

Informe desinformación científica en España 2026

Guía de uso de los microdatos

Fundación Española para la Ciencia y la Tecnología (FECYT)

Junio 2026

Índice

1.	Contenido de la carpeta de datos	3
2.	Ficha técnica	4
2.1.	Nota sobre la representatividad y el error muestral	4
3.	Cuestionario	6
4.	Diseño experimental.....	7
4.1.	Descripción del experimento.....	7
4.2.	Los titulares experimentales	7
4.3.	Variables del bloque experimental (P6)	8
4.4.	Nomenclatura de las variables experimentales	9
5.	Ponderación de los datos.....	10
5.1.	Motivación y método.....	10
5.2.	Variables de ponderación en el fichero de microdatos	10
5.3.	Representatividad de la muestra	11
6.	Indicaciones para el análisis de los datos.....	15
6.1.	Selección de la submuestra	15
6.2.	Valores especiales	15
6.3.	Uso de la ponderación	15
7.	Referencias.....	15

Esta guía contiene información sobre los microdatos del estudio *Desinformación científica en España 2026*, realizado por la Fundación Española para la Ciencia y la Tecnología (FECYT) en el marco del proyecto Iberifier Plus¹.



Citar los datos:

Fundación Española para la Ciencia y la Tecnología, F.S.P. . (2026).
Desinformación científica en España 2026. Fundación Española para la Ciencia y la Tecnología. [Dataset].

¹ Iberifier Plus ha recibido financiación de la Comisión Europea en virtud del acuerdo Call DIGITAL-2023-DEPLOY-04, European Digital Media observatory (EDMO) – National and multinational hubs; referencia: IBERIFIER Plus - 101158511

1. Contenido de la carpeta de datos

La carpeta de datos contiene los archivos descritos en la [Tabla 1](#).

Tabla 1: Contenido de la carpeta de microdatos

Archivo	Descripción
desinformacion_iberifier-2_dataset-v0-1.sav	Microdatos en formato SPSS (.sav), con etiquetas de variable y valor.
desinformacion_iberifier-2_dataset-v0-1.dta	Microdatos en formato Stata (.dta), con etiquetas de variable y valor.
desinformacion_iberifier-2_dataset-v0-1.csv	Microdatos en formato CSV (valores numéricos; sin etiquetas de variable ni de valor).
desinformacion_iberifier-2_estructura-etiquetas-dataset-v0-1.xlsx	Registro de variables y valores: etiquetas de variable, etiquetas de valor y tipo de variable.
desinformacion_iberifier-2_cuestionario.pdf	Cuestionario completo de la encuesta.
desinformacion_iberifier-2_guia-uso-datos.pdf	Esta guía.

El fichero de microdatos contiene 2215 observaciones y 336 variables.

2. Ficha técnica

Tabla 2: Ficha técnica de la encuesta

Característica	Descripción
Población objetivo	Personas de 16 o más años residentes en España, usuarias habituales de internet.
Modos de recogida	Cuestionario web autoadministrado y entrevista telefónica asistida por ordenador (CATI).
Empresa de trabajo de campo	YouGov.
Marco muestral	Panel de internautas de YouGov (Web); panel externo (CATI).
Recogida de los datos Web y CATI	No probabilístico por cuotas.
Variables de cuota — Web	Sexo × grupo de edad × nivel educativo (cuotas cruzadas); comunidad autónoma (cuota independiente).
Variables de cuota — CATI	Sexo × grupo de edad × tipo de hábitat (cuotas cruzadas); muestra de personas de 55 o más años con el fin de cubrir la parte de la población que no usa internet de forma habitual.
Muestra de referencia para cuotas	Encuesta sobre Equipamiento y Uso de Tecnologías de Información y Comunicación en los Hogares (TIC-H) 2025 del INE.
Muestra final Web	2105
Muestra final CATI	110
Muestra final total	2215
Trabajo de campo	InfNAInf – -InfNA-Inf.
Duración media de la entrevista	Mediana: 22.6 minutos (media recortada al 10%: 28.1 minutos).
Ponderación	pesowebexp (submuestra web, excluyendo CATI; análisis del experimento) y pesoweb (total Web + CATI; análisis con la totalidad de la muestra). Predictores: sexo × grupo de edad, nivel educativo, situación laboral, limitación por salud, comunidad autónoma, tamaño de hábitat, tipo de hogar, teléfono fijo en el hogar, uso del teléfono móvil, frecuencia de uso de internet, confianza en internet, y uso de internet para emitir opiniones, ver vídeo online, buscar información de salud, vender bienes online, leer noticias online, y banca en línea.

