

PONENCIAS MESA 1

.....

Eduardo Ragasol

AC NIELSEN

Mucho gusto de estar aquí con ustedes y compartir algunas ideas que surgen de estos ejercicios de encuestas de preferencia electoral. Me gustaría empezar por decir que en la agenda que les propongo en esta charla, la parte de la metodología sí la voy a describir. Voy a tratar de ser muy sucinto en esta parte, pero estamos totalmente abiertos a desglosar todo lo que ustedes quieran sobre la metodología.

Pero me gustaría más enfocarme a ciertos temas que me parecen sumamente relevantes en función no nada más de la metodología y de la aplicación de la metodología, sino también de otros elementos que tienen que ver en el cómo se publican las encuestas, cómo se leen las encuestas y sobre, también, otro elemento que me parece de una importancia dramática, que es la ética.

O sea, creo que no nos enfrentamos a un problema ciento por ciento metodológico. Creo que también nos estamos enfrentando a un problema que tiene que ver con la ética del trabajo que se está haciendo.

También importante es la metodología como la ética con la que se hace el trabajo, y la ética que se utiliza para publicar los resultados de ese trabajo.

Entonces aquí está la presentación: nosotros hicimos dos encuestas para el diario Milenio. La metodología que se usó en ambas es básicamente la misma. La diferencia que encontramos en la encuesta que se hizo del 12 al 19 de junio contra la que se hizo en mayo, es que aumentamos el tamaño de la muestra, porque preveíamos un desenlace muy cerrado, o sea resultados que iban a estar muy cerrados. Y con el afán de lograr una, llamémosle así, una mayor evidencia sobre quién podría estar arriba en la preferencia electoral, aumentamos —como ven ustedes— de mil 800 entrevistas, a dos mil 793 entrevistas, que nos parece que es un tamaño de muestra bastante robusto.

Lo que hicimos, en términos de la metodología, fue un diseño. Primero me gustaría decir que tratamos de utilizar todo lo que está escrito en la ortodoxia de los libros; o sea, nosotros no tratamos de crear nuevos esquemas; tratamos de utilizar, de la manera más seria, lo que se considera como la ortodoxia en una encuesta.

Hicimos un probabilístico; no es autoponderado. Utilizamos estratos, selección de conglomerados en varias etapas, con probabilidad proporcional al tamaño de la población.

Las etapas fueron selección de localidades; dentro de esto AGB's, manzanas, y dentro de las manzanas hicimos una selección de viviendas, siguiendo estos criterios de barrido de la manzana; y dentro de la vivienda también hicimos una selección del ciudadano, en donde se le preguntaba. La selección del ciudadano a entrevistar era el que tenía el cumpleaños más cercano a la fecha en que se levantó la encuesta.

Con esto pretendimos lograr la máxima aleatoriedad, o sea que si realmente tuviéramos una selección aleatoria y no una selección por cuotas ni ninguna otra cosa que no fuera un muestreo aleatorio.

Estos son los estratos por regiones del país. Esto simplemente fue con el afán de distribuir la muestra a lo largo y ancho de la República Mexicana.

Definimos cuatro estratos por el tamaño de la población. Nuevamente, también, para tener un control sobre lo rural y sobre lo no rural, que también sabemos que tienen una correlación con la preferencia electoral.

Entonces se formó, pues, una matriz donde ustedes pueden ver las nueve áreas geográficas por los cuatro estratos y se seleccionó el mismo número de localidades por estrato, de manera que completáramos el tamaño de la muestra que teníamos que lograr.

Entonces, dado este diseño no autoponderado, tenemos un factor de expansión, que es el inverso de probabilidad de inclusión, que es lo que me parece que es el punto crucial. Cuando uno hace este tipo de muestreos, lo importante es que tenga uno el control de la probabilidad de selección. Este es un punto que me parece que no debemos perder de vista: mantener el control de la probabilidad de selección, para mí, es crucial.

Cuando se hacen esquemas, llamémosles heterodoxos, el perder eso es lo que a mí me preocupa. Obviamente, abro aquí el tema a discusión. Sé que el doctor Enrique Alduncin tiene otros puntos de vista. Bueno, el nuestro es que no debemos de perder la probabilidad de selección, porque si no, aquí los factores de expansión, pierden su significado.

