

Propuesta de Servicios de Consultoría y Estudios de Opinión Pública

Métrica Nacional

Fecha: 16 de enero de 2026

Para: Cliente Potencial

De: Métrica Nacional

Asunto: Propuesta de Servicios Profesionales en Consultoría Política y Encuestas de Opinión en Períodos No Electorales

1. Introducción y Contexto

En un panorama político regional dinámico, donde los electorados muestran una clara tendencia a evaluar el desempeño gubernamental más allá de los ciclos electorales, la toma de decisiones informada se convierte en el pilar de la gobernanza efectiva y la planeación estratégica. Métrica Nacional se especializa en proporcionar inteligencia política y social de alta precisión durante los períodos **entre elecciones**, ofreciendo a gobiernos, partidos políticos, instituciones y organizaciones de la sociedad civil una comprensión profunda y basada en evidencia de la opinión pública.

Nuestros servicios están diseñados para operar con el más alto rigor metodológico y dentro del estricto marco legal que regula la investigación de opinión pública en América Latina, particularmente en contextos donde las regulaciones pueden ser complejas y de reciente implementación. Esta propuesta detalla nuestra oferta de servicios, nuestra metodología profesional y nuestro compromiso con la transparencia y la calidad.

2. Descripción de Servicios Propuestos

2.1. Servicios de Consultoría Política Estratégica

Diseñados para la planificación a mediano y largo plazo, alejados de la coyuntura electoral inmediata.

Análisis de Clima Social y Gobernabilidad: Evaluación continua de las percepciones ciudadanas sobre la administración pública, identificación de temas críticos (seguridad, economía, servicios públicos) y medición de la confianza en instituciones. Esto permite anticipar crisis sociales y focalizar la comunicación gubernamental.

Estudios de Percepción de Políticas Públicas: Análisis específico sobre la aceptación, conocimiento y evaluación de programas sociales, iniciativas económicas o reformas legislativas por parte de la población objetivo.

Monitoreo de Medios y Análisis de Discursos: Seguimiento sistemático de la cobertura mediática y del debate público en redes sociales y medios tradicionales para comprender los marcos narrativos dominantes.

Asesoría en Comunicación Gubernamental y Asuntos Públicos: Desarrollo de estrategias de comunicación basadas en datos para mejorar la relación entre instituciones y ciudadanía, y gestión proactiva de temas de interés público.

2.2. Servicios de Estudios de Opinión Pública y Encuestas

Conducción de investigaciones cuantitativas y cualitativas que cumplen con los estándares internacionales.

Encuestas de Evaluación de Gestión y Popularidad: Mediciones periódicas que funcionan como "termómetro social", lejos de los períodos de veda electoral, para evaluar la imagen y desempeño de autoridades y gobiernos.

Sondeos de Opinión sobre Temas Específicos: Investigaciones focalizadas en asuntos de agenda nacional o local, como reformas constitucionales, tratados internacionales, o temas ambientales.

Estudios Cualitativos (Grupos Focales y Entrevistas en Profundidad): Investigación para explorar con detalle los razonamientos, emociones y lenguaje detrás de las opiniones públicas, proporcionando contexto a los datos cuantitativos.

Encuestas Sectoriales y Corporativas (Public Affairs): Para organizaciones privadas o gremios que necesitan comprender el entorno político y social en el que operan.

3. Metodología Profesional y Garantías de Calidad

Nuestra metodología se basa en los principios científicos del Pew Research Center y otras instituciones líderes a nivel global, adaptados al contexto latinoamericano.

3.1. Diseño de la Investigación y Muestreo

Población Objetivo y Marco Muestral: Definición precisa de la población a estudiar (ej: adultos con derecho a voto, mujeres entre 18-35 años, habitantes de zonas urbanas) y utilización de marcos muestrales robustos y actualizados.

Diseño Muestral Probabilístico: Aplicación de técnicas de **muestreo aleatorio** para garantizar que cada persona en la población objetivo tenga una probabilidad conocida y no nula de ser seleccionada. Este es el fundamento para que los resultados de una muestra de, por ejemplo, 1,000 entrevistas, puedan generalizarse a una población de millones con un margen de error calculable .

Tamaño Muestral y Ponderación: Determinación del tamaño de la muestra en función del nivel de confianza y margen de error deseado. Aplicación de ponderaciones estadísticas para corregir desviaciones demográficas entre la muestra final y los datos poblacionales censales, asegurando representatividad en género, edad, zona geográfica y nivel socioeconómico .

3.2. Diseño del Cuestionario y Trabajo de Campo

Elaboración de Instrumentos: Diseño de cuestionarios con preguntas neutrales, no inductivas, y secuencias lógicas. Incluimos preguntas de control para medir consistencia y conocimiento del entrevistado.

Modo de Aplicación Multimodal: Utilización combinada de metodologías según el proyecto:

Encuestas Telefónicas (CATI): Para sondeos rápidos y de cobertura nacional.

