

# CIS

Centro de Investigaciones Sociológicas

***ESTUDIO PANEL  
PREELECTORAL Y POSTELECTORAL, ELECCIONES  
AUTONÓMICAS DE CATALUÑA (2010)***

**(MUESTRA CONJUNTA DE LOS ESTUDIOS 2.852 Y  
2.857)**

***Estudio 70910  
Diciembre 2010 - Enero 2011***

***INFORME METODOLÓGICO***

## Índice

<b>INTRODUCCIÓN</b> .....	<b>3</b>
<b>1. OBJETIVOS DEL ESTUDIO</b> .....	<b>3</b>
<b>2. POBLACIÓN OBJETIVO</b> .....	<b>4</b>
<b>3. LA ENCUESTA PRE-ELECTORAL (ESTUDIO CIS 2.852)</b> .....	<b>4</b>
3.1. DISEÑO MUESTRAL .....	4
3.2. EL CUESTIONARIO.....	6
3.3. EL TRABAJO DE CAMPO .....	6
3.4. LOS RESULTADOS DEL TRABAJO DE CAMPO .....	7
3.5. MUESTRA FINAL REALIZADA.....	7
3.6. PONDERACIONES .....	8
<b>4. LA ENCUESTA POST-ELECTORAL (ESTUDIO CIS 2.857)</b> .....	<b>9</b>
4.1. MUESTRA INICIAL.....	9
4.2. EL CUESTIONARIO.....	10
4.3. EL TRABAJO DE CAMPO .....	10
4.4. LOS RESULTADOS DEL TRABAJO DE CAMPO .....	12
4.5. ESTIMACIONES ESTUDIO POST-ELECTORAL (2.857) Y MUESTRA PANEL (2.852-2.857) .....	13

## ANEXOS

## Las elecciones autonómicas catalanas de 2010: el estudio panel del CIS

### *Introducción*

Las encuestas post-electorales son una fuente clave de información para el estudio del comportamiento electoral. El CIS viene realizando encuestas pre y post electorales en todas las convocatorias electorales desde la transición a la democracia. En este informe se presentan las principales características técnicas de los estudios que el CIS llevó a cabo con motivo de las elecciones autonómicas, celebradas en Cataluña el 28 de noviembre de 2010.

En esta ocasión el CIS realizó un estudio post-electoral mixto, con una parte de su muestra con diseño panel, cuya principal característica es que las personas encuestadas en la pre-electoral son posteriormente entrevistadas en la encuesta post-electoral, y otra parte a la que se entrevistaba por primera vez en la encuesta post-electoral. El diseño panel es especialmente ventajoso en el estudio del comportamiento electoral puesto que facilita el análisis de las variaciones en las actitudes y comportamientos entre dos momentos en el tiempo (las dos fases de realización de la encuesta), las cuales pueden considerarse, al menos en parte, el resultado de los efectos de la campaña electoral.

Tras exponer los objetivos del estudio electoral, el informe detalla las principales características técnicas del mismo.

### **1. Objetivos del estudio**

El principal objetivo del estudio panel es recabar información útil para analizar las claves del comportamiento de los electores en las elecciones autonómicas catalanas de noviembre de 2010. Más concretamente se pretende:

- 1) Obtener información sobre el seguimiento de la campaña electoral para poder analizar su influencia en los electores. Contribuir asimismo al conocimiento sobre el uso e impacto de las nuevas tecnologías en las campañas electorales (Internet, teléfonos móviles, etc.)
- 2) Analizar los procesos de decisión de los electores, especialmente de aquellos que cambian de opción de voto entre el primer estudio (pre-electoral) y el segundo (post-electoral).
- 3) Obtener información sobre el grado de movilización de los partidos (a partir de indicadores sobre su contacto con los electores).
- 4) Obtener datos para analizar los resultados electorales y el comportamiento electoral a la luz de los principales modelos existentes en la literatura especializada sobre el tema. Se presta especial atención en este caso al eje de competición nacionalista y al efecto de variables como la identidad nacional en el voto.
- 5) Analizar las diferencias entre las claves explicativas del comportamiento en elecciones autonómicas, respecto a las convocatorias de otro ámbito, como el

nacional, especialmente las que puedan referirse a un comportamiento dual de los electores en función del tipo de convocatoria, tanto en lo que se refiere a la decisión de participar como a la opción de voto.

## 2. Población objetivo

Al igual que en otros estudios electorales, la población objetivo de la encuesta panel son las personas residentes en Cataluña con derecho a voto en las elecciones autonómicas. La Oficina del Censo Electoral utiliza dos censos diferenciados para la elaboración de los listados finales de votación:

1. Censo de Españoles Residentes (CER): formado por los ciudadanos españoles mayores de 18 años.
2. Censo de Españoles Residentes Ausentes (CERA): formado por los ciudadanos españoles mayores de 18 años residentes en el extranjero.

Particularizando ambos censos para los ciudadanos empadronados en Cataluña se genera el censo electoral de las elecciones al Parlamento de Cataluña, que, como muestra la tabla 1, quedó constituido por un total de 5.363.088 electores, siendo los residentes en Cataluña su componente más numeroso (97,5%).