2.1. Nota sobre la representatividad y el error muestral

La población objetivo de la encuesta son las personas residentes en España de 16 o más años que usan internet de forma habitual, es decir, que lo han utilizado en los últimos tres meses.

La mayor parte de la muestra se seleccionó a partir de un panel de internautas mediante un diseño de cuotas no probabilístico. Además, una muestra suplementaria fue seleccionada a partir de un panel telefónico (CATI) con el fin de dar cobertura a la parte de la población que no usa internet de forma habitual.

Al tratarse de una muestra no probabilística, los márgenes de error calculados bajo el supuesto de muestreo aleatorio simple no son directamente aplicables y los errores reales tenderán a ser mayores. Como referencia orientativa, para un nivel de confianza del 95% y una estimación del 50%, el margen de error bajo muestreo aleatorio simple sería de $\pm 2.1\%$ para el total de la muestra ($n = 2215$). Se han calculado dos coeficientes de ponderación para ajustar el perfil de la muestra al de la población y así corregir posibles desviaciones (véase la [Sección 5](#)).

3. Cuestionario

El cuestionario está organizado en nueve bloques temáticos, más el bloque experimental (Bloque 2), administrado exclusivamente a la submuestra web. La [Tabla 3](#) resume los contenidos de cada bloque.

Tabla 3: Bloques temáticos del cuestionario

Bloque	Contenido	Variables	Disponibilidad
1	Hábitos de consumo de información sobre ciencia y salud	P1–P4	Todos los encuestados
2	Experimento: evaluación y difusión de noticias (véase la Sección 4)	p6_*	Solo web (sample = 1)
3	Factores de credibilidad: pensamiento conspirativo, alfabetización científica y mediática, búsqueda pasiva de noticias	P7–P10	Todos los encuestados
4	Percepción de la desinformación: exposición, canales, comportamiento y autoeficacia	P11–P14	Todos los encuestados
4b	Actitudes hacia la inteligencia artificial y la desinformación	P15	Todos los encuestados
5	Actitudes hacia la desinformación y la ciencia; percepción de amenazas	P16–P18	Todos los encuestados
6	Confianza: en la ciencia, en los científicos y en las instituciones	P19–P21	Todos los encuestados
7	Populismo científico y actitudes hacia la diversidad	P22–P24	Todos los encuestados
8	Uso de internet	P25–P27	Todos los encuestados
9	Características sociodemográficas	D1–D16	Todos los encuestados

La versión completa del cuestionario está disponible en el archivo [desinformacion_iberifier-2_cuestionario.pdf](#) incluido en la carpeta de datos.

4. Diseño experimental

4.1. Descripción del experimento

El Bloque 2 del cuestionario web contiene un experimento entre sujetos diseñado para estimar el efecto causal de dos tipos de intervención cognitiva (*nudge*) sobre la intención de difundir noticias. Las intervenciones consisten en solicitar al encuestado que, antes de responder a la pregunta sobre intención de difusión (P6.4), reflexione sobre (a) la reacción emocional que le suscita la noticia (P6.1), (b) la credibilidad de la información y su intención de verificarla (P6.2 y P6.3) o ambas. El grupo de control (Grupo 4) pasó directamente a la pregunta de difusión sin ninguna intervención previa.

La [Tabla 4](#) describe los cuatro grupos experimentales más la submuestra telefónica, definidos por la variable group.

Tabla 4: Grupos experimentales

Grupo	Denominación	Preguntas administradas	N	Descripción
1	Nudge combinado	P6.1 + P6.2 + P6.3 + P6.4	526	Reflexión emocional y evaluación de credibilidad antes de la pregunta de difusión.
2	Nudge emocional	P6.1 + P6.4	528	Solo reflexión emocional antes de la pregunta de difusión.
3	Nudge de credibilidad	P6.2 + P6.3 + P6.4	526	Solo evaluación de credibilidad y verificación antes de la pregunta de difusión.
4	Control	P6.4	525	Sin intervención; solo pregunta de difusión.
99	Sin asignación (CATI)	—	110	Submuestra telefónica; no participó en el experimento.