La siguiente, pues, nos muestra simplemente la fórmula que usamos para los estimadores; éste es el estimador de la preferencia electoral; el caésimo partido o el caésimo contendiente, todo con los factores de expansión que les acabo de mostrar.

Los resultados que obtuvimos en la segunda encuesta son estos, que vienen mucho a cuento después de cómo se publicaron. Vamos a ver un poco de los resultados: obtuvimos para el PAN un 31 por ciento de la estimación; para el PRI un 33 por ciento de la preferencia; para el PRD un 13, y como ustedes pueden ver, aquí hicimos ya un cálculo con el PISICART, ya de lo que es el error estándar ya calculado, que fue una de las premisas que tuvimos con Milenio: no publicar nada más el error estándar, con el cual se diseñó la encuesta, sino publicar el error estándar calculado, pero para cada uno de los partidos, o sea, para cada uno de los niveles. Y lo que publicamos también en la encuesta de Milenio fue el intervalo de confianza, no nada más la estimación puntual.

Y como pueden difícilmente ver, desgraciadamente está un poco pequeño ahí el asunto, los intervalos de confianza que tenemos de aquel lado, el intervalo que

está por ahí, estaban totalmente encimados, digamos; o sea, había una intersección importante entre el intervalo de confianza que tenemos para el PAN y el intervalo de confianza para el PRI.

Dicho en términos estadísticos, el ejercicio no arrojó evidencia significativa sobre quién estaba en primer lugar en la preferencia electoral, y así se publicó.

Obviamente, en términos periodísticos, el utilizar esta frase que acabo de decir, que es la correcta, desde un ángulo académico, no lo es en términos periodísticos. En términos periodísticos, se utilizó una frase que dice “nada para nadie; la elección se cerró”. Lo que queríamos también evitar es el famoso empate técnico, porque no hay empate. Ciertamente, hay alguien arriba y aquí abajo.

Simplemente, el ejercicio no arroja evidencia significativa sobre quién va en el primer lugar de la preferencia electoral.

Y otro punto en el que quiero llamar su atención es la cantidad de nulos que tenemos. Esto de “nulos” es la no respuesta; es la cantidad de gente que no sabía por quién votar, más la cantidad de gente que no nos quiso decir por quién votaba.

Esto dio un 19 por ciento, que me parece una cantidad muy importante, y el cómo manejar esa cantidad muy importante de gente que no dijo o no quiso decir o que no sabía, es crucial para definir el por qué nos quedó un candidato arriba que el otro o no. La cuestión es que no tengo evidencia de cómo se distribuye ese 19 por ciento. O sea, al final, cómo votó ese 19 por ciento, es lo que al final parece ser que definió la elección, y pues nosotros no tuvimos evidencia para asignar ese 19 por ciento.

Otro punto importante en la publicación fue que el 19 por ciento se publicó, o sea, fue tal cual como se publicó. El medio, en sí mismo, prefiere excluir ese 19 por ciento y simplemente acomodar los demás resultados, para que sumen 100; que dicho de otra forma, es hacer una asignación proporcional, lo cual tampoco estábamos de acuerdo.

Entonces, obligamos al periódico a que publicara las dos cosas. Sabemos que al periódico no le gusta dejar que los porcentajes no sumen 100, o dejar la evidencia de una no respuesta tan alta, pero el convenio con Milenio fue que nosotros íbamos a supervisar la publicación y así se hizo. En la publicación, en el periódico, está el dato tal cual, de la no respuesta.

Un tema crucial que también me parece fundamental es la cuestión del uso de filtros. Fuimos amplísimamente criticados por haber usados filtros, por más de una entidad o de alguna otra empresa. En fin, lo que me pareció más relevante en la cuestión del uso de filtros, es la relevancia y el que tengan estos filtros, para mejorar, en cierto sentido, nuestra estimación sobre la preferencia electoral.

