

E7221

ENCUESTA TELEFÓNICA: CONCIENCIA POLITICA

- Informe metodológico -

Cliente: **EUSKOBAROMETRO**

Madrid, Diciembre de 2007

TABLA DE CONTENIDO

	<u>Página</u>
I INTRODUCCIÓN	1
II CUESTIONARIO	2
III METODOLOGÍA	3
III.1 INFORME SOBRE LAS CARACTERÍSTICAS DE LA MUESTRA	3
III.1.1.1 FECHA DE REALIZACIÓN DE LAS ENTREVISTAS.....	3
III.1.1.2 SISTEMA DE RECOGIDA DE INFORMACIÓN.....	3
III.1.1.3 UNIVERSO DEL ESTUDIO	4
III.2 FUENTES DE INFORMACIÓN UTILIZADAS	6
III.3 ESTRUCTURA DE LA MUESTRA	7
III.3.1.1 ERROR MUESTRAL TEÓRICO.....	13
III.3.1.2 TRABAJO DE CAMPO.....	13
III.3.1.3 SELECCIÓN DE LA MUESTRA.....	13
IV DIRECCIÓN TÉCNICA DEL ESTUDIO POR PARTE DE INSTITUTO DYM	14



I

INTRODUCCIÓN

La Fundación Euskobarometro ha encargado a Instituto Dym, S.A. la realización de una encuesta con el objetivo de conocer distintos componentes de la conciencia política de los españoles.

Esta encuesta ha sido llevada a cabo bajo la dirección técnica de Luciano Miguel, director de estudios de Instituto DYM. En las páginas siguientes se describen los aspectos técnicos o metodológicos de la propuesta.

II CUESTIONARIO

El cuestionario empleado en la realización de esta encuesta fue proporcionado por el cliente y adaptado a la normativa interna de Instituto DYM para la realización de este tipo de estudios.
La duración media del cuestionario ha sido de 35 minutos.

III METODOLOGÍA

III.1 INFORME SOBRE LAS CARACTERÍSTICAS DE LA MUESTRA

III.1.1 FECHA DE REALIZACIÓN DE LAS ENTREVISTAS

El trabajo de campo de la encuesta se realizó entre los días 19 de noviembre y 18 de diciembre de 2007.

III.1.2 SISTEMA DE RECOGIDA DE INFORMACIÓN

Mediante entrevistas telefónicas (sistema CATI) con un cuestionario estructurado.

III.1.1.3 UNIVERSO DEL ESTUDIO

El universo está compuesto por la población española de 18 años en adelante. Este universo, en estratificación por comunidades autónomas y tamaños de municipio, se presenta en el cuadro adjunto:

Tabla 1: Universo del estudio por comunidades autónomas y tamaño de municipio (en miles)

	Menos de	5001	30001	AM	TOTAL
	5000	30000	250000		
ANDALUCÍA	780.101	1.762.048	1.740.142	1.761.246	6.043.537
ARAGÓN	299.651	145.496	65.589	545.371	1.056.107
ASTURIAS	82.134	241.475	381.201	252.358	957.168
BALEARES	74.386	278.104	58.553	353.247	764.290
CANARIAS	58.463	513.662	337.524	600.450	1.510.099
CANTABRIA	111.507	148.775	210.474	0	470.756
CASTILLA-LEÓN	863.377	248.486	751.173	299.790	2.162.826
CASTILLA-MANCHA	565.205	450.119	458.297	0	1.473.621
CATALUNYA	663.949	1.254.916	837.520	2.801.176	5.557.561
CEUTA-MELILLA	0	0	110.839	0	110.839
EUSKADI	186.567	490.350	435.314	733.257	1.845.488
EXTREMADURA	347.812	256.200	275.987	0	879.999
GALICIA	434.889	978.259	415.288	557.432	2.385.868
MADRID	140.268	224.065	183.965	4.131.023	4.679.321
MURCIA	13.898	310.413	270.442	398.697	993.450
NAVARRA	181.980	115.867	189.441	0	487.288
LA RIOJA	69.520	55.977	116.690	0	242.187
VALENCIA	389.518	1.080.471	863.339	1.306.709	3.640.037
TOTAL HABITATS	5.263.225	8.554.683	7.701.778	13.740.756	35.260.442

La estratificación por edad y sexo es la que se recoge en el cuadro adjunto:

Tabla 2: Distribución del universo de estudio por sexo y tramos de edad

	Hombre	Mujer	TOTAL
18-24	1.994.109	1.895.451	3.889.560
25-34	3.849.448	3.590.136	7.439.584
35-44	3.509.086	3.381.471	6.890.557
45-54	2.730.446	2.731.718	5.462.164
55-64	2.188.856	2.299.172	4.488.028
65 ó más	2.989.088	4.101.461	7.090.549
TOTAL	17.248.079	18.012.363	35.260.442

III.2 FUENTES DE INFORMACIÓN UTILIZADAS

Los datos del universo de la presente encuesta corresponden al programa "Sampler" de Instituto DYM y fueron elaborados en Enero de 2007 sobre las cifras del Instituto Nacional de Estadística correspondientes a 2006. Estas cifras son las que, en el momento de confeccionar los datos, estaban disponibles por grupos de sexo y edad (grupos quinquenales) a nivel de municipio, lo que permite su distribución por tamaño de hábitat.

