porcentuales en el supuesto de un muestreo aleatorio simple.

La Tabla 1 muestra el tamaño del margen de error asociado al intervalo de confianza del 95% para varios tamaños de muestra en el supuesto de un muestreo aleatorio simple. Puede interpretarse como una indicación del rango aproximado (más o menos la cifra indicada) en torno a la estimación puntual dentro del cual cabría esperar que los resultados de un muestreo repetido en el mismo período de tiempo se sitúen en el 95% de las ocasiones, suponiendo que se emplean los mismos procedimientos de muestreo, proceso de entrevista y cuestionario.

¹ Esta fórmula se calcula con un nivel de confianza del 95%, es decir, $\alpha = 0,05$, lo que da como resultado $z_{\alpha/2} = 1,96$.

Para cualquier tamaño de muestra, la precisión estimada es menor cuando $P = 0,5$ (o 50%). Por ejemplo, el tamaño de muestra necesario para garantizar un error de muestreo (o mitad de la anchura del intervalo de confianza) de 0,05 con un nivel de confianza del 95% es de unos 400 casos cuando $P = 0,5$ (o 50%). Un tamaño de muestra de 300 producirá un error de muestreo cercano a 0,057 a un nivel de significación del 95% cuando $P = 0,5$ (o 50%). Con $P = 0,4$ (o 40%), un tamaño de muestra de 300 producirá un error de muestreo de 0,056. La Tabla 1 muestra los niveles de precisión estimados para diferentes valores de P y tamaños de muestra en el supuesto de un muestreo aleatorio simple.

TABLA 1: MARGEN DE ERROR ASOCIADO A UN INTERVALO DE CONFIANZA DEL 95% PARA LOS PORCENTAJES DE TODA LA MUESTRA O DE LOS SUBGRUPOS, EN PUNTOS PORCENTUALES

| Tamaños de muestra próximos a | Para porcentajes próximos a | | | | | |
|-------------------------------|-----------------------------|----------|----------|----------|----------|----------|
| | 5/95% ± | 10/90% ± | 20/80% ± | 30/70% ± | 40/60% ± | 50/50% ± |
| 400 | 2,1 | 2,9 | 3,9 | 4,5 | 4,8 | 4,9 |
| 500 | 1,9 | 2,6 | 3,5 | 4,0 | 4,3 | 4,4 |
| 600 | 1,7 | 2,4 | 3,2 | 3,7 | 3,9 | 4,0 |
| 800 | 1,5 | 2,1 | 2,8 | 3,2 | 3,4 | 3,5 |
| 1.000 | 1,4 | 1,9 | 2,5 | 2,8 | 3,0 | 3,1 |
| 1.500 | 1,1 | 1,5 | 2,0 | 2,3 | 2,5 | 2,5 |

Aunque la tabla anterior refleja precisión en el supuesto de un muestreo aleatorio simple (es decir, que las personas encuestadas dentro de una población objetivo tienen la misma probabilidad de ser seleccionadas para la encuesta), la encuesta La infancia en transformación de 2021 se basó en diseños más complejos, incluso para las muestras telefónicas (que fue el único modo de recopilación de datos). Aparte de las complejidades del diseño, los datos se ponderan para corregir las probabilidades desiguales de selección de hogares y los ajustes posteriores a la estratificación. Este proceso de ponderación introduce un efecto del diseño que debe tenerse en cuenta al calcular el error de muestreo (o precisión) de las estimaciones.

El efecto del diseño se define como la relación entre la varianza de la muestra compleja basada en el diseño y la varianza de la muestra obtenida de una muestra aleatoria simple del mismo tamaño. Para calcular la precisión de una estimación utilizando el diseño de muestreo complejo con un efecto del diseño, hay que multiplicar la precisión en el supuesto de un muestreo aleatorio simple por la raíz cuadrada del efecto del diseño asociado a esta estimación.

En otras palabras, la precisión de una estimación (p) de una proporción desconocida de la población “ P ” puede determinarse de forma aproximada de esta forma:

$$\text{Precisión } (p) = \{\sqrt{\text{Deff}}\} \times \text{SE}(p)$$

donde “Deff” es el efecto del diseño asociado a la estimación (p)

$$\text{SE}(p) = \sqrt{\{p*(1-p)/(n - 1)\}}$$

n = tamaño de la muestra no ponderada

Metodología de la encuesta La infancia en transformación de 2021 de UNICEF

Para simplificar, se proporciona una estimación de “Deff_wt” para cada país, teniendo en cuenta únicamente la variabilidad de las ponderaciones². Un efecto del diseño de 1 significa que el tamaño efectivo de la muestra es el mismo que el tamaño nominal de esta, que es de 500 para todos los países, excepto la India, en este estudio. Para proporciones cercanas al 50%, un efecto del diseño de 2 reduce el tamaño efectivo de la muestra en un 50% o aumenta el margen de error en un 41% en comparación con una muestra aleatoria simple de tamaño 500.