Ahora voy a entrar un poco a eso. Primero, les quiero describir qué fue lo que se hizo en este sentido. Las preguntas que van a ver ustedes están en el orden en el que fueron aplicadas; el cuestionario lo aplicamos completo a los ciudadanos de 18 años o más, y los filtros se aplicaron en el procesamiento de datos.

El primer objetivo es que el filtro tiene que detectar a la población objetivo, y nuestra primera población objetivo son los mexicanos de 18 años o más, con credencial de elector. Esa fue nuestra población objetivo, llamémosle amplia. La población objetivo reducida o con filtros son aquellos que tienen un interés particular en votar; entonces, pues, obviamente están las preguntas que se refieren a esto. Si quieren vemos la siguiente lámina.

Este es el primer filtro importante. Como ustedes saben, en julio habrá elecciones de Presidente de la República; sé que todavía falta algo de tiempo, pero dígame qué tan probable es que usted vaya a votar en las elecciones presidenciales, y son cinco niveles. Para el filtro usamos el totalmente probable y el bastante probable; este fue un filtro, llamémosle así, para detectar lo que en inglés se conoce como los votantes probables (*lightly voters*).

La siguiente pregunta es el interés: ¿Qué tanto le interesa participar en las próximas elecciones? Totalmente, bastante interesado. Nuevamente son estos cuatro niveles. Tomamos los primeros dos: totalmente y bastante interesado.

Lo más curioso, con el uso de estos filtros es que sí, en efecto, la criba que se logra es como un 16 por ciento de la población objetivo, pero el efecto que tiene sobre la votación, por lo menos en la evidencia que nosotros tenemos, es absolutamente nulo. Les leo los resultados, que se publicaron también; están en la publicación que se hizo de Milenio.

Con filtros, Francisco Labastida nos salía en 34 por ciento. Sin filtros, 34 por ciento. Vicente Fox, con filtros, 31 por ciento; sin filtros, 32 por ciento. O sea, la cuestión del filtro no tuvo en absoluto una relevancia. Eso me parece revelador. Si acaso, no sé si tiene que ver con la encuesta particular, creo que es un tema que es crucial definir, porque al final los votantes probables (*lightly voters*), el definir esa población objetivo y definir si esos votantes probables (*lightly voters*) tienen influencia con el resultado, es totalmente crucial para que mejoremos nuestros resultados en las encuestas.

Entonces, creo que es un tema de investigación que tenemos, tal vez, que concentrarnos algún grupo, en donde nos propongamos hacer una investigación seria sobre cuáles son los filtros que realmente tienen una correlación con el que va a votar; el detectar quién va a votar y luego, cómo va a votar. Así que no les tengo la respuesta, desgraciadamente, pero el tema, como tal, me parece de absoluta relevancia.

Luego las preguntas sustantivas o lo que queríamos investigar, pues lo teníamos como una boleta. En la siguiente se ve la boleta que teníamos; fue así, tal como la ven, a colores, y se le pedía al entrevistado que cruzara su preferencia y la depositara en una urna.

Discutimos internamente la relevancia de incluir ahí un cuadrado, aunque fuera pequeño, que dijera “no les quiero decir”, o sea, que declararan que no nos querían decir. No lo pusimos para no darle libertad al entrevistado de que nos aumentara, por ese concepto, la no respuesta.

Al final muchos cancelaron la boleta; la gran mayoría no cruzó; o sea, la gran mayoría de ese 20 por ciento no cruzó la boleta. Algunos nos dejaron un recadito atento diciendo “no les quiero decir”; fueron menos, pero nos ponían por escrito “no les voy a decir”. Con frases más o menos es “no les quiero decir”.

Aquí sí hay una pregunta interesante que nos ayudó a ver ciertas cosas que la boleta en sí no revela. “En las próximas elecciones para Presidente de la República, imagine que tiene cinco votos que puede repartir”, o sea, no cerrarlo a una sola cuestión, sino a cinco probabilidades de elección. Ahí sí nos arrojó cierta evidencia sobre cuántos nos querían decir y cuántos no nos quisieron decir.

