

7. Total - a. Unidad de medida - s1 (s6_5a2_7)

Archivo: Base_Coca_PAD

Información general

Tipo: Discreta Casos válidos: 0 (0)
Formato: character Inválidos: 0 (0)
Ancho: 20

DEFINICIÓN

UNIDADES DE MEDIDA

Unidades convencionales.- Se refiere a la unidad de medida internacional Ej. Libra, kilo, onza etc.

Unidades no convencionales.- Se refiere a unidades de medida no aceptadas internacionalmente. Ej. bolsa, un puño, montón.

Preguntas e instrucciones

UNIVERSO DE ESTUDIO

Todos los hogares de la muestra pertenecientes a los hogares que consumen o usan hoja de coca.

PRE-PREGUNTA

No aplica

PREGUNTA TEXTUAL

Unidad de Medida

POST-PREGUNTA

No aplica

FUENTE DE INFORMACIÓN

El informante es Directo. Corresponde a personas de 10 años y más.

INSTRUCCIONES DEL ENTREVISTADOR O QUIEN CAPTURA LOS DATOS

UNIDADES DE MEDIDA

Unidades convencionales.- Se refiere a la unidad de medida internacional Ej. Libra, kilo, onza etc.

Unidades no convencionales.- Se refiere a unidades de medida no aceptadas internacionalmente. Ej. bolsa, un puño, montón.

No olvide que si la adquisición proviene de un modo diferente a la compra se deberá valorar las hojas de coca y registrar de la misma forma.

De igual manera si las unidades en las que declara el informante no son convencionales por ejemplo 'una bolsita', con ayuda de otras preguntas como el precio o el tamaño de la bolsita, se deberá convertir esto a unidades convencionales y registrarlo de esa forma en el cuestionario.

Concepts

| Concept | Vocabulario | URI |
|-------------------------------|--------------|-----|
| Uso y consumo de hoja de coca | Hoja de Coca | |

Imputation and Derivation

IMPUTACIÓN

No se realizó ninguna imputación en esta variable.

Others

SEGURIDAD

La variables es de uso confidencial hasta que el propietario de la base de datos autorice su difusión y uso.

NOTAS

La población objeto de estudio son los hogares que consumen o usan hoja de coca, por tanto todas las variables, resultados e indicadores se refieren a esta población específica.