Encuestas en Dispositivos Móviles/Web (CAWI): Para segmentos poblacionales de acceso digital, garantizando anonimato y reduciendo el **sesgo de deseabilidad social** (tendencia a dar respuestas socialmente aceptadas) .

Entrevistas Personales (CAPI): Para muestras complejas, zonas de difícil acceso o estudios que requieren materiales visuales.

Control y Supervisión: Supervisión en tiempo real de al menos el 20% de las entrevistas, con validación posterior mediante callbacks para verificar la autenticidad de al menos el 10% de los casos completados.

3.3. Análisis Estadístico y Procesamiento de Datos

Procesamiento y Limpieza: Depuración de bases de datos, identificación y manejo de valores atípicos (outliers) y respuestas inconsistentes.

Análisis Estadístico Avanzado:

Estadística Descriptiva: Cálculo de medias, proporciones y distribuciones para describir los datos.

Estadística Inferencial: Aplicación de **pruebas de hipótesis** (ej: pruebas t, chi-cuadrado) para determinar si las diferencias observadas entre subgrupos (por ejemplo, entre regiones o grupos de edad) son estadísticamente significativas y no producto del azar.

Análisis Multivariado: Uso de técnicas como **análisis de regresión** para modelar la relación entre variables y predecir comportamientos, identificando los factores que más influyen en una opinión o intención.

Triangulación Cualitativa-Cuantitativa: Integración de hallazgos de grupos focales para dar profundidad y explicación a los números obtenidos en las encuestas.

3.4. Presentación de Resultados y Transparencia

Adherimos a los estándares de transparencia promovidos por el AP Stylebook y el American Press Institute. Cada informe incluirá, como anexo metodológico indispensable:

- Las preguntas exactas formuladas y el orden en que se hicieron.
- Una descripción detallada de la población objetivo y el método de muestreo.
- Las fechas exactas de recolección de datos.
- El tamaño de la muestra inicial y final, y las tasas de respuesta.
- El método de contacto (teléfono, en persona, online).
- Los márgenes de error para los resultados totales y subgrupos relevantes.
- Una descripción de las técnicas de ponderación y ajuste aplicadas.
- La empresa patrocinadora del estudio (cuando aplique).

4. Marco Legal, Ética y Cumplimiento Normativo

Operamos con plena conciencia del cambiante y a veces restrictivo entorno legal para las encuestas en América Latina. Nuestro compromiso es ofrecer servicios que no solo sean técnicamente impecables, sino también jurídicamente seguros.

Conocimiento de las Regulaciones Nacionales: Mantenemos un conocimiento actualizado de las leyes electorales y de comunicación en cada país de operación, con especial atención a las normativas sobre encuestas publicadas en 2025-2026 en países como Colombia, donde nuevas leyes han impuesto requisitos técnicos

más estrictos y períodos de veda para la publicación de encuestas de intención de voto .

Diferenciación Clara: Encuestas Electorales vs. No Electorales:

Períodos No Electorales / Fuera de Veda: Nuestros servicios están principalmente diseñados para este contexto, donde las restricciones legales suelen ser menores. Realizamos **encuestas de evaluación, percepción y clima social**, las cuales, al no ser de "intención de voto" explícita, generalmente no están sujetas a los períodos de silencio electoral .

Asesoría sobre Períodos de Veda (Blackout periods): Asesoramos a nuestros clientes sobre los plazos legales. En América Latina, más del 80% de los países tienen períodos de veda que prohíben la publicación de encuestas electorales, con duraciones que varían desde 2 días en Uruguay y Argentina hasta 30 días en Bolivia . Respetamos escrupulosamente estas prohibiciones.

Ética y Privacidad:

Consentimiento Informado: Obtenemos el consentimiento expreso de todos los participantes.

Confidencialidad y Anonimato: Garantizamos que las respuestas individuales no podrán ser asociadas con la identidad del entrevistado. Cumplimos con leyes de protección de datos personales (como la GDPR para clientes internacionales y leyes locales equivalentes).

Independencia y Objetividad: Nos comprometemos a no alterar el diseño, la implementación o el análisis de un estudio para favorecer un resultado predefinido. Rechazamos proyectos donde se exija tal condición.

Gestión de Riesgo Legal: Ante la incertidumbre jurídica señalada en países como Colombia, donde las leyes nuevas pueden crear responsabilidades penales ambiguas , ofrecemos como valor añadido una **revisión legal preventiva** de los instrumentos de investigación y los informes finales para asegurar el cumplimiento normativo.

Métrica Nacional se compromete a ser su aliado estratégico en la comprensión del complejo panorama de la opinión pública. Combinamos el rigor científico de la investigación de clase mundial con un conocimiento profundo del contexto legal y sociopolítico latinoamericano, entregando no solo datos, sino **inteligencia accionable para la toma de decisiones informadas y responsables**.

Contacto: Anibal Peña (+52 56 2525 3170) Suriel Martinez (241 194 7539).