4.2. Los titulares experimentales

En cada cuestionario se presentaron ocho titulares seleccionados aleatoriamente: uno falso y uno verdadero por cada uno de los cuatro temas (clima, alimentación y salud, vacunas e inteligencia artificial). Para cada combinación de tema y veracidad existían dos variantes de titular, asignadas de forma aleatoria con probabilidad aproximada del 50% y de manera equilibrada entre los grupos experimentales. La variante asignada queda registrada en las variables de estímulo ($\{\text{tema}\}_{\{\text{veracidad}\}}$, con valores 1 o 2). La [Tabla 5](#) muestra los dieciséis titulares disponibles.

Tabla 5: Titulares experimentales

Tema	Tipo	Var.	Titular
Clima	Falsa	1	Algunos países fumigan las nubes antes de su llegada a la península para deshacer la lluvia.
Clima	Falsa	2	La DANA en Valencia ha sido producto de un ataque meteorológico HAARP.
Clima	Verdadera	1	El cambio climático se relaciona con la intensidad de los incendios extremos que tuvieron lugar en España en 2025.
Clima	Verdadera	2	Los biocombustibles no son 100% renovables.
Alimentación y salud	Falsa	1	Existen alimentos que permiten reducir el cortisol y, así, adelgazar.
Alimentación y salud	Falsa	2	Se ha encontrado un posible vínculo entre el autismo y el consumo de paracetamol durante el embarazo.
Alimentación y salud	Verdadera	1	El uso de cremas solares fotoprotectoras en la vida real no provoca insuficiencia de vitamina D.
Alimentación y salud	Verdadera	2	La homeopatía no funciona (más allá del placebo).
Vacunas	Falsa	1	El mercurio que contienen las vacunas es perjudicial para la salud.
Vacunas	Falsa	2	Las vacunas de COVID-19 causan esterilidad y pueden ocasionar impotencia sexual masculina.
Vacunas	Verdadera	1	El virus de la gripe se adapta y cambia de temporada en temporada, por eso es necesario vacunarse cada año.
Vacunas	Verdadera	2	La vacuna contra el virus del papiloma humano es efectiva y segura.
IA	Falsa	1	La IA puede ofrecer terapia al mismo nivel que cualquier profesional formado en psicología.
IA	Falsa	2	La IA actual fue diseñada para acabar con la humanidad.
IA	Verdadera	1	Las respuestas de una IA pueden mostrar un sesgo de adulación (que nos dé la razón en todo).
IA	Verdadera	2	Un modelo de IA es como un loro: puede replicar conversaciones, pero no entiende qué está diciendo.

La variable Var. corresponde al valor (1 o 2) de la variable de estímulo para esa combinación de tema y veracidad.

4.3. Variables del bloque experimental (P6)

Para cada uno de los ocho titulares presentados al encuestado se administraron hasta cuatro subpreguntas, dependiendo del grupo experimental asignado. La [Tabla 6](#) describe las variables disponibles.

Tabla 6: Variables del bloque experimental (P6)

Pregunta	Patrón de variable	Descripción	Escala	Grupos
P6.1	p6_1_{i}_{tema}_{ver}	Sentimiento asociado a la noticia. Diez ítems: Indefenso/a (1), Ansioso/a (2), Optimista (3), Enfadado/a (4), Culpable (5), Avergonzado/a (6), Deprimido/a (7), Pesimista (8), Indiferente (9), Empático/a (10). El índice {i} indica el sentimiento.	Binaria (0 = No, 1 = Sí)	G1, G2
P6.2	p6_2_{tema}_{ver}	Credibilidad percibida de la información de la noticia.	1–7	G1, G3
P6.3a	p6_3a_{tema}_{ver}	Intención de comprobar la veracidad de la noticia.	Binaria (Sí/No)	G1, G3
P6.3b	p6_3b_{j}_{tema}_{ver}	Medio que usaría para comprobar la veracidad. Seis categorías: buscador (1), medio de confianza (2), fact-checker (3), IA (4), conocido/a (5), otro (6). El índice {j} indica la categoría.	Multirespuesta (0/1)	G1, G3
P6.4a	p6_4a_{tema}_{ver}	Intención de compartir la noticia con personas del entorno.	1–7	G1–G4
P6.4b	p6_4b_{tema}_{ver}	Intención de compartir la noticia a través de redes sociales o aplicaciones de mensajería.	1–7	G1–G4