Tabla 1. Censo electoral al Parlamento de Cataluña 2010: número de electores

	Electores residentes en:			%
	Cataluña	Extranjero	Total	
Barcelona	3.900.952	102.363	4.003.315	97,4
Girona	486.679	9.710	496.389	98,0
Lleida	301.186	11.407	312.593	96,4
Tarragona	540.834	9.957	550.791	98,2
Total	5.229.651	133.437	5.363.088	97,5

Fuente: OCE, Censo de consulta, noviembre 2010.

## 3. La encuesta pre-electoral (estudio CIS 2.852)

### 3.1. Diseño muestral

El objetivo fundamental de la encuesta era la obtención de estimaciones para cada una de las circunscripciones y, como objetivo secundario, la preparación de una parte de la muestra como parte de la encuesta post-electoral.

Para cumplir estos objetivos, la muestra del estudio pre-electoral se segmentó en dos submuestras que permitiera identificar qué personas entrevistadas formarían parte de la encuesta post-electoral.

El tamaño de muestra total se fijó en 3.000 entrevistas, estableciéndose dos submuestras de 1.400 y 1.600.

Se adoptó el diseño muestral típico de los barómetros del CIS, cuyas características se detallan a continuación.

*a) Variables de estratificación:*

Provincia, tamaño de hábitat y área metropolitana.

*b) Afijación por provincia:*

La afijación del conjunto de la muestra es no proporcional al electorado residente en cada provincia, distinguiéndose:

b.1) Submuestra panel (1.600 entrevistas): afijación proporcional al número de electores CER por provincia.

b.2) Submuestra no-panel (1.400 electores): diferencia entre la afijación del conjunto de la muestra y la afijación de la submuestras panel.

*c) Afijación por tamaño de hábitat y área metropolitana:* proporcional a la población mayor de 18 años residente en Cataluña según el Padrón Municipal de habitantes<sup>1</sup>.

*d) Procedimiento de selección:*

La selección de las áreas de trabajo para los/as entrevistadores/as se realizó con la aplicación SAM, que considera una selección directa de secciones en función de la población residente en las mismas. La selección de las personas a entrevistar se realizó mediante el procedimiento de rutas aleatorias para la consecución de cuotas de sexo y edad, calculadas a partir de la distribución por sexo y edad de la población residente en Cataluña.

A partir de las consideraciones anteriores, la tabla 2 muestra la distribución final de la muestra y de cada submuestra, correspondiendo a cada una de ellas un error de 2,7 y 2,5%, respectivamente, en las hipótesis habituales de las encuestas de opinión<sup>2</sup>. Globalmente, el error de la muestra conjunta se situaría en el 1,8%.

---

<sup>1</sup> La población residente comprende los españoles y extranjeros residentes.

<sup>2</sup> Se considera en general la situación de  $p = q = 50\%$ , en la hipótesis de muestreo aleatorio simple y 95% de intervalo de confianza.

Tabla 2. Distribución de la muestra del estudio pre-electoral (2.852) y submuestras

<b>Submuestra</b>		<b>Entrevistas</b>	<b>Error (%)</b>
<b>No panel</b>	Barcelona	7	37,8
	Girona	451	4,7
	Lleida	508	4,4
	Tarragona	434	4,8
		1.400	2,7
<b>Panel</b>		<b>Entrevistas</b>	<b>Error (%)</b>
	Barcelona	1.193	2,9
	Girona	149	8,2
	Lleida	92	10,4
	Tarragona	166	7,8
	1.600	2,5	
<b>Total</b>		<b>Entrevistas</b>	<b>Error (%)</b>
	Barcelona	1.200	2,9
	Girona	600	4,1
	Lleida	600	4,1
	Tarragona	600	4,1
	3.000	1,8	

### 3.2. El cuestionario

El cuestionario del estudio pre-electoral contiene las preguntas básicas habituales en todo estudio cuyo principal objetivo es la estimación de los resultados electorales, tales como la intención de participar en las elecciones, la intención de voto a un partido o coalición concreta, así como otras específicas relativas al tipo de convocatoria electoral de que se trataba.

Al tratarse de un estudio con una parte de su muestra realizada con un diseño panel, también se incluyeron en este cuestionario preguntas referidas a aspectos susceptibles de modificarse como consecuencia de la campaña electoral.

### 3.3. El trabajo de campo

#### *Modo de administración*

Presencial, en los domicilios de las personas entrevistadas.

#### *Organización*

Desde la Unidad de Campo del Departamento de Investigación del CIS se envió a los coordinadores el material y documentación necesarios para la puesta en marcha del estudio en las distintas provincias. Antes del inicio del trabajo, cada coordinador/a celebró una reunión con los entrevistadores/as de su zona, en la que se analizaron las preguntas, así como las normas para la aplicación del cuestionario. En las normas se resaltaba la importancia de reflejar claramente la ubicación de los domicilios de las personas entrevistadas en la parte de la muestra con diseño panel, dado que en la segunda fase del estudio (encuesta post-electoral) sería necesario volver a estas viviendas.

### **Duración**

La recogida de datos del estudio pre-electoral se desarrolló entre el 15 de octubre y el 4 de noviembre de 2010.