Aquí se declararon como que no saben, seis por ciento, o sea, de los 20 puntos, seis puntos eran los que no sabían, y 14 puntos son los que no nos quisieron decir. Entonces, eso nos dio ya una idea de otro tema relevante, que es el que sí no sabe, contra el que no sabe, el que no nos quiere decir.

Primero, pues, el uso de filtros. Yo creo que al final el uso de filtros es válido, siempre y cuando también encontremos filtros que sí filtren y que correlacionen con lo que uno quiere medir. Pero si se utilizan, mi propuesta es, o más bien la propuesta de Easy Nielsen es publicar los resultados con la población filtrada y sin filtrar, y especificar cuáles son los filtros que se utilizaron.

El manejo de la no respuesta a la preferencia: a mí me parece que el primer punto relevante es buscar elementos en el cuestionario y en el trabajo de campo que reduzcan la no respuesta. Este es otro tema que tenemos que investigar, porque manejarla, cualquiera que sea ese manejo, puede ser cuestionable, no importa lo preciso o lo genial que uno pueda ser como estadístico. Siempre habrá “asegures” en este tratamiento de la no respuesta.

Si se va a utilizar un tratamiento, se debe de especificar cuál fue el tratamiento usado; si se crean escenarios, se deberían de publicar todos los escenarios planteados, no nada más uno, el que más periódicos venda. Al final, el cliente aquí quiere vender periódicos, o quiere ganar nivel de audiencia (*rating*). Bueno, pues no debería de utilizarse nada más el que más nivel de audiencia (*rating*) o más pe-

riódicos venda, sino hacer un trabajo en donde seriamente se especifique que se usaron modelos para la no respuesta y cómo se hicieron estos modelos.

Y como decía el doctor De Buen, pues hablar de ese error, que implica el utilizar modelos.

La siguiente propuesta o tema que les traía es la aplicación de muestreo probabilístico, como tal. A mí sí me parece que tener un control sobre la probabilidad de selección debe de prevalecer contra cualquier otro criterio, porque si no, pareciera que estamos haciendo más magia que estadística.

Ciertamente, la no respuesta fuera de lugar puede ser menor que la no respuesta dentro de lugar. Es posible que esto sea correcto, pero si se va a hacer fuera de lugar, pues habrá que ver formas, mecanismos, en donde se mantengan los esquemas probabilísticos de muestreo.

El error muestral no es una característica única de la encuesta. A cada variable le corresponde un error estándar distinto. Lo que proponemos es que en las encuestas se especifique a qué variable corresponde el error publicado; que se diga si es el de diseño, y si se utilizó o se supuso un muestreo aleatorio simple, o si es el de a de veras del diseño que se está utilizando, y de preferencia se debe de publicar el error calculado, el de a de veras, y se deben de publicar los estimadores, no nada más puntuales, sino de intervalo (interválicos).

Que debemos de hacer también una labor misionera de que la gente aprenda a leer encuestas. Leer encuestas, desafortunadamente no es sencillo, pero debemos de hacer una labor para que la gente sepa leer una encuesta.

Al final, yo le llamo internamente "la visión de los vencidos". No vimos al ganador, pero si uno lee la encuesta que publicamos, lo que estamos diciendo es que el ejercicio no nos permite dar evidencia sobre el ganador; pero, claro, como uno se va con los estimadores puntuales, pues nuestra empresa puede ser la empresa vencida, porque no dimos al ganador.

O sea, me parece que en la estadística esto sería, o en un ambiente académico, ridículo manifestarlo de esa forma. Al final, son ejercicios estadísticos que tienen que ser tratados con esa seriedad.

Cuando el cliente publica los resultados, la agencia debe ser corresponsable en la forma en que se publican estos resultados. En otras palabras, tenemos que hacer que el cliente suscriba nuestros mismos principios metodológicos y éticos.

