



Compromiso de calidad y transparencia

En el marco de la apuesta internacional por elevar los estándares de [calidad de las encuestas](#), de fomentar las [buenas prácticas](#) y de facilitar la lectura y la comprensión de las mismas por parte de la ciudadanía, Metroscopia comparte la reciente propuesta de la [Dirección de Sondeos de la CNN en EEUU](#) para evaluar la metodología y los resultados de las encuestas publicadas. Se trata de responder a [un cuestionario de 16 preguntas](#) que permite ofrecer información detallada sobre el quién, el qué, el cómo y el porqué de cada encuesta que se publique en un medio de comunicación. En adelante, además de la ficha técnica convencional que acompaña a todos los sondeos realizados por Metroscopia se incluirá también un documento con este cuestionario completado que podrá ser consultado en la página Web www.metroscopia.org.

* * *

SONDEO DE OPINIÓN PARA EL GRUPO HENNEO

22 de julio de 2019

- 1. Nombre de la empresa que realizó el sondeo**
Metroscopia Estudios Sociales y de Opinión S.L.
- 2. Cómo se realizaron las entrevistas (telefónicas, online, cara a cara...)**
Entrevistas realizadas a través de llamadas a teléfonos móviles.
- 3. Quién contrató el sondeo y con qué objetivo**
Encuesta contratada por el grupo Henneo para realizar un seguimiento de la opinión pública española en temas relevantes de la agenda social y política.
- 4. Cuántas personas fueron entrevistadas**
Se completaron 1.251 entrevistas.
- 5. En qué idioma se realizaron las entrevistas**
Español
- 6. Copia completa del cuestionario aplicado durante las entrevistas, incluyendo las instrucciones para todas las preguntas incluidas en la encuesta.**
El cuestionario completo de la encuesta puede consultarse en www.metroscopia.org.
- 7. Cuándo se realizó la encuesta**
El trabajo de campo se realizó entre el 11 y el 12 de julio de 2019.

- 8. Descripción de cómo se diseñó y se seleccionó la muestra para el sondeo**
Los números de teléfonos móviles se seleccionaron de forma aleatoria a partir de un generador automático de números telefónicos diseñado por Metroscopia a partir de la base de datos del Registro de Numeración de Telecomunicaciones de la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia que puede consultarse [en este enlace](#).
- 9. Diseño de cuotas para seleccionar la muestra: en qué fase del proceso se aplicaron las cuotas, qué variables se utilizaron y cuál es la fuente para la estimación de las características de las mismas**
No se realiza un diseño muestral en base a cuotas.
- 10. Universo de personas que se pretende sondear y grado de confianza sobre la representatividad de la muestra**
El universo es la población de 18 o más años, residente en España y con derecho a votar en elecciones generales. Para garantizar la representatividad de la muestra se asumen las leyes de la estadística inferencial y los principios del muestreo aleatorio simple.
- 11. Si la encuesta es telefónica, cuál es el porcentaje de entrevistas realizadas a través de teléfonos móviles**
Todas las entrevistas fueron realizadas a través de llamadas a números de teléfonos móviles mediante el método de Entrevistas Telefónicas Asistidas por Ordenador (CATI, en sus siglas en inglés). El método de aplicación es de marcación predictiva. El sistema utilizado es Tesi Gandia Integra.
- 12. Si la encuesta es telefónica, cuántos intentos de rellamada se realizaron antes de descartar el número**
El número máximo de intentos de llamada por defecto para el caso de teléfonos que en el momento de la llamada no contestan, comunican o salta el contestador, es de seis intentos. Tras superarse ese límite, el número de teléfono es descartado.
En el caso de aplazamientos de llamada no se fija un límite máximo de intentos para conseguir completar la entrevista.
- 13. Si las entrevistas no fueron realizadas en directo por personas sino por sistemas robotizados automatizados, cómo se garantiza que las personas entrevistadas fueron reales y que prestaron atención a la encuesta**
El trabajo de campo de todas las encuestas de Metroscopia lo llevan a cabo entrevistadoras y entrevistadores profesionales con acreditada experiencia.
- 14. Estimación del error muestral, cómo se calcula, por qué es una estimación de error adecuada, y si ha sido ajustado para efectos de diseño**
Para un nivel de confianza del 95.5% y en la hipótesis más desfavorable de máxima indeterminación ($p=q=50\%$), que es la habitualmente adoptada, el error de muestreo es de ± 2.8 puntos para datos globales. Este error se calcula a partir de la fórmula del error muestral y, en el caso de encuestas a teléfonos móviles, se corrige tras la posestratificación (consultar el punto 15). Tras la posestratificación, el margen de error es de ± 3.4 puntos. Este es el margen que debe emplearse para el análisis y la interpretación de los resultados.

15. Ponderación de la encuesta, variables utilizadas y fuente de los parámetros de ponderación. Si no se ha ponderado por nivel de estudios, explicar por qué y aportar un descriptivo de la variable “nivel de estudios” en la muestra obtenida sin ponderar.

Las variables de ponderación empleadas para el ajuste de la muestra son: edad, género, tamaño del municipio y región (Comunidad Autónoma). Para calcular los coeficientes de ponderación se utilizan los datos del censo de población del Instituto Nacional de Estadística. Actualmente se está estudiando la posibilidad de incluir la variable “nivel de estudios alcanzado”, pero aún no está incluida porque no se ha encontrado una solución óptima para el tratamiento de los datos objetivos.

La eficiencia muestral tras la ponderación es del 70,2% y el margen de error, tras aplicar dicha ponderación, es de ± 3.4 puntos para datos globales. Este es el margen que debe emplearse para el análisis y la interpretación de los resultados.

Distribución de la muestra sin ponderar por nivel de estudios alcanzado:

- Sin estudios: 2%
- Obligatorios: 20%
- Secundarios: 33%
- Superiores: 45%

16. Tamaño muestral mínimo sin ponderar requerido.

La muestra mínima que Metroscopia establece para un estudio de estas características es de 1.200 entrevistas.