### **Inspección y supervisión**

La Unidad de Campo realizó una supervisión del 100% de las entrevistas para comprobar el cumplimiento de las cuotas de sexo y edad, si la entrevista había sido realizada en los límites de la sección censal incluida en la muestra, así como la correcta cumplimentación del cuestionario (preguntas filtro, etc.). Se encontró algún tipo de incorrección en el 11% de los casos, la mayor parte de los cuales se deben a la sustitución de una cuota de edad, en los términos establecidos en las normas del estudio<sup>3</sup>, o deficiencias a la hora de registrar la hora de realización de la entrevista y otras notas destinadas a que los/as entrevistadores/as proporcionen información sobre el desarrollo de las entrevistas.

El 19% de las entrevistas fueron objeto de inspección telefónica, que dieron como resultado la anulación de cinco entrevistas. Posteriormente, durante la realización de la parte panel de la muestra post-electoral se detectaron algunos errores que supusieron la anulación de algunas entrevistas del estudio pre-electoral, lo que ya ha sido tenido en cuenta en el fichero disponible correspondiente a dicho estudio.

### **3.4. Los resultados del trabajo de campo**

Participaron 35 entrevistadores/as en la ejecución del trabajo de campo. La duración media de las entrevistas fue de 15 minutos, con una desviación típica de  $\pm 4$  minutos.

### **3.5. Muestra final realizada**

La tabla 3 facilita la información relativa a la muestra realizada del estudio pre-electoral (CIS 2.852), el número de las entrevistas no realizadas, así como el número de personas entrevistadas que declararon expresamente durante la entrevista del estudio pre-electoral su negativa a colaborar posteriormente en la encuesta post-electoral.

En relación con la recogida de datos la pérdida de muestra se redujo a 34 cuestionarios que representan el 1,1% de las entrevistas previstas. Por provincias, la más afectada fue Barcelona (-2,8%), seguida por Girona (-2,2%). Por tipo de submuestra, la más afectada fue la de diseño panel, que se redujo un 2,9%, con una pérdida de 46 cuestionarios, concentrados principalmente en Barcelona (33).

Por otro lado, el número de personas entrevistadas que declararon expresamente su negativa a participar en la segunda entrevista ascendió a 283, el 17,7% de la muestra diseñada, y se concentró en Barcelona (207 casos, que representan casi el 73% de los rechazos). Sin embargo, considerando las muestras asignadas a cada provincia, el rechazo más intenso correspondió a Girona (26,2%) seguida por Tarragona (20,5%) y Barcelona (17,4%).

---

<sup>3</sup> Las normas del estudio prevén que, en el caso de ser imposible conseguir una determinada cuota de edad, se pueda sustituir por una de las cuotas adyacentes, si bien no podrá realizarse más de un cambio por hoja de muestra/sección.

Para la muestra panel, el efecto conjunto de la falta de recogida y la negativa a colaborar conduce a una pérdida de muestra del 20,6% en relación con la muestra diseñada, siendo Girona (32,9%), Tarragona (20,5%) y Barcelona (20,1%) las provincias que registran los porcentajes más elevados.

Tabla 3. Pre-electoral: resultados obtenidos por provincia

	Submuestra Panel			Pérdida de muestra (%)		
	Diseñad a	Realizada	Rechaz o	Realizada	Rechazo	Total
Barcelona	1.193	1.160	207	-2,8	17,4	20,1
Girona	149	139	39	-6,7	26,2	32,9
Lleida	92	88	4	-3,3	3,3	6,5
Tarragona	166	166	34	0,0	20,5	20,5
Total	1.600	1.553	284	-2,9	17,7	20,6
	Submuestra No Panel			Pérdida de muestra (%)		
	Diseñad a	Realizada		Realizada		
Barcelona	7	7		0,0		
Girona	451	448		-0,7		
Lleida	508	507		-0,2		
Tarragona	434	434		0,0		
Total	1.400	1.396		-0,3		
	Total			Pérdida de muestra (%)		
	Diseñad a	Realizada		Realizada		
Barcelona	1.200	1.167		-2,8		
Girona	600	587		-2,2		
Lleida	600	595		-0,7		
Tarragona	600	600		0,0		
Total	3.000	2.949		-1,7		

### 3.6. Ponderaciones

Dada la desproporción considerada en el diseño con el fin de obtener resultados a nivel de provincia, la muestra debe ser ponderada para obtener resultados aplicables al conjunto de la Comunidad autónoma, tal como muestra la tabla 4.

Tabla 4. Pre-electoral: coeficientes de ponderación y errores de muestreo

	Diseñada	Realizada	Ponderación	Error (%)
Barcelona	1.200	1.167	1,886	2,93
Girona	600	587	0,467	4,13
Lleida	600	595	0,285	4,10
Tarragona	600	600	0,508	4,08
	3.000	2.949		1,84



## 4. La encuesta post-electoral (estudio CIS 2.857)

### 4.1. Muestra inicial

La encuesta postelectoral también considera dos submuestras, una de ellas se establece a partir de los resultados obtenidos en la encuesta pre-electoral y otra encuesta complementaria, proporcional a la población electoral, con las características que se muestran en la tabla 5.

