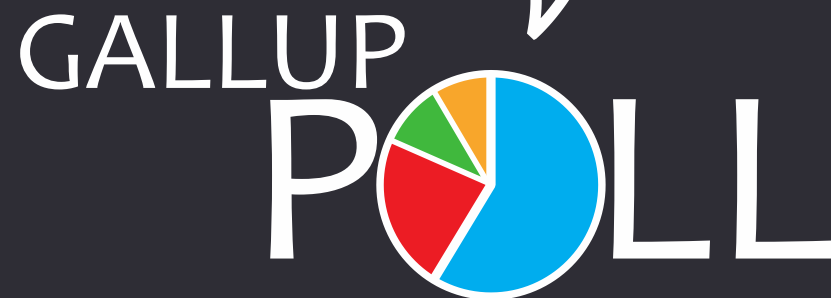


# Ficha técnica



**EMPRESA QUE REALIZÓ LA ENCUESTA:** GALLUP COLOMBIA LTDA.

**PERSONA NATURAL O JURÍDICA QUE LA ENCOMENDÓ:** GALLUP COLOMBIA LTDA. para su venta por suscripción.

**FUENTE DE FINANCIACIÓN:** Recursos propios GALLUP COLOMBIA LTDA.

**OBJETIVOS:** Medir la favorabilidad y aprobación del Presidente, personajes e instituciones en Colombia. Sondear la opinión pública sobre hechos de actualidad. Evaluar la opinión que tiene la gente en general de Colombia y del Presidente Juan Manuel Santos. Medir el concepto de la gente frente a problemáticas Colombianas actuales. Observar el nivel de aceptación de la gente respecto a leyes, propuestas o afirmaciones del momento. Realizar un sondeo general en las ciudades principales del país sobre la labor del alcalde respectivo y la forma como la gente está percibiendo su ciudad.

**UNIVERSO:** Hombres y mujeres de 18 o más años, de todos los estratos socio-económicos, residentes en: Bogotá (5.794.015), Medellín (1.936.110), Cali 1.738.297), Barranquilla (867.145) y Bucaramanga (391.335), para un total de 10.726.902 personas, según proyecciones DANE.

**MARCO MUESTRAL:** Para la realización de este estudio se implementó una metodología llamada marcos duales, es decir, se hace uso de dos marcos muestrales (Línea fija y Generación de números celular), para seleccionar a las personas. El cubrimiento telefónico en las 5 grandes ciudades, según censo del DANE, es del 85%. Los hogares con línea telefónica son: Bogotá 1.797.895, Medellín 636.955, Cali 487.214, Barranquilla 177.394 y Bucaramanga 202.042 Total 3.301.500. Para el marco de línea celular se cuenta con un marco de número aleatorios generados por INVAMER S.A.S.

**TAMAÑO Y DISTRIBUCIÓN DE LA MUESTRA:** 1.200 encuestas (800 telefonía fija y 400 telefonía celular) distribuidas de la siguiente manera: Bogotá 400 encuestas (240 telefonía fija y 160 telefonía celular), Medellín 200 encuestas (140 telefonía fija y 60 telefonía celular), Cali 200 encuestas (140 telefonía fija y 60 telefonía celular), Barranquilla 200 encuestas (140 telefonía fija y 60 telefonía celular) y Bucaramanga 200 encuestas (140 telefonía fija y 60 telefonía celular); además de la distribución por estratos de manera proporcional a la población. Para ajustar la muestra total al tamaño real del universo de cada ciudad, se aplican factores de ponderación. Esta muestra está de acuerdo al contenido en la propuesta.

**SISTEMA DE MUESTREO:** Se llevó a cabo un muestreo probabilístico por etapas dependiendo el tipo de marco muestral. Para el marco de telefonía fija, primero se realiza una selección aleatoria sistemática de hogares con telefonía fija y posteriormente se realiza una selección aleatoria simple de una persona de 18 o más años. Para el marco de telefonía celular se lleva a cabo una selección aleatoria de personas mayores de 18 años.

**MARGEN DE ERROR:** Los márgenes de error dentro de unos límites de confianza de un 95%, son: Para el total de la muestra de las 5 ciudades +/- 3%; para el total de la muestra de Bogotá +/- 5%; para los totales de las muestras de Medellín, Cali, Barranquilla ó Bucaramanga +/- 7%.

**TECNICA DE RECOLECCIÓN DE DATOS:** Entrevistas telefónicas asistidas por computador (CATI).



**FECHA DE RECOLECCIÓN DE LOS DATOS:** Del 21 de junio al 02 de julio de 2016.

**NÚMERO DE ENCUESTADORES:** Se emplearon 56 encuestadores.

**MÉTODO DE VALIDACIÓN:** Se revisó el 100% de las encuestas realizadas y se supervisó el 15% de las mismas.

**TEMAS A LOS QUE SE REFIERE:** Opinión pública sobre gobernantes, personajes, instituciones y hechos de actualidad.

**TASA DE RESPUESTA:** La tasa de respuesta para las encuestas telefónicas es del 14,2%. Esta tasa refleja el número de unidades de muestra que completaron el cuestionario, como porcentaje del número de unidades de muestra elegibles.

**PERSONAJES O INSTITUCIONES POR LAS CUALES SE INDAGÓ:** Referirse a cuestionario

**PREGUNTAS CONCRETAS QUE SE FORMULARON:** Referirse a cuestionario.

#### **FACTOR DE PONDERACIÓN:**

Es la cifra que actuando como un multiplicador permite llevar los datos muestrales a la población, es decir expandir la muestra.

Para combinar las muestras de telefonía fija y celular, se debe incluir en el cuestionario preguntas que le permitan clasificar a los encuestados, a fin de determinar si el encuestado podría haber sido seleccionado en el otro marco y así obtener la probabilidad de inclusión  $p_i$  de cada persona.

Esta probabilidad se calcula de la siguiente manera:

- Para usuarios de telefonía fija:  $p_{fijo} = \# \text{ fijos en el hogar} * \left( \frac{\text{Cantidad \# en la muestra fija}}{\text{Cantidad \# en el marco}} \right) * \left( \frac{1}{\# \text{ de miembros del hogar}} \right)$
- Para usuarios de telefonía celular:  $p_{celular} = \# \text{ celulares de la persona} * \left( \frac{\text{Cantidad \# en la muestra}}{\text{Cantidad de personas}} \right)$
- Para usuarios Duales:  $p_i = p_{fijo} + p_{celular}$

El factor de expansión básico es el inverso de la probabilidad de inclusión de la persona. Posterior a esto se realiza una calibración de este factor de acuerdo a las proyecciones poblacionales de DANE 2015.

***El estudio se realizó en cumplimiento a la norma ISO 20252 versión 2012 Investigación de mercados social y de Opinión.***