4.4. Nomenclatura de las variables experimentales

Los nombres de las variables experimentales siguen el patrón p6_{subpregunta}_{tema}_{veracidad}, donde:

- {tema} ∈ {clima, salud, vacunas, ai} (el tema de la noticia; salud corresponde a *alimentación y salud*)
- {veracidad} ∈ {falso, real}

Para P6.1 se añade el índice del sentimiento {i} (1–10) inmediatamente después de la subpregunta: p6_1_{i}_{tema}_{veracidad}. Para P6.3b se añade el índice del medio de verificación {j} (1–6, 888, 999): p6_3b_{j}_{tema}_{veracidad}.

Las variables de estímulo ({tema}_{veracidad}) registran qué variante de titular fue asignada al encuestado (valor 1 o 2).

Ejemplo: p6_4a_vacunas_falso contiene la intención de compartir con el entorno personal (P6.4a) la noticia *falsa* sobre vacunas según la variante asignada al encuestado.

5. Ponderación de los datos

5.1. Motivación y método

Dado que la muestra se seleccionó mediante un diseño de cuotas no probabilístico a partir de un panel de internautas, se calcularon pesos de ponderación para reducir posibles sesgos de selección y mejorar la representatividad de las estimaciones con respecto a la población objetivo (personas de 16 o más años, residentes en España y usuarias habituales de internet).

Los pesos se calcularon a partir de las **pseudo-probabilidades de selección** (*propensity score weighting*), siguiendo el enfoque de Lee y Valliant (2009). Para cada caso se estimó la probabilidad de pertenecer a la muestra de la encuesta frente a la muestra de referencia mediante regresión logística; el peso asignado es proporcional al inverso de esa probabilidad estimada.

La **muestra de referencia** es la Encuesta sobre Equipamiento y Uso de Tecnologías de Información y Comunicación en los Hogares (TIC-H) de 2025 del Instituto Nacional de Estadística (INE). Se emplearon únicamente los usuarios habituales de internet de la TIC-H como población de referencia.

5.2. Variables de ponderación en el fichero de microdatos

El fichero incluye dos variables de peso (véase la [Tabla 7](#)):

Tabla 7: Variables de ponderación

Variable	Descripción	Uso recomendado
<i>pesowebexp</i>	Peso para la submuestra web. Para los encuestados CATI toma valor 0.	Análisis del experimento y del cuestionario web (n = 2105).
<i>pesoweb</i>	Peso para el conjunto de la muestra (Web + CATI).	Análisis descriptivos del total de la muestra (n = 2215).

La [Tabla 8](#) muestra la distribución de ambas variables de peso.

Tabla 8: Distribución de los pesos de ponderación

Estadístico	pesowebexp	pesoweb
Mínimo	0.163	0.146
Percentil 25	0.498	0.499
Mediana	0.782	0.785
Media	1.000	1.000

Percentil 75	1.255	1.266
Máximo	9.023	7.833

5.3. Representatividad de la muestra

Las [Tabla 10](#) y [Tabla 11](#) comparan la distribución de la muestra antes y después de aplicar cada peso con la distribución de la muestra de referencia (TIC-H). Una diferencia cercana a cero en la columna *Dif. pond.* indica que la ponderación ha corregido adecuadamente el sesgo en esa característica.

Tabla 10: Calibración de pesowebexp: TIC-H vs. submuestra CAWI sin ponderar y ponderada

Variable	Categoría	N	TIC-H (%)	Sin pond. (%)	Pond. (%)	Dif. pond. ^a
<i>Sexo</i>	Hombre	996	49.3	47.3	48.8	-0.4
	Mujer	1,109	50.7	52.7	51.2	0.4
<i>Grupo de edad</i>	16-24	184	12.8	8.7	11.9	-0.8
	25-34	284	14.5	13.5	13.1	-1.4
	35-44	421	17.0	20.0	15.9	-1.1
	45-54	462	20.7	22.0	21.0	0.3
	55-64	394	17.6	18.7	19.0	1.4
	65+	360	17.5	17.1	19.0	1.6
	<i>Nivel de estudios</i>	Primarios o menos	113	8.8	5.4	9.7
Secundarios y FP		1,306	60.2	62.0	59.5	-0.7
Universitarios		686	31.0	32.6	30.8	-0.2
<i>Tamaño de hábitat</i>	<20k	592	29.3	28.1	29.4	0.2
	20k-100k	638	27.6	30.3	26.6	-1.0
	100k-500k	441	26.2	21.0	25.9	-0.3
	>500k	434	16.9	20.6	18.1	1.2
<i>Tipo de hogar</i>	Unipersonal	332	10.9	15.8	11.8	1.0
	Padre/madre solo/a	274	11.7	13.0	12.1	0.4
	Pareja sin hijos	495	16.9	23.5	17.2	0.3
	Pareja con hijos	741	47.5	35.2	45.7	-1.8
	Otro tipo	263	13.0	12.5	13.1	0.1

