



DISEÑO DE ENCUESTAS Y ANÁLISIS ELECTORAL

Profesora coordinadora: Mónica Méndez (Centro de Investigaciones Sociológicas).

Profesores invitados: Jaime Balaguer (Centro de Investigaciones Sociológicas) y ponentes de institutos/empresas dedicadas a la realización de encuestas sociopolíticas.

Máster en análisis político y electoral, Universidad Carlos III

Septiembre 2022-Enero 2023

Descripción del curso

Los objetivos del curso son los siguientes:

1. Examinar los pasos esenciales para realizar una encuesta siguiendo pautas de rigor metodológico.
2. Conocer cómo se hacen en la práctica las encuestas, las especificidades que tienen las encuestas electorales, y cuáles son las alternativas y los debates que existen en torno a su diseño y ejecución.
3. Conocer el fundamento del análisis de las encuestas electorales y de los procesos de estimación del voto, popularmente conocido como “cocina de datos”.

El curso se desarrolla en dos grandes bloques temáticos. En el primero se trata de la metodología general que rige el proceso de realización de una encuesta, si bien desde el primer momento se prestará especial atención a las características específicas de las encuestas electorales. El segundo bloque introduce las herramientas para el análisis de una encuesta electoral y para realizar estimaciones de los resultados electorales tanto en votos como en escaños. Habrá varias sesiones en las que contaremos con ponentes invitados de diferentes empresas o instituciones dedicadas a la realización de encuestas.

Durante las clases se utilizarán como ejemplos las principales encuestas útiles para la medición y conocimiento de las actitudes y comportamiento político. Así, de manera transversal en las diferentes sesiones de este bloque se presentarán las encuestas y estudios realizados por el Centro de Investigaciones Sociológicas, Pew Research Center (Estados Unidos), NatCen (Reino Unido), así como, más específicamente, iniciativas o proyectos emblemáticos en el campo de las encuestas

electorales: American National Election Study (ANES), British Election Study, y, en el ámbito comparado, el Comparative Study of Electoral Systems (CSES), entre otros.

Esquema de las sesiones y calendario

I Encuestas electorales. Cuestiones relativas a sus características y diseño metodológico

1. Las encuestas como herramienta para el estudio de las actitudes y comportamientos políticos. Especificidades de las encuestas electorales. Pasos básicos en el diseño de una encuesta. Fuentes principales de error: el enfoque del error total (miércoles 14 de septiembre, Mónica Méndez)
2. Diseño general de la encuesta: definición de los objetivos, universo/población objeto de interés y ámbito geográfico. La elección del modo de administración. Ventajas y desventajas de cada modo de administración. Modos mixtos. (miércoles 21 de septiembre, Mónica Méndez)
3. Muestra Aspectos básicos del diseño muestral (miércoles 28 de septiembre, Jaime Balaguer).
4. Muestra. Aspectos básicos del diseño muestral II (miércoles 5 de octubre, Jaime Balaguer).
5. Sesión para ponentes de empresas/instituciones, ponente invitado/a (jueves 13 de octubre): Sara Pasadas, IESA-CSIC: “La experiencia del CSIC/IESA en encuestas telefónicas y por Internet”)/ presentación de proyectos.
6. Pautas para la redacción de preguntas y la elaboración de cuestionarios (Mónica Méndez, miércoles 19 de octubre)/presentación de proyectos.
7. Orden de las preguntas y efectos de secuencia. El cuestionario como un todo. Pretest y evaluación de cuestionarios (Mónica Méndez, jueves 26 de octubre)

2 de noviembre: exámenes/ 9 de noviembre (FESTIVO)

8. La planificación, ejecución y resultados del trabajo de campo (la muestra conseguida). Tasas de respuesta: identificación, sesgos potenciales y estrategias para minimizarlos previas/durante el trabajo de campo. (Mónica Méndez, jueves 10 de noviembre/miércoles 16 de noviembre, media sesión)

II Encuestas electorales: cuestiones relativas al análisis y proyección electoral

9. La proyección electoral I: naturaleza de la predicción electoral. La precisión de las encuestas electorales. Una introducción sobre los pasos e ingredientes de la estimación electoral (Jaime Balaguer, miércoles 16 de noviembre, media sesión)
10. Proyección electoral: pasos e “ingredientes” de la estimación electoral. El análisis de las muestras de entrevistas realizadas. Sesgos/representatividad de las muestras obtenidas y

estrategias de corrección/ponderación, con especial referencia al recuerdo de voto (Jaime Balaguer, miércoles 23 de noviembre).