Tabla 5. Distribución de la muestra complementaria<sup>4</sup>

	Entrevistas	Error (%)
Barcelona	1.268	2,8
Girona	158	8,0
Lleida	98	10,1
Tarragona	176	7,5
Total	1.700	2,4

Teniendo en cuenta los resultados del estudio pre-electoral, y las negativas expresadas por las personas que formaban parte de la muestra panel, el tamaño de la encuesta post-electoral (estudio 2.857) quedó fijado en 2.963 entrevistas, tal como muestra la tabla 5.

Tabla 6. Estudio post-electoral: distribución de la muestra diseñada por provincias y tipo de submuestra

	Panel	No panel	Total
Barcelona	955	1.268	2.223
Girona	91	158	249
Lleida	86	98	184
Tarragona	131	176	307
Total	1.263	1.700	2.963

Si bien en la submuestra panel se lleva a cabo una recogida nominal, intentando entrevistar a todas las personas ya entrevistadas en el pre-electoral (que no se negaron explícitamente a volver a colaborar), es preciso recordar que la selección final de los individuos a entrevistar en la encuesta pre-electoral, tal y como se describe en el punto 3.1 de este documento, se realizó mediante el procedimiento de rutas aleatorias y cuotas de sexo y edad calculadas a partir de la distribución por sexo y edad de la población residente en Cataluña. En el caso de la muestra complementaria la selección final de individuos sigue el mismo procedimiento descrito en el punto 3.1, utilizado habitualmente en las encuestas del CIS.

<sup>4</sup> Las tablas 5-7 reproducen la información disponible para elaborar la muestra del estudio post-electoral en el momento en el que se estaba diseñando, y, por tanto, no tienen en cuenta la reducción de la muestra panel procedente del estudio pre-electoral que se produjo como consecuencia de las anulaciones identificadas a partir del trabajo de campo del estudio post-electoral (véase el apartado 3.3 de este informe).

Al asumir la pérdida de muestra en el estudio pre-electoral, y teniendo en cuenta la negativa a volver a colaborar expresada por algunas personas, la muestra del estudio post-electoral puede alejarse de la situación de autoponderación que correspondería al asociar dos muestras cuya afijación de diseño es proporcional. Así, la situación de partida que muestra en la tabla 7 indica que las desviaciones más importantes respecto a una afijación proporcional se producen en Girona (-9,6%), que quedaría infrarrepresentada, y Lleida (+7,8%), que quedaría sobrerrepresentada.

Tabla 7. Post-electoral: distribución de la muestra y distribución proporcional

	Diseñada	Proporcional	Total	%	Ponderación teórica
Barcelona	2.223	2.210	13	0,59	0,994
Girona	249	276	-26	-9,44	1,106
Lleida	184	171	13	7,62	0,928
Tarragona	307	307	0	0,13	0,999
Total	2.963	2.963			

## 4.2. El cuestionario

Un estudio panel ofrece una oportunidad única para analizar diferentes aspectos del comportamiento electoral desde una perspectiva longitudinal. Dado que una parte de las personas entrevistadas en la encuesta postelectoral también lo fueron en la pre-electoral, la información recogida en los dos estudios puede utilizarse en un único análisis, ya que se refiere a las mismas unidades.

El cuestionario del post-electoral incluye preguntas necesarias para verificar hipótesis relacionadas con diferentes explicaciones alternativas o modelos analíticos del comportamiento electoral y el efecto de las campañas. En este caso concreto, la literatura existente que apunta a un comportamiento diferencial en las elecciones autonómicas en relación tanto con la abstención como con la opción de voto aconsejó la inclusión de preguntas que permitieran indagar sobre estos aspectos. La importancia del eje de competición nacionalista también fue tenida en cuenta en la elaboración del cuestionario.

En el estudio post-electoral se realizaron dos versiones del cuestionario (tipo A, para la muestra complementaria, y tipo B, para la muestra panel). Ambas versiones son idénticas en contenido excepto en la parte correspondiente al número de cuestionario, y la identificación de la sección, distrito, información de la que ya se disponía en el caso de las personas ya entrevistadas en el pre-electoral (muestra panel, cuestionario B). En el fichero de datos las variables/preguntas correspondientes al estudio post-electoral se identifican porque sus nombres comienzan por la letra W.

La identificación de las variables/preguntas y su posición (columnas asignadas) en el fichero conjunto realizado a partir de los estudios 2.852 y 2.857 está recogida en el documento 'Libro de códigos'.

## 4.3. El trabajo de campo

### *Modo de administración*

Presencial, en los domicilios de las personas entrevistadas.

### *Organización del trabajo de campo*

El trabajo de campo se realizó entre el 3 de diciembre de 2010 y el 31 de enero de 2011. En la parte de la muestra complementaria se procedió de la manera habitual en cualquier encuesta del CIS. En el caso de la muestra panel, los cuestionarios tenían una identificación de modo que los/as encuestadores/as supieran a qué dirección debían dirigirse (cuestionario tipo B).

De este modo, para la parte panel de la muestra se disponía de una selección de personas previamente entrevistadas en el estudio pre-electoral (que no habían declarado expresamente su negativa a participar en la encuesta post-electoral), de las que se conocía su sexo, edad y dirección, pero no así el nombre. En relación con las normas de aplicación de la encuesta, para favorecer la consecución de una alta tasa de respuesta, se estableció que los entrevistadores/as debían realizar un mínimo de cuatro intentos de contacto con la persona a entrevistar, que debían estar distribuidos al menos en dos días diferentes.

