

Panel Electoral MÉXICO 2012

Nota metodológica – Agosto 2012

I. Objetivos del estudio

El objetivo del Panel Electoral 2012 es generar información robusta y suficiente que permite conocer el comportamiento electoral de los mexicanos durante los comicios federales del 2012. El estudio comprende dos *olas* o rondas de investigación.

La primera es pre-electoral y consistió en la aplicación de 1400 cuestionarios en 70 puntos de inicio previamente seleccionados (20 cuestionarios en cada punto de inicio)¹. La muestra con la que se trabajó fue resultado de un sorteo aleatorio en varias etapas que tuvo un marco de muestreo que contemplaba todos los municipios y estados de la república mexicana.

La segunda ronda post-electoral consistió en re-contactar a la totalidad de los participantes (i.e. panelistas) de la primera ronda para aplicarles un nuevo cuestionario después de las elecciones del primero de julio del 2012. Adicionalmente se aplicaron tres entrevistas “nuevas” a personas que no participaron en la primera ronda en cada uno de los puntos muestrales.

II. Patrocinador y responsables del estudio

La aplicación de las entrevistas para la ronda pre-electoral (o línea de base) del Panel Electoral México 2012 fue patrocinada por el Centro de Estudios Sociales y de Opinión Pública de la Cámara de Diputados (CESOP). La ronda pos-electoral fue patrocinada principalmente por la Secretaría de Gobernación así como por el CESOP y coordinada por académicos del ITAM.

El diseño del estudio del Panel Electoral 2012 es responsabilidad de un grupo reconocido de académicos de México y Estados Unidos. La empresa DATA Opinión Pública y Mercados, una encuestadora privada de México, fue responsable de la aplicación de las entrevistas y de la generación de la base de datos.

¹ En dos de estos puntos, es decir 40 entrevistas, no se siguió puntualmente la metodología de selección muestral por lo que no fueron considerados para la base final. Por lo anterior la base final de la ronda primera pre-electoral consta de 1360 entrevistas válidas aplicadas en 68 puntos muestrales.

III. Marco muestral

El marco de muestreo utilizado en el diseño de la muestra fue el listado de secciones electorales del Instituto Federal Electoral con información al año de 2011.

IV: Diseño muestral

El modelo de muestreo para la ronda pre-electoral, fue multietápico, en donde la selección las secciones electorales fueron las Unidades Primarias de Muestreo (UPM); como primera etapa de selección, se estratificaron por tipo y ordenaron a la totalidad de las UPM en función del estado en el que se inscribían y a las cantidades de electores registradas en cada una de ellas para después generar una semilla de inicio de manera aleatoria simple para el primer conglomerado de UPMs

Después de que se eligió la semilla de inicio del primer conglomerado de UPMs, se aplicó un criterio sistemático para cada uno de los siguientes conglomerados de UPMs, hasta contar con la totalidad de puntos de inicio necesarios para completar la muestra requerida, la probabilidad de selección de cada UPM era mayor a cero y estaba en función del tamaño de electores, por tanto era una probabilidad proporcional por tamaño (ppt). Dentro de cada UPM seleccionada, se aplicaron el mismo número de entrevistas: 20 entrevistas en cada una de las 70 UPM para un total de 1400 entrevistas efectivas.

En la segunda etapa de muestreo, se seleccionaron 4 manzanas aleatoriamente de cada sección electoral, estas manzanas fueron las Unidades Secundarias de Muestreo (USM). La tercera etapa de muestreo fue la selección de hogares, estos fueron las unidades terciarias de muestreo (UTM), cada una de las UTMs fueron seleccionadas siguiendo un método sistemático en función de la densidad de hogares de cada USM (manzana).

En cada UTM se entrevistó solo una persona de 18 años y más, residente permanente del hogar. La selección de esta persona, y que fue la última etapa del proceso de muestreo, se hizo mediante un proceso de llenado de cuotas de genero y edad; la proporción de entrevistas por sexo y edad fue controlada para ajustarse a los parámetros poblacionales del Censo de 2010 del INEGI. Exceptuando el ajuste por cuotas de entrevistados, la selección de la muestra es aleatoria en todas sus etapas.

Para la ronda post-electoral se regresó a todos los UPM's para intentar re-contactar a las personas entrevistadas en la ola pre-electoral y aplicarles una segunda entrevista. Se intentó visitar el domicilio de cada panelista no localizado en por lo menos dos ocasiones diferentes, en la mayoría de los casos en más ocasiones, mientras el equipo de

campo se encontraba en cada punto muestral. La efectividad de re-entrevista de panelistas fue casi del 70%. La base de datos incluye información del número de intentos y resultado de cada re-visita hecha a los panelistas.

V. Tamaño de muestra y margen de error

Para la ronda pre-electoral y de acuerdo a los requerimientos de la investigación, el tamaño de muestra nacional fue de 1360 entrevistas validas considerando un margen de error teórico de +/- 2.7% a un nivel de confianza estadística del 95%.

La base de la ola post-electoral contiene 1587 observaciones: 954 entrevistas con panelistas de la ronda pre-electoral, 406 casos de panelistas que no se pudo contactar o que se rehusaron a participar en la segunda ola y 227 nuevas entrevistas a personas que no participaron en la primera ronda.