11. La intención de voto. El problema de la participación. Indecisión, respuestas volátiles y no respuesta. Modelos de estimación del voto y escaños I (Jaime Balaguer, 30 de noviembre).

12. Sesión para ponentes de empresas/instituciones: ponente invitado (miércoles 14 de diciembre, *por confirmar*).

13. Proyección electoral: modelos de estimación del voto y de escaños II (Jaime Balaguer, miércoles 21 de diciembre).

14. Sesión para ponentes de empresas/instituciones: ponente invitado, (miércoles 11 de enero 2023, *por confirmar*).

Ejercicios y evaluación.

La evaluación se llevará a cabo mediante prácticas de curso. Estos ejercicios constituirán el 90% de la calificación final, mientras que el 10% restante se evaluará en función de la participación en las clases, tanto en los debates que se planteen como en actividades concretas propuestas por los profesores. En la nota de participación en clase se valorará el conocimiento de los contenidos de las lecturas recomendadas para cada sesión el curso.

En los ejercicios prácticos se combinará el trabajo individual con tareas que se deben realizar en grupo. De esta manera, se pretende reproducir y familiarizar a los estudiantes con la combinación de estas dos formas de trabajar habituales en las empresas e instituciones que se dedican al diseño y realización de encuestas.

Durante el desarrollo del curso se proporcionarán documentos con las características detalladas de cada una de las prácticas, en los que se especificará el modo y fecha concreta de entrega.

- Elaboración de un proyecto de encuesta y cuestionario para una encuesta electoral (trabajo en grupos pequeños de 4-5 personas), 30% calificación final.
- Evaluación de los rasgos metodológicos de encuestas publicadas (trabajo individual), 20% de la calificación final.
- Ejercicio sobre la representatividad de diferentes muestras/ejercicio de post-estratificación/ponderación de muestra (trabajo individual), 20% de la calificación final.
- Realización de una estimación electoral (trabajo en grupos pequeños 4-5 personas), 20% de la calificación final.

Los grupos conformados para las dos prácticas grupales no deben coincidir en su composición (según el número total, deben variar en 2-3 personas).

Lecturas generales recomendadas

Libros

Como lectura (inicial) general del curso, sobre todo quienes no estén familiarizados con el diseño de encuestas, se recomienda leer el (breve) libro introductorio de Font y Pasadas:

Font Fábregas, Joan y Pasadas del Amo, Sara. 2016. *Las encuestas de opinión*. Madrid: CSIC.

Los siguientes textos son manuales muy conocidos en el ámbito de la metodología de encuestas y serán utilizados en varias sesiones del curso:

Dilman, D., Smyth, J. y Christian Leah M. 2014. *Internet, Phone, Mail and Mixed-Mode Surveys*, New Jersey: Wiley.

Weisberg, Herbert F. 2005. *The Total Survey Error Approach: A Guide to the New Science of Survey Research*. Chicago: The University of Chicago Press.

Groves, Robert M., Floyd J Fowler, Jr., Mick P. Couper, James M. Lepkowski, Eleanor Singer, Roger Tourangeau. 2009. *Survey Methodology (2nd edition)*. Hoboken (NJ): Wiley.

Para quienes tengan dificultades con el inglés, a continuación se cita un manual completo en castellano que cubre la mayor parte de los temas de la primera parte del curso (fases de diseño de una encuesta):

Cea D'Ancona, M^a Ángeles. 2004. *Métodos de encuesta: teoría y práctica, errores y mejora*. Madrid: Síntesis.

En la página web del [Pew Research Center](http://www.pewresearchcenter.org) hay muchos artículos cortos sobre cuestiones metodológicas interesantes, así como vídeos sobre varias de las materias que cubriremos en el curso.

Material complementario. Trabajos/informes de evaluación de encuestas electorales:

Reino Unido

Informes sobre las elecciones generales de 2015 y el referéndum sobre la permanencia/salida de la UE:

<http://www.britishpollingcouncil.org/bpc-inquiry-report/>

<http://www.britishpollingcouncil.org/performance-of-the-polls-in-the-eu-referendum/>

<https://publications.parliament.uk/pa/ld201719/ldselect/ldppdm/106/106.pdf>

Sturgis, Patrick. Et al. 2016. Report of the Inquiry into the 2015 British general election opinion polls. British Polling Council, http://eprints.ncrm.ac.uk/3789/1/Report_final_revised.pdf; en versión reducida puede encontrarse en Sturgis, P. et al, 2017. "An assessment on the causes of the errors in the 2015 UK General Election opinion polls", Journal of the Royal Statistics Society Series A.