Los/as entrevistadores/as iban acompañados/as de una carta del Presidente del CIS presentando el estudio, que era entregada en mano, o se dejaba en el buzón, cuando no se conseguía establecer contacto con la persona seleccionada u otro miembro del hogar. En ella, además de agradecer la participación en el estudio pre-electoral, se solicitaba una nueva colaboración en la encuesta post-electoral. Se incluía asimismo un número de teléfono gratuito atendido por la Unidad de Campo del Departamento de Investigación del CIS, para realizar consultas, plantear situaciones particulares o concertar citas para realizar la entrevista. Por último, los/as entrevistadores/as disponían de una tarjeta informativa sobre el estudio para dejarla en los buzones en los casos en los que no se pudiera establecer el contacto con la persona que había participado en el estudio pre-electoral ni con ningún otro miembro del hogar. En esta tarjeta, además de describir brevemente los objetivos de la segunda visita, se incluía el número de teléfono gratuito y un espacio para que los/as entrevistadores/as pudieran añadir su propio teléfono.

Se entregó un pequeño obsequio para agradecer la colaboración en la encuesta, que en este caso era un bolígrafo serigrafiado con el logo del CIS.

Para realizar el seguimiento del trabajo de campo de la parte panel de la muestra, y analizar posteriormente sus resultados, se diseñó una hoja de contacto (Anexo II), en la que se recogía información relativa a las visitas realizadas a los hogares en los que se había realizado una entrevista en el estudio pre-electoral. Se solicitaba a los/as entrevistadores/as que detallaran la hora y fecha, resultado del contacto, causa de la negativa, si la hubiera, así como que contestaran unas preguntas sobre las características de la persona que rechazó la entrevista.

### ***Inspección y supervisión***

Los/as coordinadores/as territoriales de la red de campo realizaron varios envíos de las hojas de contacto disponibles -tanto positivas como negativas- y los cuestionarios realizados, lo que permitió llevar a cabo un control continuo del estado del trabajo de campo correspondiente a la parte panel de la muestra.

La Unidad de Campo supervisó el total de los cuestionarios recibidos tanto de la muestra panel como de la complementaria. Además de revisar la correcta cumplimentación del cuestionario, en el caso de la muestra complementaria la supervisión tenía como objetivo comprobar el cumplimiento de cuotas y de la correcta realización de las entrevistas previstas en cada sección. Del total de la muestra panel se detectaron incorrecciones en el 6% de los cuestionarios, la mayor parte de ellas debidas a no respetar correctamente las preguntas filtro y a que no se recogió la duración de la entrevista. En el caso de los cuestionarios

correspondientes a la parte complementaria de la muestra, se detectaron incorrecciones en el 11% de los casos, y, al igual que había sucedido en el estudio pre-electoral, la mayor parte de ellas correspondía al cambio en el tramo de edad (dentro de los límites tolerados).

Se realizó una inspección telefónica del 9% de los casos en la muestra complementaria, y en el 7% de la muestra panel (especialmente en aquellos casos en los que la información proporcionada en la hoja de contacto o en el cuestionario post-electoral no encajaba con los datos disponibles a partir del estudio pre-electoral).

#### 4.4. Los resultados del trabajo de campo

El tiempo medio empleado para realizar la entrevista fue de 27 minutos (con una desviación típica de  $\pm 7$  minutos).

En lo que se refiere a la muestra complementaria, el número medio de intentos que hubo que realizar para cada entrevista conseguida fue de 27. La incidencia más frecuente, como en otros estudios, fueron las viviendas donde no había nadie, seguidas de los contactos fallidos por no cumplir cuota la persona contactada. En cuanto a la parte de la muestra con diseño panel, se consiguió realizar el 68% de la muestra inicial. El análisis de los datos que figuran en las hojas de contacto permite comprobar que la mayor parte de la falta de respuesta en esta parte de la muestra se debe a la dificultad para encontrar nuevamente a las personas entrevistadas en el pre-electoral, lo que ocurrió en el 19% de los 1.263 casos, más que al rechazo a participar en una nueva entrevista (12% de la muestra “panel” con la que se contaba en el post-electoral).

La tabla 8 refleja los resultados del trabajo de campo del estudio post-electoral por provincias.

Tabla 8. Post-electoral: resultados obtenidos por provincia

	Muestra inicial/diseñada			Realizada			Tasa de respuesta (respecto a muestra panel inicial del post-electoral)	Tasa de respuesta (respecto a muestra panel del estudio pre-electoral)
	Total	Panel	No panel	Total	No Panel	Panel		
Barcelona	2.223	955	1.268	1.878	1.244	634	66,5	53,2
Girona	249	91	158	211	152	59	64,8	39,6
Lleida	184	86	98	170	98	72	83,7	78,3
Tarragona	307	131	176	264	176	88	67,2	53,0
Total	2.963	1.263	1.700	2.523	1.670	853	67,6	53,4

A efectos de comparación de los datos de la tabla 8, conviene recordar que la selección de las personas a entrevistar en el estudio pre-electoral (2.852) se realizó mediante el método de cuotas, pasando a ser una muestra nominal en el estudio post-electoral (2.857). Si se calcula el porcentaje de entrevistas conseguidas respecto al punto de partida, la submuestra panel diseñada para el estudio pre-electoral se obtiene una tasa de entrevistas conseguidas del 53,4%, que aumenta al 67,6% si tenemos en cuenta la sub-muestra panel de la que se partía en el estudio post-electoral, a la que se habían restado las entrevistas no conseguidas

en el pre-electoral y las personas que se habían negado expresamente a colaborar en la segunda fase del estudio.