A Milenio le trabajamos bajo condiciones bien precisas en esto. Si no cumplían con esta condición, no íbamos a trabajar para ellos, esta fue la condición que suscribiera nuestros principios. Aprobamos previamente con el cliente la supervisión cercana de la publicación, procuramos siempre una transmisión correcta de los resultados en cualquier foro y distinguir cuando una afirmación es resultado duro de la encuesta o cuando es una interpretación. Esto me parece también crucial, cuándo es una interpretación o es una editorial, cuándo no lo es y es un resultado duro, son las propuestas que les quisiera yo transmitir y exponer, y espero puedan ser el tema de discusión en distintos foros, incluyendo la AMAI, que me parece muy, digamos que, relevante hacer que la AMAI tenga ciertos estándares con respecto a esto. ■

ENCUESTAS PARA MILENIO DIARIO

Mayo y Junio, 2000

AGENDA

- **Diseño metodológico**
- **Uso de filtros**
- **Propuestas de discusión**

DISEÑO METODOLÓGICO

Metodología

- **Población objetivo:**
 - ciudadanos de 18 años o más al 2 de julio
 - residentes en el territorio nacional
- **Levantamiento en campo:**
 - Encuesta 1 13 al 19 de mayo 2000
 - Encuesta 2 12 al 19 de junio 2000
- **Muestra**
 - Encuesta 1 1840 entrevistas en hogares
 - Encuesta 2 2793 entrevistas en hogares

● **Diseño de muestreo**

- probabilístico, no autoponderado
- Estratificado
- Selección de conglomerados en varias etapas con probabilidad proporcional al tamaño.
 - ✓ Localidades
 - ✓ AGEB's
 - ✓ manzanas
 - ✓ viviendas
 - ✓ ciudadanos

● **Regiones del país:**

- 1. Chiapas, Guerrero y Oaxaca
- 2. Campeche, Quintana Roo, Tabasco, Veracruz y Yucatán
- 3. Hidalgo, Morelos, Puebla y Tlaxcala
- 4. Durango, San Luis Potosí y Zacatecas
- 5. Aguascalientes, Guanajuato y Querétaro
- 6. Baja California, Baja California Sur, Chihuahua, Sinaloa y Sonora
- 7. Colima, Jalisco, Michoacán y Nayarit

- 8. Coahuila, Nuevo León y Tamaulipas
- 9. Estado de México y Distrito Federal

● Se definieron 4 estratos

- Localidades con menos de 2,500 habitantes (rurales)
- Localidades con población entre 2,501 y 15,000 habitantes
- Localidades con población entre 15,001 y 100,000 habitantes
- Localidades con más de 100,000 habitantes

ENCUESTA 1

- La muestra quedó distribuida de la siguiente forma:

Región	2,500 o menos	2,501 a 15,000	15,001 a 100,000	100,000 o más	Total
1	60(2)	30(1)	30(1)	60(2)	180(6)
2	30(1)	60(2)	60(2)	30(1)	180(6)
3	60(2)	30(1)	30(1)	60(2)	180(6)
4	30(1)	60(2)	60(2)	30(1)	180(6)
5	60(2)	30(1)	30(1)	60(2)	180(6)
6	30(1)	60(2)	60(2)	50(1)	200(6)
7	60(2)	30(1)	30(1)	110(3)	230(7)
8	30(1)	60(2)	60(2)	80(2)	230(7)
9	60(2)	30(1)	30(1)	160(4)	280(8)
Total	420(14)	390(13)	390(13)	640(18)	1,840(58)

Entre paréntesis se indica el número de localidades en el caso urbano y el número de municipios en el caso rural. Fuera del paréntesis se indica el número de entrevistas.

ENCUESTA 2

- La muestra quedó distribuida de la siguiente forma:

Región	2,500 o menos	2,501 a 15,000	15,001 a 100,000	100,000 o más	Total
1	60(2)	60(2)	60(2)	80(2)	260(8)
2	60(2)	60(2)	60(2)	80(2)	260(8)
3	60(2)	60(2)	60(2)	80(2)	260(8)
4	60(2)	60(2)	60(2)	80(2)	260(8)
5	60(2)	60(2)	60(2)	80(2)	260(8)
6	60(2)	60(2)	60(2)	80(2)	260(8)
7	60(2)	60(2)	60(2)	120(3)	300(9)
8	60(2)	60(2)	60(2)	120(3)	300(9)
9	60(2)	60(2)	60(2)	160(4)	340(10)
Total	540(18)	540(18)	540(18)	880(22)	2,500(58)

Entre paréntesis se indica el número de localidades en el caso urbano y el número de municipios en el caso rural. Fuera del paréntesis se indica el número de entrevistas.