En la tabla 2 se indican los márgenes de error y las estimaciones del efecto del diseño para cada país.

TABLA 2. ENCUESTA LA INFANCIA EN TRANSFORMACIÓN: DETALLES DEL CONJUNTO DE DATOS POR PAÍSES

| País | Fechas del trabajo sobre el terreno | Idioma de las entrevistas | Número de entrevistas | Efecto del diseño | Margen de error |
|------------|--|---|---|---|---|
| Argentina | Del 25 de febrero al 3 de junio de 2021 | Español | Grupo de 15 a 24 años: 503 Grupo de 40 años o más: 502 | Grupo de 15 a 24 años: 1,83 Grupo de 40 años o más: 2,34 | Grupo de 15 a 24 años: 5,9% Grupo de 40 años o más: 6,7% |
| Bangladesh | Del 21 de febrero al 15 de abril de 2021 | Bengalí | Grupo de 15 a 24 años: 506 Grupo de 40 años o más: 507 | Grupo de 15 a 24 años: 2,34 Grupo de 40 años o más: 2,13 | Grupo de 15 a 24 años: 6,7% Grupo de 40 años o más: 6,4% |
| Brasil | Del 23 de febrero al 17 de abril de 2021 | Portugués | Grupo de 15 a 24 años: 500 Grupo de 40 años o más: 507 | Grupo de 15 a 24 años: 4,26 Grupo de 40 años o más: 4,24 | Grupo de 15 a 24 años: 6,4% Grupo de 40 años o más: 6,4% |
| Camerún | Del 3 al 22 de marzo de 2021 | Inglés, francés, fula | Grupo de 15 a 24 años: 506 Grupo de 40 años o más: 500 | Grupo de 15 a 24 años: 6,52 Grupo de 40 años o más: 5,19 | Grupo de 15 a 24 años: 7,9% Grupo de 40 años o más: 7,0% |
| Etiopía | Del 6 de marzo al 5 de abril de 2021 | Amhárico, inglés, oromo, tigríña | Grupo de 15 a 24 años: 508 Grupo de 40 años o más: 541 | Grupo de 15 a 24 años: 4,42 Grupo de 40 años o más: 6,56 | Grupo de 15 a 24 años: 6,4% Grupo de 40 años o más: 7,8% |
| Francia | Del 5 de febrero al 10 de marzo de 2021 | Francés | Grupo de 15 a 24 años: 500 Grupo de 40 años o más: 500 | Grupo de 15 a 24 años: 4,85 Grupo de 40 años o más: 1,74 | Grupo de 15 a 24 años: 9,7% Grupo de 40 años o más: 5,8% |
| Alemania | Del 5 de febrero al 11 de marzo de 2021 | Alemán | Grupo de 15 a 24 años: 500 Grupo de 40 años o más: 500 | Grupo de 15 a 24 años: 5,01 Grupo de 40 años o más: 1,44 | Grupo de 15 a 24 años: 9,8% Grupo de 40 años o más: 5,3% |
| India | Del 6 de marzo al 20 de abril de 2021 | Bengalí, guyaratí, hindi, canarés, malabar, maratí, tamil, télugu, oriya, | Grupo de 15 a 24 años: 750 Grupo de 40 años o más: 750 | Grupo de 15 a 24 años: 2,51 Grupo de 40 años o más: 1,98 | Grupo de 15 a 24 años: 5,7% Grupo de 40 años o más: 5,0% |

² El efecto del diseño fue definido formalmente por Kish (1965, sección 8.2, pág. 258) como “la relación entre la varianza real de una muestra y la varianza de una muestra aleatoria simple compuesta por el mismo número de elementos”. Según la fórmula aproximada de Kish {efecto del diseño = (tamaño de la muestra)*(suma de las ponderaciones al cuadrado)/(cuadrado de la suma de las ponderaciones)}