Analizando los datos por provincia, destaca la baja respuesta de Girona, donde colaboró el 64,8% de la muestra inicial del post-electoral, que corresponde al 39,6% de la sub-muestra panel del estudio pre-electoral, mientras que en el caso de Lleida este porcentaje asciende al 78%.

#### 4.5. Estimaciones estudio post-electoral (2.857) y muestra panel (2.852-2.857)

A efectos de obtener resultados de las submuestras, así como del conjunto total pueden considerarse las siguientes alternativas:

##### A. Estimación del conjunto de la muestra del estudio post-electoral 2.857

Son las habituales en CIS y consideran la estructura de la muestra realizada con respecto de la población electoral (tabla 9).

Tabla 9. Post-electoral: ponderaciones sobre la muestra realizada<sup>5</sup>

<u>Provincia</u>	<u>Realizada</u>	<u>Ponderaciones</u>
Barcelona	1.878	1,002
Girona	211	1,113
Lleida	170	0,855
Tarragona	264	0,988
Total	2.523	

##### B. Estimación comparando las dos ocasiones del panel

La tabla 10 recoge los coeficientes de ponderación que deben aplicarse para analizar conjuntamente las muestras realizadas de las submuestras panel en las dos ocasiones (pre-electoral y post-electoral).

Tabla 10. Post-electoral: ponderaciones sobre las muestras realizadas

<u>Provincia</u>	<u>Realizada</u>		<u>Post-electoral</u>		<u>Errores (%)</u>	
	<u>Pre-electoral</u>	<u>Ponderación</u>	<u>Post-electoral</u>	<u>Ponderación</u>	<u>Pre-electoral</u>	<u>Post-electoral</u>
Barcelona	1.160	1,003	634	1,003	2,9	4,0
Girona	139	0,994	59	1,347	8,2	13,0
Lleida	88	1,016	72	0,683	10,6	11,8
Tarragona	166	0,978	88	1,004	7,8	10,7
Total	1.553		853		2,5	3,4

Dados los diferentes tamaños de muestra, los errores teóricos de muestreo son mayores en el caso del post-electoral, por lo que las estimaciones de cada ocasión no son directamente comparables.

##### C. Estimación en el post-electoral de las submuestras panel y no panel

<sup>5</sup> Son las que figuran la ficha técnica a efectos de difusión y que se incorporan en el fichero del estudio en Banco de Datos.

La tabla 11 refleja los coeficientes de ponderación a aplicar si se quieren utilizar por separado las dos submuestras del estudio post-electoral (2.857).

Tabla 11. Post-electoral: ponderaciones sobre las muestras realizadas

Provincia	Post-electoral				Errores (%)	
	Panel	Ponderación	No panel	Ponderación	Panel	No panel
Barcelona	634	1,003	1.244	1,002	4,0	2,8
Girona	59	1,347	152	1,022	13,0	8,1
Lleida	72	0,683	98	0,981	11,8	10,1
Tarragona	88	1,004	176	0,981	10,7	7,5
Total	853		1.670		3,4	2,4

Al igual que se comentaba en el apartado anterior, los diferentes tamaños de muestra que acompañan las submuestras hacen que los errores teóricos de muestreo sean mayores en el caso de la submuestras panel, por lo que las estimaciones de las submuestras no son directamente comparables.

**ANEXO I. Tabla resumen del contenido de los cuestionarios**

VALORACIÓN DE LA SITUACIÓN POLÍTICA Y ECONÓMICA	PRE E2.852	POST E2.857
Valoración de la situación política general de España		P4
Valoración de la situación económica general de España		P2
Valoración de la situación política general de Cataluña	P3	P3
Valoración retrospectiva de la situación política de Cataluña	P4	
Valoración de la situación económica general de Cataluña	P1	P1
Valoración retrospectiva de la situación económica de Cataluña	P2	

VALORACIÓN DEL GOBIERNO Y LA OPOSICIÓN/PARTIDOS	PRE E2.852	POST E2.857
Valoración de la actuación del gobierno de la Generalitat (políticas sectoriales)		P5
Valoración de la actuación de CiU respecto a las mismas políticas de haber estado en el gobierno		P6
Importancia atribuida a distintos temas (coincidentes con las políticas mencionadas anteriormente)	P5	P7
Valoración del gobierno de la Generalitat	P6	P8
Valoración de la gestión de José Montilla como President	P8	
Aprobación/desaprobación de la actuación de la política al frente de la Generalitat	P9	
Valoración de la actuación de los partidos de la oposición (Cataluña)	P7	
Valoración de las capacidades de diferentes partidos para gobernar/defender los intereses de Cataluña	P10	
Valoración de la política del gobierno central en relación con Cataluña		P9
Valoración de políticas concretas del gobierno central		P10
Valoración general del gobierno central		P11