<https://rss.onlinelibrary.wiley.com/doi/full/10.1111/rssa.12329>

Informes de la American Association for Public Opinion Research (AAPOR) sobre las encuestas en las elecciones de 2016 y 2020

Clinton, Josh et al. 2021. Task Force on 2020 Pre-Election Polling: An Evaluation of the 2020 General Election Polls.

https://www.aapor.org/AAPOR_Main/media/MainSiteFiles/Task-Force-on-2020-Pre-Election-Polling_Executive-Summary.pdf

https://www.aapor.org/AAPOR_Main/media/MainSiteFiles/AAPOR-Task-Force-on-2020-Pre-Election-Polling_Report-FNL.pdf

Kennedy, Courtney et al. 2017. An Evaluation of the 2016 Election Polls in the US.

<https://www.aapor.org/Education-Resources/Reports/An-Evaluation-of-2016-Election-Polls-in-the-U-S.aspx>

<https://www.aapor.org/Publications-Media/Press-Releases/AAPOR-Releases-Report-An-Evaluation-of-2016-Electi.aspx> / <https://www.aapor.org/Education-Resources/Reports/An-Evaluation-of-2016-Election-Polls-in-the-U-S.aspx>

LECTURAS ESPECÍFICAS

PRIMERA PARTE: DISEÑO DE ENCUESTAS

Sesión 1 (14 septiembre). Las encuestas como herramienta para el estudio de las actitudes y comportamientos políticos. Especificidades de las encuestas electorales. Pasos básicos en el diseño de una encuesta. Fuentes principales de error: el enfoque del error total.

Lecturas principal/es:

Weisberg, H. 2016. "Total Survey Error", en Rae Atkeson, L. and Alvarez, R. (eds.), *The Oxford Handbook of Polling and Survey Methods*.

Material complementario: artículos breves (prensa/blogs):

Deane, Claudia, Courtney Kennedy, Scott Keeter. 2019. "[A field guide to polling election 2020](#)", . Accedido 09/22.

Deane, Claudia, Courtney Kennedy, Scott Keeter and Kyley McGeeney. 2016. "[Flashpoints in Polling](#)". Pew Research Center 01/08/2016. Accedido 09/22.

Schuman, Howard. 1997. "[Polls, Surveys and the English Language](#)", *The Public Perspective April/May*, pp.6-7.

Smith, Pratten. 2010. "[Social Survey Research: Two Types of Knowledge](#)". *SRA News* September 2010. Accedido 09/22.

Sesión 2 (21 de septiembre). Diseño general de la encuesta: definición de los objetivos, universo/población objeto de interés y ámbito geográfico. La elección del modo de administración. Ventajas y desventajas de cada modo de administración. Modos mixtos.

Lectura principal:

Groves et al. 2009. Cap. 5 "Methods of data collection".

Material complementario:

Couper, M. 2013. Is the sky falling? New technology, changing media, and the future of surveys. *Survey Research Methods*, 7, pp. 145-156.

Díaz de Rada, V.; Domínguez, Juan Antonio y Pasadas del Amo, S. 2019. Internet como modo de administración de encuestas. Madrid: Centro de Investigaciones Sociológicas.

Díaz de Rada, V. 2010. *Comparación entre los resultados de encuestas telefónicas y personales: el caso de un estudio electoral*. Madrid: Centro de Investigaciones Sociológicas (descarga gratuita).

De Leeuw, E.D. 2005. To mix or not to mix data collection modes in surveys. *Journal of Official Statistics*, 21, 233-255.

Tourangeau, R., Frederick G. C. y Couper, M. 2013. *The science of web surveys*, Oxford: Oxford University Press.

Sesiones 3 y 4 (miércoles 28 de septiembre y 5 de octubre). De la población a los datos: aspectos básicos del diseño muestral.

Lectura principal:

Díaz de Rada, V. 2015. "Selección de los entrevistados", en Díaz de Rada, V, *Manual de trabajo de campo en la encuesta presencial y telefónica*, Madrid: Centro de Investigaciones Sociológicas, pp. 47-105.

Rodríguez Osuna, J. 1991. *Métodos de muestreo*, Madrid: Centro de Investigaciones Sociológicas.

Material complementario:

Díaz de Rada, V. y Martínez Martín, V. 2014. Random Route and Quota Sampling: Do They Offer Any Advantage over Probably Sampling Methods? *Open Journal of Statistics*, 4, 391-401. <http://dx.doi.org/10.4236/ojs.2014.45038>.