<i>Situación laboral</i>	Cuenta ajena	1,023	46.9	48.6	46.6	-0.3
	Cuenta propia	139	8.3	6.6	7.4	-0.9
	Parado	225	8.3	10.7	8.6	0.3
	Estudiante	160	9.6	7.6	8.4	-1.2
	Jubilado	324	15.5	15.4	16.7	1.1
	Otros	234	11.4	11.1	12.2	0.8
<i>Frecuencia de uso de internet</i>	Varias veces al día	1,594	85.6	75.7	85.6	0.0
	Diariamente o casi	385	9.4	18.3	9.7	0.3
	Al menos 1 vez/semana	91	3.8	4.3	3.3	-0.6
	Menos de 1 vez/semana	35	1.2	1.7	1.4	0.3
	No usa internet	0	0.0	0.0	0.0	0.0
<i>Participa en redes sociales</i>	Sí	1,422	69.6	67.6	69.3	-0.3
	No	683	30.4	32.5	30.7	0.3
<i>Emite opiniones políticas o cívicas en internet</i>	Sí	678	15.3	32.2	17.3	2.0
	No	1,427	84.7	67.8	82.7	-2.0
<i>Busca información sobre salud en internet</i>	Sí	1,494	69.0	71.0	69.4	0.3
	No	611	31.0	29.0	30.6	-0.3
<i>Vende bienes o servicios en internet</i>	Sí	731	21.6	34.7	22.1	0.6
	No	1,374	78.4	65.3	77.9	-0.6
<i>Lee noticias en sitios web o prensa digital</i>	Sí	1,528	74.4	72.6	73.2	-1.2
	No	577	25.6	27.4	26.8	1.2
<i>Usa banca por internet</i>	Sí	1,759	75.4	83.6	76.1	0.6
	No	346	24.6	16.4	23.9	-0.6

^aDif. pond. = diferencia en puntos porcentuales con respecto a TIC-H. Valores negativos indican infrarepresentación.

Tabla 11: Calibración de pesoweb: TIC-H vs. muestra total (CAWI + CATI) sin ponderar y ponderada

Variable	Categoría	N	TIC-H (%)	Sin pond. (%)	Pond. (%)	Dif. pond. ^a
<i>Sexo</i>	Hombre	1,043	49.3	47.1	48.6	-0.6
	Mujer	1,172	50.7	52.9	51.4	0.7
<i>Grupo de edad</i>	16-24	184	12.8	8.3	11.8	-0.9
	25-34	284	14.5	12.8	13.0	-1.5
	35-44	421	17.0	19.0	16.0	-1.0
	45-54	462	20.7	20.9	21.1	0.5
	55-64	406	17.6	18.3	19.0	1.4
	65+	458	17.5	20.7	19.0	1.6
	<i>Nivel de estudios</i>	Primarios o menos	151	8.8	6.8	9.3
	Secundarios y FP	1,355	60.2	61.2	59.5	-0.7
	Universitarios	709	31.0	32.0	31.1	0.1
<i>Tamaño de hábitat</i>	<20k	635	29.3	28.7	29.3	0.0
	20k-100k	660	27.6	29.8	26.8	-0.8
	100k-500k	455	26.2	20.5	25.9	-0.3
	>500k	465	16.9	21.0	18.0	1.2
<i>Tipo de hogar</i>	Unipersonal	357	10.9	16.1	12.2	1.3
	Padre/madre solo/a	290	11.7	13.1	12.3	0.6
	Pareja sin hijos	543	16.9	24.5	17.7	0.8
	Pareja con hijos	753	47.5	34.0	45.0	-2.5
	Otro tipo	272	13.0	12.3	12.9	-0.2
<i>Situación laboral</i>	Cuenta ajena	1,033	46.9	46.6	46.6	-0.3
	Cuenta propia	148	8.3	6.7	7.4	-0.9
	Parado	227	8.3	10.2	8.6	0.3
	Estudiante	160	9.6	7.2	8.5	-1.1
	Jubilado	407	15.5	18.4	17.0	1.5
	Otros	240	11.4	10.8	12.0	0.5
<i>Frecuencia de uso de internet</i>	Varias veces al día	1,631	85.6	73.6	85.0	-0.6
	Diariamente o casi	417	9.4	18.8	10.0	0.7
	Al menos 1 vez/semana	108	3.8	4.9	3.4	-0.5