ELECCIONES AUTONÓMICAS 2010	PRE E2.852	POST E2.857
<b>A. CAMPAÑA</b>		
Grado de interés en el seguimiento de la campaña		P12
Forma de seguimiento de la campaña electoral/participación en actividades de campaña (medios, propaganda electoral, asistencia a actos, conversaciones)		P18
Contacto de partidos con el entrevistado (correo, teléfono, etc.)		P25
Utilidad de la campaña (informarse, conocer candidatos, decidir el voto, etc.)		P14
Valoración de la campaña de cada uno de los partidos y coaliciones		P13
Tema más debatido en la campaña		P15
Partido cuya postura en el tema más debatido en la campaña es más cercana a la de la persona entrevistada		P15a
Seguimiento de debate electoral TV3		P19
Valoración actuación de candidatos/as en el debate electoral TV3		P19a
<b>B. CANDIDATOS/AS</b>	PRE E2.852	POST E2.857
Conocimiento y valoración de líderes	P21	P36
Preferencia por candidato/a como President de la Generalitat	P22	
<b>C. MEDIOS DE COMUNICACIÓN</b>	PRE E2.852	POST E2.857
Frecuencia de seguimiento de la campaña en periódicos de información general, televisión y radio		P16
Periódico preferido para informarse		P16a
Cadena de televisión preferida para informarse		P16b
Emisora de radio preferida para informarse		P16c
Uso de Internet para informarse sobre política o sobre las elecciones		P17
Frecuencia de uso de Internet		P17a
Tipo de páginas visitadas		P17b
<b>D. SEGUIMIENTO DE ENCUESTAS</b>	PRE E2.852	POST E2.857
Conocimiento de los resultados de alguna encuesta o sondeo preelectoral		P20
Grado de influencia percibida de las encuestas en el voto		P20a
Medida en que la persona entrevistada tuvo en cuenta las encuestas a la hora de decidir su voto/sentido de la influencia		P20b y P20c
<b>E. MOVILIZACIÓN ELECTORAL</b>	PRE E2.852	POST E2.857
Las elecciones como tema de conversación con la familia, amigos, vecinos y compañeros de trabajo		P22
Envío de correos electrónicos o SMS a algún conocido sobre temas relacionados con las elecciones		P23 y P23a
Recibo de correos electrónicos o SMS de algún conocido sobre temas relacionados con las elecciones		P24 y P24a
Intento de movilizar/convencer sobre orientación de voto (activo/pasivo)		P26 y P27

ELECCIONES AUTONÓMICAS 2010 (cont.)	PRE E2.852	POST E2.857
<b>F. ABSTENCIÓN/ OPCIÓN DE VOTO</b>	PRE E2.852	POST E2.857
Comportamiento electoral habitual por tipo de elección autonómicas/generales (participar vs. abstenerse)		P21
Intención de participar en las elecciones catalanas de noviembre 2010	P11 y P19	
Dudas en el voto (en el post: lo tenía decidido o tuvo dudas)	P11a	P28
Cuáles son las opciones de voto entre las que duda/dudó el entrevistado	P11b	P28a
Intención de voto 2010	P13	
Ejercicio del derecho a voto en las elecciones autonómicas 28 de noviembre 2010 (votó, no pudo hacerlo, etc.)		P29
Motivos por los que no va a votar/no votó	P12 y P12a	P30
Momento en el que decidió que no iba a votar		P30a
Razones que le impidieron votar		P31
Opción de voto en caso de haber participado en las elecciones		P30b y P31a
Momento en el que decidió a qué partido o coalición iba a votar		P32
Partido o coalición al que se ha votado en las elecciones autonómicas catalanas de 2010		P32a
Motivos de la orientación del voto en las elecciones autonómicas catalanas de 2010		P32b
Grado de acuerdo con frases sobre comportamiento electoral (con especial atención al voto dual)	P18	P35
Recuerdo de voto en las elecciones autonómicas catalanas 2006	P20 y P20a	P37 y P37a
Recuerdo de voto en las últimas elecciones generales (2008)	P26 y P26a	P56y P56a
<b>G. PREFERENCIA Y VALORACIÓN DE LOS RESULTADOS</b>	PRE E2.852	POST E2.857
Partido que cree que va a ganar las elecciones catalanas 2010	P16	
Partido que le gustaría que ganase las elecciones catalanas 2010	P15	
Opción de gobierno preferida	P17	P34
Arrepentimiento (opción de voto en el caso de haber sabido que los resultados iban a ser los que fueron)		P33

CULTURA POLÍTICA, ASOCIACIONISMO, ACTIVISMO POLÍTICO	PRE E2.852	POST E2.857
Participación política no electoral (manifestaciones, consumo político, huelgas, ocupación de edificios)		P53
Indicadores de eficacia política externa e interna		P55
Asociacionismo (participación en distinto tipo de asociaciones y organizaciones, incluyendo partidos y sindicatos)		P54
Afinidad con partidos políticos (simpatía)/cercanía a partidos en el caso del post-electoral	P14	P38