Díaz de Rada, V. 2008. *Estudio de las incidencias en la investigación con encuesta: el caso de los barómetros del CIS*. Madrid: Centro de Investigaciones Sociológicas.

Dilman et al (2014), Cap. 3. "Covering the population and selecting who to survey", (referencia completa del libro en el listado de bibliografía general recomendada).

Lamas, Carlos. 2016. "Guía para interpretar los márgenes de error en las encuestas electorales", *Investigación y Marketing*, 132, pp. 18-25.

Mercer, Andrew. 2016. "[Understanding the margin of error in election polls](#)", Pew Research Methods.

Osuna, Jacinto. 2001. *Métodos de muestreo*, Madrid: CIS. (descarga gratuita [aquí](#)).

Piazza, T. 2010. "Fundamentals of sampling", in Marsden, Peter V, and James D Wright. Sociológicas, *Handbook of Survey Research. Second Edition*. Bingley, UK: Emerald Group Publishing

Smith, Pratten. N.d. "[Is random probability sampling really much better than quota sampling?](#)". Accedido 09/22.

Sesión 5 (jueves 13 de octubre, ponente invitado).

Sesiones 6 y 7 (miércoles 19 y 26 de octubre). Pautas para la redacción de preguntas y la elaboración de cuestionarios/El orden de las preguntas y efectos de secuencia. El cuestionario como un todo. Pretest y evaluación de cuestionarios.

Lectura principal:

Krosnick, Jon y Stanley Presser (2010): "Questions and Questionnaire design", Marsden, Peter V, and James D Wright. 2010. *Handbook of Survey Research. Second Edition*. Bingley, UK: Emerald Group Publishing.

Material complementario:

Converse, Jean M.; Presser, Stanley. 1986. *Survey Questions: Handcrafting the Standardized Questionnaire*. Sage University Papers Series. Quantitative Applications in the Social Sciences; No. 07-063.

Dilman et al (2014), Cap. 11. "Mixed-mode questionnaires and survey implementation", (referencia completa del libro en el listado de bibliografía general recomendada).

Padilla, José Luis, A.S. García y Juana Gómez. 2007. "Evaluación de cuestionarios mediante procedimientos cognitivos", *Avances en medición*, nº5, pp. 115-126.

Schuman, Howard, Stanley Presser. 2017. Preguntas y respuestas en encuestas de actitudes: experimentos con formatos de preguntas, redacción y contexto, Madrid: Centro de Investigaciones Sociológicas.

Tourangeau, R., Rips, L.J. y Rasinski, K. 2000. *The Psychology of Survey Response*, Cambridge: Cambridge University Press.

Sesión 8 (jueves 10 de noviembre). La planificación, ejecución y resultados del trabajo de campo (la muestra conseguida). Tasas de respuesta: identificación, sesgos potenciales y estrategias para minimizarlos previas/durante el trabajo de campo.

Lecturas principales:

Groves et al (2009), Cap. 6 "Non response in sample surveys" (referencia completa del libro en el listado de bibliografía general recomendada).

Dilman et al (2014), Cap. 2. "Reducing People's Reluctance to Respond to Surveys" (referencia completa del libro en el listado de bibliografía general recomendada).

Material complementario:

AAPOR. 2016. [Standard Definitions Final Dispositions of Case Codes and Outcome Rates for Surveys Revised](#).

Díaz de Rada. V. 2015. *Manual de trabajo de campo en la encuesta presencial y telefónica*, Madrid: Centro de Investigaciones Sociológicas.

Groves, Robert M. 2006. "Nonresponse Rates and Nonresponse Bias in Household Surveys" *Public Opinion Quarterly*, Vol. 70, No. 5, Special Issue 2006, pp. 646–675.

Langer, Gary. 2003. "[About Response Rates: Some Unresolved Questions](#)", American Association for Public Opinion Research, Accedido 09/22.

Pew Research. 2019. "[Response rates in telephone surveys have resumed their decline](#)", Accedido 09/22.

Bloomberg Government. Abril 2020. "[Political pollsters find people stuck at home are happy to talk](#)" (Accedido 09/2021)

SEGUNDA PARTE: ANÁLISIS DE ENCUESTAS (ELECTORALES) Y PROYECCIÓN ELECTORAL

Sesión 9 (miércoles 16 de noviembre) Sesgos/representatividad de las muestras obtenidas y estrategias de corrección/ponderación, con especial referencia al recuerdo de voto

Lecturas principales (pendientes de confirmación):

Buckley, J. y King-Hele, S. (2014): [What is weighting?](#) UK Data Service, University of Essex/University of Manchester.