PROYECCIÓN DE LA MUESTRA

- Dado el diseño no autoponderado, para la proyección de la muestra se utilizó como Factor de expansión (F_{ij}), el inverso de la probabilidad de inclusión de cada elemento en la muestra en el i-ésimo nivel poblacional de la j-ésima región.

ESTIMACIÓN DE LA PREFERENCIA ELECTORAL

- Para el cálculo de preferencia electoral del contendiente k, se realizó la siguiente operación:

$$r_k = \frac{\sum_{i=1}^4 \sum_{j=1}^9 \sum_{h=1}^{n_{i,j}} F_{i,j} x_{k,h,i,j}}{\sum_{i=1}^4 \sum_{j=1}^9 \sum_{h=1}^{n_{i,j}} F_{i,j} y_{h,i,j}}$$

donde $x_{k,h,i,j} = \begin{cases} 1 & \text{si el individuo } h \text{ del estrato } i, j \text{ votó por el candidato } k \\ 0 & \text{en otro caso} \end{cases}$

$y_{h,i,j} = \begin{cases} 1 & \text{si el individuo } h \text{ del estrato } i, j \text{ fue entrevistado} \\ 0 & \text{en otro caso} \end{cases}$

CÁLCULO DEL ERROR ESTÁNDAR
PREFERENCIA ELECTORAL. ENCUESTA 1

- Para el cálculo de los errores estándar de la preferencia electoral por partido se utilizó el PC CARP software.

	Parámetro	Error estándar	C.V.	Efecto diseño
PRI	42.9%	0.0280	0.0710	5.9203
PAN	35.8%	0.0235	0.0734	4.5762
PRD	17.4%	0.0141	0.0912	2.7541
PDS	1.7%	0.0048	0.2720	2.3937
PCD	1.2%	0.0061	0.5130	5.6760
PARM	0.6%	0.0022	0.4420	1.8018

CÁLCULO DE ERROR ESTÁNDAR
PREFERENCIA ELECTORAL. ENCUESTA 2

- Para el cálculo de los errores estándar de la preferencia electoral por partido se utilizó el PC CARP software.

Núm. Den.	Estimate	S.E.	C.V.	DEFF	Intervalo conf. Inf.	Sup.
PAN	0.3141	0.0108	0.0345	1.3526	0.2929	0.3353
PRI	0.3387	0.0127	0.0375	1.7894	0.3138	0.3636
PRD	0.1307	0.0133	0.1019	3.8841	0.1046	0.1568
PARM	0.0019	0.0005	0.2677	0.3399	0.0009	0.0029
PDS	0.0205	0.0048	0.2327	2.8179	0.0111	0.0298
PCD	0.0040	0.0009	0.2314	0.5369	0.0022	0.0058
Nulo	0.1901	0.0089	0.0468	1.2810	0.1726	0.2075

USO DE FILTROS
Cuestionario

- Las preguntas se muestran en el orden en que fueron aplicadas.
- El cuestionario se aplicó completo a todos los ciudadanos de 18 años o más.
- Los filtros se aplicaron en el procesamiento de datos.

Preguntas filtro aplicadas

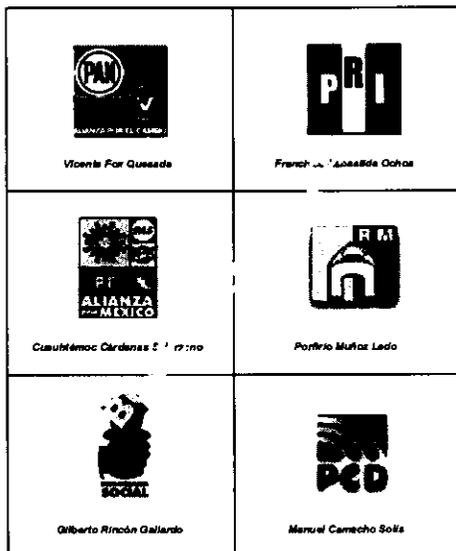
- ¿Cuántas personas, de las que viven en esta casa, tienen 18 años o más o los van a cumplir antes de julio de este año?
- ¿De estas personas que acaba de contar quién es la siguiente en cumplir años?
✓ ¿Se encuentra esa persona en la casa en este momento? (Se realizaron hasta 2 revisitas).