III.3 ESTRUCTURA DE LA MUESTRA

La muestra de la encuesta es de 1.035 entrevistas a personas pertenecientes al universo anterior, con la siguiente distribución de carácter proporcional al universo descrito:

Tabla 3: Distribución de la muestra del estudio por comunidades autónomas y tamaño de municipio

	Menos de 5000	5001 30000	30001 250000	AM	TOTAL
ANDALUCÍA	24	57	53	53	187
ARAGÓN	6	5	2	17	30
ASTURIAS	1	8	11	7	27
BALEARES	4	7	2	10	23
CANARIAS	2	16	11	17	46
CANTABRIA	3	5	0	7	15
CASTILLA-LEÓN	21	9	24	10	64
CASTILLA-MANCHA	18	16	14	0	48
CATALUNYA	15	39	25	85	164
CEUTA-MELILLA	0	0	3	0	3
EUSKADI	6	14	10	23	53
EXTREMADURA	10	7	10	0	27
GALICIA	13	26	14	15	68
MADRID	4	7	5	125	141
MURCIA	1	9	8	12	30
NAVARRA	5	2	5	0	12
LA RIOJA	2	1	2	0	5
VALENCIA	12	28	20	32	92
TOTAL HABITATS	147	256	219	413	1035

Tabla 4: Distribución de la muestra del estudio por sexo y tramos de edad

	Hombre	Mujer	Total
18-24	58	57	115
25-34	107	103	210
35-44	103	103	206
45-54	81	86	167
55-64	66	74	140
65 ó más	82	115	197
Total	497	538	1035

Las diferencias entre la distribución de la muestra por tamaño de hábitat previsible en función de la distribución del universo y la distribución de la muestra real son las que se recogen en el cuadro adjunto. Estas diferencias han sido debidas a la necesidad de compatibilizar las cuotas de sexo y edad con las de hábitat y comunidad autónoma.

Tabla 5: Diferencias entre la muestra prevista y la muestra real por comunidades autónomas y tamaño de municipio

	Menos de 5000	5001 30000	30001 250000	AM	TOTAL
ANDALUCÍA	2	7	4	3	16
ARAGÓN	-2	1	0	2	1
ASTURIAS	-1	1	0	0	0
BALEARES	2	-1	0	0	1
CANARIAS	0	1	1	0	2
CANTABRIA	0	1	-6	7	2
CASTILLA-LEÓN	-3	2	3	1	3
CASTILLA-MANCHA	2	3	1	0	6
CATALUNYA	-4	3	1	5	5
CEUTA-MELILLA	0	0	0	0	0
EUSKADI	1	0	-2	2	1
EXTREMADURA	0	0	2	0	2
GALICIA	1	-2	2	-1	0
MADRID	0	1	0	8	9
MURCIA	0	0	0	1	1
NAVARRA	0	-1	0	0	-1
LA RIOJA	0	-1	-1	0	-2
VALENCIA	1	-3	-4	-5	-11
 TOTAL HABITATS	 -1	 12	 1	 23	 35

Las diferencias entre la distribución de la muestra por sexo y edad en función de la distribución del universo y la distribución de la muestra real son las que se recogen en el cuadro adjunto.

Tabla 6: Diferencias entre la muestra prevista y la muestra real por sexo y edad

	Hombre	Mujer	Total
18-24	1	3	4
25-34	-2	1	-1
35-44	3	7	10
45-54	4	9	13
55-64	4	9	13
65 ó más	-3	-1	-4
Total	7	28	35

III.3.1.1 ERROR MUESTRAL TEÓRICO

Esta muestra presenta un error muestral del ±3,1%, para un nivel de confianza del 95,5%.

III.3.1.2 TRABAJO DE CAMPO

Ha sido llevado a cabo por DYMPHONE, la división de Instituto DYM a cargo de las encuestas telefónicas CATI.

III.3.1.3 SELECCIÓN DE LA MUESTRA

La muestra ha sido seleccionada en DYMPHONE siguiendo el siguiente procedimiento plurietápico:

Mediante un programa de ordenador, que trabaja sobre un fichero de todos los municipios españoles, se realizó una estratificación previa por comunidades autónomas y hábitats, se seleccionaron (con probabilidad proporcional al tamaño) los municipios integrantes de la muestra y se determinó el número de entrevistas a realizar en cada municipio seleccionado.

En cada municipio seleccionado en la fase anterior, los números de teléfono a formar parte de la muestra de partida se extraen de las guías telefónicas mediante procedimientos aleatorios sistemáticos.

La persona a entrevistar en cada uno de los teléfonos seleccionados se determinó mediante cuotas de zona (comunidad autónoma), tamaño de hábitat, sexo y edad.

IV DIRECCIÓN TÉCNICA DEL ESTUDIO POR PARTE DE INSTITUTO DYM

En su parte técnica, la dirección del estudio corresponde a:

Luciano Miguel

Doctor en Sociología

Analista senior de estudios de mercado.

Con 12 años de experiencia en investigación social y de mercados.

En el trabajo de campo la dirección del estudio ha corrido a cargo de:

Gemma Martells

Licenciada en Ciencias de la Información.

Directora de Dymphone.

Con 16 años de experiencia en investigación social y de mercados.

En la parte de proceso de datos, la dirección del estudio ha corrido a cargo de:

Rolindo García

Programador.

Con 29 años de experiencia en investigación social y de mercados.

La coordinación general del estudio ha corrido a cargo de:

Carlos Clavero

Director General

Ciencias Económicas y Políticas, PDG (IESE-Universidad de Navarra)

36 años de experiencia en investigación social y de mercados.