VI. Tasa de rechazo general a la entrevista

Ronda pre-electoral

Para realizar las 1400 entrevistas se tuvieron que hacer 2557 contactos repartidos en las siguientes categorías:

- Se negó a responder 2338
- Cortó entrevista 125
- Residente temporal 94

Lo anterior arroja una tasa de cooperación del 38% a contactos efectivos. La base contiene registro adicional para los casos en donde no se realizó la entrevista por el ajuste de cuota de género, de hogares no habitados o donde no hubo respuesta al momento de tocar la puerta. Si se consideran estas situaciones la tasa de rechazo aumenta.

Ronda post-electoral

Para realizar las 1587 entrevistas/observaciones se hicieron un total de 2,468 visitas con los siguientes resultados:

- Entrevistas completas 954
- Nadie en casa 695
- Ausentes temporales 326
- Se negó a volver a participar 129
- Ya no vive en el hogar 74

- Domicilio incompleto o no localizado 28
- Todo el hogar migró 15
- No se pudo acceder al domicilio 12
- No conocen a la persona 12
- Entrevistas incompletas o interrumpidas 11
- Vivienda deshabitada 5
- Otro razón 207

La base de datos contiene detalle para cada panelista del resultado de las visitas.

VII. Método de recolección de información

Para ambas rondas, las entrevistas fueron realizadas en persona en el hogar del entrevistado aplicando un mismo cuestionario de una forma estandarizada. El cuestionario fue diseñado por los investigadores principales del estudio y piloteado antes del inicio del trabajo de campo.

VIII. Equipo de trabajo y fechas de levantamiento.

El equipo de Data Opinión Pública y Mercados, estuvo conformado para la primera ronda por 84 encuestadores y 9 supervisores y 2 coordinadores generales, los cuales se encargaban de ubicar el punto de inicio y distribuir a los entrevistadores y verificar la instrumentación del cuestionario, así como validar la correcta aplicación del instrumento de acuerdo con la metodología establecida por los investigadores a cargo del proyecto. La capacitación se dio en un día de jornada completa en la ciudad de México. Adicionalmente hubo sesiones complementarias de capacitaciones para los equipos de campo de Occidente, Norte y Sureste. Las capacitaciones se realizaron entre los días 18 y 20 de abril. El operativo de campo se desarrolló entre el 21 de abril y el 5 de mayo.

Para la segunda ronda el equipo estuvo conformado por 77 encuestadores y 10 supervisores y 2 coordinadores generales. La capacitación se dio el día 12 de julio en las oficinas de Data Opinión Pública y Mercados en la ciudad de México. Adicionalmente hubo sesiones complementarias de capacitaciones para los equipos de campo de Occidente, Norte y Sureste. El operativo de campo se desarrolló entre el 15 de julio al 2 de agosto.

IX. Supervisión, validación y captura del trabajo de campo

En el 25% de los casos se contó con un supervisor en el momento de la aplicación de la entrevista o de forma posterior. Al momento de la aplicación el supervisor no

se encontraba en todos los casos junto al entrevistado sino a una distancia prudente y no necesariamente durante toda la entrevista sino solo por algunos lapsos para poder vigilar el trabajo de todos los encuestadores. Los entrevistadores se encontraba en zonas de trabajo delimitadas por sus supervisores (a unas cuantas cuadras y siempre a la vista) y de este modo los supervisores podían observar la aplicación de cuestionarios de varios encuestadores durante la misma jornada (moviéndose solo unas calles para atestiguar la realización), se revisaba a detalle la lectura cuidadosa y clara de las preguntas en al menos una ocasión para cada encuestador. La supervisión posterior fue para verificar principalmente la existencia del domicilio, la persona y la validación de algunas preguntas sociodemográficas. La supervisión se desarrollo del 21 de abril al 6 de mayo.

Para la segunda ronda se realizo supervisión directa, telefónica y posterior en un 40% de los casos, siguiendo la misma metodología: distancia prudente, durante la entrevista para poder vigilar el trabajo de los encuestadores, lectura cuidadosa y clara de las preguntas, y siempre cerca de los encuestadores para cualquier cosa, la supervisión posterior fue verificación de datos de las personas, preguntas socio-demografías y existencia de los domicilios, las supervisión se realizo del 17 de julio al 9 de agosto.

X. Captura y procesamiento

La captura de datos de los cuestionarios en formato electrónico se realizó por un equipo que tiene tres años en promedio dedicados a la captura y procesamiento de datos. La validación y captura de la primera ronda se realizó en oficinas centrales de DATA Opinión Pública y Mercados, ésta se desarrollo del 26 de abril al 8 de mayo. Para revisar la calidad de la captura de información se seleccionaron en forma aleatoria un total de 100 cuestionarios mismos que fueron capturados de nuevo para compararlos contra la captura original. De un total de 122 variables del cuestionario, excluyendo las preguntas abiertas y las de control, se encontraron un total de 49 errores sobre 12,200 registros, es decir una tase de error del 0.004%. Si se incluyen el resto de las variables se identifican 97 errores para 18,200 registros, es decir una tasa del 0.005%. El comparativo de las capturas fue entregado en un archivo de tipo Excel.

La captura de la segunda ronda se desarrollo del 26 julio al 9 de agosto. La totalidad de los cuestionarios fueron capturados en dos ocasiones (método de doble-captura) usando el programa CS-PRO. Adicionalmente se enviaron 100 cuestionarios originales en papel a académicos del ITAM para que se realizará una auditoría de la captura de las entrevistas de esta ronda.