Méndez, M. y Balaguer, J. 2019. "¿Qué votaste en las últimas elecciones? A vueltas con el recuerdo de voto y las dificultades de su medición", en Camas, F. y Ferrándiz, J.P. *La cocina electoral en España: la estimación de voto en tiempos de incertidumbre*, Madrid: Catarata, pp.129-143.

Material complementario:

AAPOR. 2016. [Standard Definitions Final Dispositions of Case Codes and Outcome Rates for Surveys](#).

Blumentahl, M y Edwards-Levy, A.. 2013. "[When is it OK to weight polls by past vote?](#)" HuffPollster 13-09-2013. Accedido 09/22.

Dassonneville, R y Hooghe, M. 2014. "[The use of voter recall in election studies is unreliable, but shouldn't be abandoned altogether](#)". *Democratic Audit* 14/10/2014. Accedido 09/22.

Durand, C., Deslauriers, M . & Valois I. 2015. [Should Recall of Previous Votes Be Used to Adjust Estimates of Voting Intention?](#) *Survey Insights: Methods from the Field, Weighting: Practical Issues and 'How to' Approach*. Accedido 09/22.

Gellman, A. and Rotschild, D. 2014. "[Modern Polling Needs Innovation, Not Traditionalism](#)" *The Monkey Cage* 4/8/2014 . Accedido 09/22.

Hilde T. Himmelweit, Marianne Jaeger Biberian and Janet Stockdale. 1978. "Memory for past Vote: Implications of a Study of Bias in Recall". *British Journal of Political Science* Vol. 8, No. 3, pp. 365-375.

Kaminska, O. 2020. [Guide to Using Weights and Sample Design Indicators with ESS Data](#), Essex: Institute for Social and Economic Research (University of Essex). Accedido 09/2022.

Silver, Nate. "[The Polls are All-Right](#)". Accedido 09/22.

Silver, Brian D., Anderson, B. y Abramson, P. 1986. "Who Overreports Voting?" *American Political Science Review*, Vol. 80, No. 2 (Jun., 1986), pp. 613-624.

UKPollingReport n.d. "[Weighting](#)". Accedido 09/22.

van Elsas, E. Rozemarijn Lubbe; Tom van der Meer; Wouter van der Brug. 2013. "Vote Recall: A Panel Study on the Mechanisms That Explain Vote Recall Inconsistency". *International Journal of Public Opinion Research*. doi: 10.1093/ijpor/edt031.

Sesión 10 (23 de noviembre). Naturaleza de la predicción electoral. La precisión de las encuestas electorales. Proyección electoral: pasos e "ingredientes" de la estimación electoral.

Lecturas principales (pendientes de confirmación):

Jennings, Will and Christopher Wlezien. 2018. "Election polling errors across time and space", *Nature Human Behaviour*, pp. 276-283. (hay una versión previa accesible online en: <https://eprints.soton.ac.uk/413658/1/JenningsWlezienPollingErrors.pdf>)

Ferrándiz, José Pablo. 2019. "Los principales ingredientes de la cocina electoral", en José Pablo Ferrándiz y Francisco Camas (eds.), *La cocina electoral en España: la estimación de voto en tiempos de incertidumbre*, Madrid: Los Libros de la Catarata, pp. 70-92.

Mateos, Araceli y Alberto Penadés. 2013. "Las encuestas electorales en la prensa escrita (2008-2011). Errores, sesgos y transparencia", *Metodología de Encuestas*, vol. 15, pp. 99-119.

Material complementario:

Silver, Nate. "[The Polls are All-Right](#)". Accedido 09/22.

Sesiones 11 y 13 (30 de noviembre y 21 de diciembre). Proyección electoral

Sesión 12, 14 de diciembre, ponente invitado.

Lecturas principales (pendientes de confirmación):

Ferrándiz, José Pablo y Lobera, Josep. 2019. "Estimación electoral en tiempos de multipartidismo. Comparación de indicadores en cuatro elecciones generales (2015-2019)", *Panorama Social*, 30 (2019)

Penadés, A. 2019. “El pronóstico de escaños”, en José Pablo Ferrándiz y Francisco Camas (eds.), *La cocina electoral en España: la estimación de voto en tiempos de incertidumbre*, Madrid: Los Libros de la Catarata, pp. 195-212.