IDEOLOGÍA	PRE E2.852	POST E2.857
Autoubicación ideológica (escala 1-10)	P27	P51
Ubicación ideológica de partidos y coaliciones (escala 1-10)	P28	P52
Identificación ideológica (categorías)	P31 y P31a	P57 y P57a

IDENTIDAD NACIONAL/PREFERENCIAS ORGANIZACIÓN TERRITORIAL DEL ESTADO	PRE E2.852	POST E2.857
Lengua materna	P32	P44
Nivel de conocimiento del catalán		P45
Identificación CA/España	P24	P47
Preferencia organización territorial del Estado	P23	P48
Auto-ubicación en la escala nacionalismo	P29	P49
Nacionalismo (dicotómica)	P25	P46
Ubicación partidos en escala nacionalismo	P30	P50

VARIABLES SOCIODEMOGRÁFICAS Y DE CLASIFICACIÓN	PRE E2.852	POST E2.857
Edad	P35	P60
Sexo	P34	P59
Uso de Internet en los últimos 12 meses (pregunta dicotómica)		P58
Frecuencia de uso de Internet		P58a
Actividades para las que utiliza Internet		P58b
Persona que aporta más ingresos al hogar		P65
Situación laboral/Ocupación/Rama de actividad	P36	P66-P69
Nacionalidad		P72-P72b
Lugar de nacimiento (Comunidad Autónoma-País)	P33	P39 y P39a
Año de llegada a Cataluña (para las personas nacidas fuera de Cataluña)		P39b
Lugar de nacimiento madre y padre de persona entrevistada	P33	P40-P43
Estado civil		P62
Situación de convivencia		P61
Estudios	P37 y P37a	P63 y P63a
Religión		P64
Práctica religiosa (frecuencia de asistencia a oficios religiosos)		P64a
Nivel de ingresos		P70
Clase social subjetiva		P71

**ANEXO II. Hoja de contacto del Estudio 2.857**

HOJA DE CONTACTO ESTUDIO 2.857 (1-4)

Nº Id. Entrevistada/o \_\_\_\_\_ (5-8) Sexo: Hombre 1 Mujer 2 (9) Edad \_\_\_\_\_ (10)(11)  
 Provincia \_\_\_\_\_ (12-13) Municipio (código) \_\_\_\_\_ (14-16) Nº Entrevistador/a \_\_\_\_\_ (17-20)

	1º Visita	2º Visita	3º Visita	Última (*)
Fecha (día/mes)	____/____ (21)a(24)	____/____ (25) a (28)	____/____ (29) a (32)	____/____ (33) a (36)
Hora (00:00)	____/____ (37)a (40)	____/____ (41) a (44)	____/____ (45) a (48)	____/____ (49) a (52)
<b>RESULTADO DE LAS VISITAS</b>	(53)(54)	(55)(56)	(57)(58)	(59)(60)
1. Entrevista conseguida	01	01	01	01
2. Entrevista parcial/abandono	02	02	02	02
3. Concertada cita/ aplaza entrevista	03	03	03	03
4. Ya no reside en el domicilio señalado (no saben dónde localizarlo)	04	04	04	04
5. No vive ahí, pero proporcionan nueva dirección	05	05	05	05
6. No corresponden los datos de la persona, no se hizo la entrevista.	06	06	06	06
7. Ausente a la hora de la visita	07	07	07	07
8. Vivienda en la que no hay nadie en el momento de la visita	08	08	08	08
9. Ausente durante toda la duración del trabajo de campo (anotar incidencia <b>solo si alguien nos informa que no va a estar en la dirección entre el 3 de diciembre y el 15 de enero</b> ).	09	09	09	09
10. La dirección facilitada corresponde a una vivienda deshabitada.	10	10	10	10
11. La dirección no es un hogar (institución, en construcción, etc.)	11	11	11	11
12. No se encuentra la dirección, falta información.	12	12	12	12
13. No procede la entrevista (enfermedad, incapacidad).	13	13	13	13
14. Fallecido/a.	14	14	14	14
15. Dirección falsa/empadronado/a otro municipio.	15	15	15	15
16. Negativa de la persona seleccionada.	16	16	16	16
17. Negativa a recibir/atender al entrevistador/a ( <b>otra persona</b> ).	17	17	17	17
18. Otro resultado, ¿cuál?	18	18	18	18

→ Causa de la negativa. **Incluir explicación negativa encubierta**

\_\_\_\_\_ (61)(62)

¿Cómo describiría el barrio (zona), la vivienda y la persona seleccionada? Si no se ha podido contactar con la persona seleccionada poner No procede (7) solo al referirse a la persona **-pero rellenar el barrio y la vivienda/edificio-**.

	Clase alta	Clase Media-alta	Clase media	Clase media-baja	Clase baja	No procede	No sabe	No contesta	
Barrio	1	2	3	4	5	7	8	9	(63)
Vivienda	1	2	3	4	5	7	8	9	(64)
Persona entrevistada	1	2	3	4	5	7	8	9	(65)

Nº Visitas realizadas (TOTAL) \_\_\_\_\_ (66)(67) **TARJETA RECORDATORIO -** Visita en que se dejó   
 - Solo hubo una visita 97 (68)(69)  
 - No la usé 98