	Menos de 1 vez/semana	59	1.2	2.7	1.6	0.4
	No usa internet	0	0.0	0.0	0.0	0.0
	Varias veces al día	1,631	85.6	73.6	85.0	-0.6
	Diariamente o casi	417	9.4	18.8	10.0	0.7
	Al menos 1 vez/semana	108	3.8	4.9	3.4	-0.5
	Menos de 1 vez/semana	59	1.2	2.7	1.6	0.4
	No usa internet	0	0.0	0.0	0.0	0.0
<i>Participa en redes sociales</i>	Sí	1,472	69.6	66.5	68.5	-1.1
	No	743	30.4	33.5	31.5	1.1
<i>Emite opiniones políticas o cívicas en internet</i>	Sí	693	15.3	31.3	17.2	1.9
	No	1,522	84.7	68.7	82.8	-1.9
<i>Busca información sobre salud en internet</i>	Sí	1,567	69.0	70.7	69.6	0.5
	No	648	31.0	29.3	30.4	-0.5
<i>Vende bienes o servicios en internet</i>	Sí	740	21.6	33.4	21.9	0.4
	No	1,475	78.4	66.6	78.1	-0.4
<i>Lee noticias en sitios web o prensa digital</i>	Sí	1,585	74.4	71.6	73.0	-1.4
	No	630	25.6	28.4	27.0	1.4
<i>Usa banca por internet</i>	Sí	1,826	75.4	82.4	75.9	0.5
	No	389	24.6	17.6	24.1	-0.5

^aDif. pond. = diferencia en puntos porcentuales con respecto a TIC-H. Valores negativos indican infrarepresentación.

6. Indicaciones para el análisis de los datos

6.1. Selección de la submuestra

La variable `sample` identifica el modo de recogida (1 = CAWI, 2 = CATI). Para el análisis del experimento es necesario restringir la muestra a los encuestados en web con asignación experimental válida: `sample == 1`. El Grupo 99 corresponde a la submuestra CATI y no participó en el experimento.

6.2. Valores especiales

En las variables de tipo multirespuesta (prefijos `p6_3b_` y `p18_`) los valores son binarios (0 = No, 1 = Sí).

6.3. Uso de la ponderación

Para incorporar la ponderación en el análisis se recomienda utilizar las funciones específicas de cada entorno estadístico para el tratamiento de diseños muestrales complejos, de acuerdo con las indicaciones de West, Sakshaug y Aurelien (2018). En **R**, los paquetes `survey` y `srvyr` permiten declarar el diseño muestral especificando la variable de ponderación mediante `as_survey_design(weights = ...)`. En **Stata**, el comando `svyset` define la variable de peso con la sintaxis `svyset [pweight = ...]`; los comandos de estimación posteriores se preceden de `svy:` para incorporar la ponderación. En **SPSS**, el módulo *Complex Samples* permite definir el plan muestral mediante *Analizar* → *Muestras complejas* → *Preparar para el análisis*, especificando la variable de ponderación correspondiente.

7. Referencias

Lee, Sunghee, y Richard Valliant. 2009. «Estimation for Volunteer Panel Web Surveys Using Propensity Score Adjustment and Calibration Adjustment». *Sociological Methods & Research* 37(3): 319–343. <https://doi.org/10.1177/0049124108329643>

West, Brady T., Joseph W. Sakshaug y Guy Alain S. Aurelien. 2018. «Accounting for Complex Sampling in Survey Estimation: A Review of Current Software Tools». *Journal of Official Statistics* 34(3): 721–752. <https://doi.org/10.2478/jos-2018-0034>