Metodología de la encuesta La infancia en transformación de 2021 de UNICEF

| | | | | | |
|----------------|--|--|---|---|--|
| | | panyabí, asamés | | | |
| Indonesia | Del 1 de marzo al 28 de abril de 2021 | Indonesio | Grupo de 15 a 24 años: 529 Grupo de 40 años o más: 512 | Grupo de 15 a 24 años: 3,56 Grupo de 40 años o más: 4,35 | Grupo de 15 a 24 años: 5,7% Grupo de 40 años o más: 6,3% |
| Japón | Del 15 de enero al 2 de marzo de 2021 | Japonés | Grupo de 15 a 24 años: 501 Grupo de 40 años o más: 518 | Grupo de 15 a 24 años: 1,99 Grupo de 40 años o más: 1,13 | Grupo de 15 a 24 años: 6,2% Grupo de 40 años o más: 4,6% |
| Kenya | Del 8 al 30 de marzo de 2021 | Inglés, suajili | Grupo de 15 a 24 años: 506 Grupo de 40 años o más: 500 | Grupo de 15 a 24 años: 3,10 Grupo de 40 años o más: 3,24 | Grupo de 15 a 24 años: 7,7% Grupo de 40 años o más: 7,9% |
| Líbano | Del 10 de febrero al 13 de abril de 2021 | Árabe | Grupo de 15 a 24 años: 503 Grupo de 40 años o más: 514 | Grupo de 15 a 24 años: 1,48 Grupo de 40 años o más: 1,09 | Grupo de 15 a 24 años: 5,3% Grupo de 40 años o más: 4,5% |
| Malí | Del 9 al 26 de marzo de 2021 | Bambara, francés | Grupo de 15 a 24 años: 500 Grupo de 40 años o más: 504 | Grupo de 15 a 24 años: 2,54 Grupo de 40 años o más: 6,99 | Grupo de 15 a 24 años: 2,7% Grupo de 40 años o más: 7,1% |
| Marruecos | Del 25 de febrero al 18 de marzo de 2021 | Árabe marroquí | Grupo de 15 a 24 años: 504 Grupo de 40 años o más: 511 | Grupo de 15 a 24 años: 2,15 Grupo de 40 años o más: 1,34 | Grupo de 15 a 24 años: 6,4% Grupo de 40 años o más: 5,0% |
| Nigeria | Del 25 de febrero al 16 de marzo de 2021 | Inglés, hausa, igbo, yoruba, inglés <i>pidgin</i> | Grupo de 15 a 24 años: 516 Grupo de 40 años o más: 504 | Grupo de 15 a 24 años: 4,0 Grupo de 40 años o más: 5,3 | Grupo de 15 a 24 años: 8,3% Grupo de 40 años o más: 10,4% |
| Perú | Del 17 de febrero al 28 de abril de 2021 | Español | Grupo de 15 a 24 años: 506 Grupo de 40 años o más: 503 | Grupo de 15 a 24 años: 4,24 Grupo de 40 años o más: 3,48 | Grupo de 15 a 24 años: 6,4% Grupo de 40 años o más: 5,8% |
| España | Del 5 de febrero al 9 de marzo de 2021 | Español | Grupo de 15 a 24 años: 500 Grupo de 40 años o más: 500 | Grupo de 15 a 24 años: 4,09 Grupo de 40 años o más: 1,83 | Grupo de 15 a 24 años: 8,9% Grupo de 40 años o más: 5,9% |
| Ucrania | Del 7 al 17 de febrero de 2021 | Ucraniano, ruso | Grupo de 15 a 24 años: 501 Grupo de 40 años o más: 510 | Grupo de 15 a 24 años: 2,40 Grupo de 40 años o más: 1,41 | Grupo de 15 a 24 años: 6,8% Grupo de 40 años o más: 5,2% |
| Reino Unido | Del 5 de febrero al 6 de marzo de 2021 | Inglés | Grupo de 15 a 24 años: 500 Grupo de 40 años o más: 500 | Grupo de 15 a 24 años: 4,81 Grupo de 40 años o más: 1,58 | Grupo de 15 a 24 años: 9,6% Grupo de 40 años o más: 5,5% |
| Estados Unidos | Del 11 de enero al 23 de febrero de 2021 | Inglés, español | Grupo de 15 a 24 años: 506 Grupo de 40 años o más: 785 | Grupo de 15 a 24 años: 1,2 Grupo de 40 años o más: 2,8 | Grupo de 15 a 24 años: 8,8% Grupo de 40 años o más: 4,5% |
| Zimbabwe | Del 6 al 30 de marzo de 2021 | Inglés, ndebele, shona | Grupo de 15 a 24 años: 522 Grupo de 40 años o más: 508 | Grupo de 15 a 24 años: 1,97 Grupo de 40 años o más: 2,07 | Grupo de 15 a 24 años: 6,0% Grupo de 40 años o más: 6,3% |

The Changing Childhood Project: UNICEF-Gallup 21-country survey

Explore more and download the full report at changingchildhood.unicef.org

Questions, comments? Email changing-childhood@unicef.org

Office of Global Insight and Policy

United Nations Children's Fund

3 United Nations Plaza, New York, NY, 10017, USA

© United Nations Children's Fund (UNICEF), November 2021

Gallup World Poll survey items used in the poll are Copyright © 2021 Gallup, Inc. All rights reserved.