Bibliografía complementaria sesiones 11, 12 y 14 (pendiente de confirmación).

Dimock, Michael, Scott Keeter, Mark Schulman and Carolyn Miller. 2001. “Screening for Likely Voters in Pre-election Surveys.” Presented at the Annual Meeting of the American Association for Public Opinion Research, Montreal, May 17-20.

Dassonneville, Ruth. 2016. “Volatile voters, short-term choices? An analysis of the vote choice determinants of stable and volatile voters in Great Britain” *Journal Of Elections, Public Opinion And Parties* Vol. 26, Issue 3.

Eichhorn, Jan. 2014, [The Undecideds: Don't Care or Deeply Conflicted?](#) *Scottish Centre for Social Research*. Accedido 09/21.

Robert S. Erikson, Costas Panagopoulos, Christopher Wlezien. 2004. “Likely (and Unlikely) Voters and the Assessment of Campaign Dynamics” *Public Opinion Quarterly*, Vol. 68, No. 4, pp. 588-601

Gelman, Andrew. 2012 “[How I think about undecided voters](#)”. *The Monkey Cage* 2/11/2012. Accedido 09/21.

Gelman, Andre y, Sharad Goel, Douglas Rivers and David Rothschild. 2016. “The Mythical Swing Voter” *Quarterly Journal of Political Science*, 11: 103–130

Orriols, Lluís y Martínez, Álvaro. 2014. “The role of the political context in voting indecision”. *Electoral Studies*, 35. pp. 12-23.

Pew Research Center, January, 2016, “[Can Likely Voter Models Be Improved? Evidence from the 2014 U.S. House elections](#)”. Accedido 09/2021.

Pew Research Center, November, 2012. “[Nonvoters: Who They Are, What They Think](#)”. Accedido 09/2021.

TABLA RESUMEN DE LAS SESIONES

SESIÓN	DESCRIPCIÓN DEL CONTENIDO DE LA SESIÓN	GRUPO (marcar X)		Indicar espacio distinto de aula (aula informática, etc)	TRABAJO SEMANAL DEL ALUMNO		
		GRANDE	PEQUEÑO		DESCRIPCIÓN	HORAS PRESENCIALES	HORAS TRABAJO
1	Las encuestas como herramienta para el estudio de las actitudes y comportamientos políticos. Pasos básicos de una encuesta. Fuentes principales de error: el enfoque del error total.	X		Aula	Introducción+ magistral y discusión de lecturas	3	11
2	Definición de los objetivos y universo/población objeto de interés. La elección del modo de administración. Ventajas y desventajas de cada modo de administración. Modos mixtos.	X		Aula	Magistral + discusión lecturas/ejercicios prácticos	3	11
3	Muestra Aspectos básicos del diseño muestral I	X		Aula	Magistral + discusión lecturas/ejercicios prácticos	3	11
4	Muestra Aspectos básicos del diseño muestral II	X		Aula	Magistral + discusión ejercicios prácticos+ presentación proyectos	3	11
5	Sesión empresas 1. Introducción a las encuestas telefónicas/Internet	X		Aula	Magistral + presentación proyectos	3	7
6	Pautas para la redacción de preguntas y la elaboración de cuestionarios	X		Aula	Magistral + discusión ejercicios prácticos+ presentación proyectos	3	11
7	Orden de las preguntas y efectos de secuencia. El cuestionario como un todo. Métodos de evaluación/pretest cuestionarios	X		Aula	Magistral + discusión ejercicios prácticos+ presentación proyectos	3	11
8	La planificación, ejecución y resultados del trabajo de campo. Tasas de respuesta	X		Aula	Magistral + discusión ejercicios prácticos	3	11
9	Sesgos/representatividad de las muestras obtenidas y estrategias de corrección/ponderación.	X		Aula	Magistral	3	11
10	Pasos e "ingredientes" de la estimación electoral. La intención de voto y otros indicadores útiles. Detección de perfiles: participación y los votantes probables/ votos indecisos	X		Aula	Magistral + discusión lecturas/ejercicios prácticos	3	11
11	Modelos de estimación del voto y de escaños I	X		Aula	Magistral + discusión lecturas/ejercicios prácticos	3	11
12	Sesión empresas 2: encuestas mixtas móviles fijas y encuestas panel telefónicas	X		Aula	Magistral	3	7
13	Modelos de estimación del voto y de escaños II	X		Aula	Magistral + discusión ejercicios	3	11
14	Sesión empresas 3: encuestas por Internet	X		Aula	Magistral	3	7