- ¿Cuenta usted con credencial de elector para votar?
- Como usted sabe en julio de este año habrá elecciones para Presidente de la República. Se que todavía falta algo de tiempo para esa fecha, pero dígame, qué tan probable es que usted vaya a votar en las elecciones presidenciales: totalmente probable, bastante probable, medio probable, poco probable o nada probable?
- ¿Qué tanto le interesa participar en las próximas elecciones para Presidente de la República: *totalmente interesado, bastante interesado, poco interesado o nada interesado?*

Preguntas sustantivas

- A continuación le voy a dar una boleta parecida a la que le van a dar en las próximas elecciones para Presidente de la República. Si las elecciones fueran el día de hoy, ¿por cuál partido o candidato votaría? Le pido que su voto lo registre sin que yo lo vea y una vez que haya terminado doble la boleta en cuatro y deposítela en esta urna.

BOLETA ELECTORAL SÓLO PARA USO EXCLUSIVO DE ESTA INVESTIGACIÓN - SIN VALIDEZ OFICIAL



- ¿Qué tan seguro está usted de que en las próximas elecciones para Presidente de la República va a votar por lo mismo que acaba de votar: *totalmente seguro, bastante seguro, poco seguro o nada seguro?*
- En las próximas elecciones para Presidente de la República imagine que tiene cinco votos que puede repartir, ya sea en un sólo candidato, en varios o en la abstención. ¿Cómo repartiría usted esos cinco votos? (*Mostrar tarjeta circular y verificar que los puntos sumen 5*).
- ¿Con qué partido político usted diría que se identifica mejor?
- ¿Existe algún partido político por el cuál usted no votaría?
 - ✓ Si respondía que SÍ entonces se preguntaba ¿Cuál?

Preguntas demográficas

- ¿Cuántos años tiene usted?
- (*Registrar sexo por observación*).
- ¿Cuál es su último grado de educación?
- ¿Puede usted comunicarse en alguna lengua indígena?
- (*Registrar por observación el nivel socioeconómico apreciativo del hogar*).

Propuestas de discusión

- El uso de filtros es una herramienta de análisis. Sin embargo se propone.
 - ✓ Publicar resultados con población filtrada y sin filtrar
 - ✓ Especificar el filtro usado

El manejo de la no-respuesta a la preferencia de un candidato (indecisos, rechazos, boletas anuladas) es otra herramienta de análisis. Se propone

- ✓ Buscar elementos en los cuestionarios y en el trabajo de campo para reducir la no respuesta
- ✓ Publicar la distribución del voto incluyendo este rubro
- ✓ Especificar si se hizo y cómo se hizo una asignación de respuesta a este grupo.
- La aplicación de muestreo probabilístico permite medir el error muestral de cada parámetro estimado.
- El error muestral no es una característica única de la encuesta. A cada variable estimada le corresponde un error muestral.
 - ✓ Especificar a qué variable corresponde el error publicado.
 - ✓ Especificar si el error publicado es un parámetro de diseño para calcular el tamaño de la muestra.
 - ✓ Publicar resultados interválicos para las estimaciones prioritarias o sustantivas.
 - ✓ Especificar si el método para calcular el error muestral toma en cuenta el diseño de muestreo o supone un m.a.s.
- Cuando el cliente publica los resultados la Agencia debe ser co-responsable de la forma en que se publica la encuesta. Se recomienda:
 - ✓ Acordar previamente con el cliente una supervisión cercana de la publicación de cuadros, gráficas, notas metodológicas, pies de cuadro, etc.
 - ✓ Procurar siempre una transmisión correcta de los resultados en cualquier foro.
 - ✓ Distinguir cuándo una afirmación es el resultado duro de una encuesta y cuándo es una interpretación.

