

Maestro Hugo Enrique Castro Bernabe
Secretario Ejecutivo del OPLE Veracruz
Presente

Hacemos constar que se entrega el día 1 de Junio 2016 en las oficinas de la Secretaría Ejecutiva del Instituto Electoral Veracruzano, la copia del estudio cuantitativo.

CRITERIOS TÉCNICOS Y CIENTÍFICOS

1. Objeto del estudio

Conocer las preferencias por partido de los electores en el Municipio de Coatzacoalcos, para las elecciones del 2016.

2. Marco muestral

Estudio cara a cara a nivel Municipal, abarcando las 39 Secciones Electorales y contactando a ciudadanos que tengan de elector del Municipio

3. Diseño muestral.

a. Definición de la población objetivo. La población objetivo electoral, son todos los votantes que aparecen en la más reciente lista nominal emitida y actualizada por el INE.

b. Procedimiento de selección de unidades. Para determinar el universo se usa la lista nominal publicada por el INE de los Distritos Electorales, en las cuales contiene el total de votantes por secciones del Municipio. Al obtener una cantidad mayor a 100,000 votantes se aplica la fórmula infinita de obtención de la muestra

c. Procedimiento de estimación. La muestra se calcula con una fórmula infinita estadística para la obtención de muestra, incluyendo como variables, el grado de error y el nivel de confianza, el cual se estima en 4% en el primer caso y 95% en el segundo.

d. Tamaño y forma de obtención de la muestra. Al ser el universo mayor a 100,000 entonces se utiliza la fórmula infinita que considera como variables esenciales el Universo, el nivel de confianza y el grado de error.

e. Calidad de la estimación: confianza y error máximo implícito en la muestra seleccionada. Al procesar los resultados, se sacan frecuencias de distribución total. Al utilizar la fórmula infinita para determinación de la muestra, se selecciona un nivel de confianza del 95% y un grado de error de +/- 4% lo cual representa 625 ciudadanos a encuestar. Para obtener las 625 entrevistas, se genera una metodología en la cual se obtienen 16 encuestas por sección, por lo cual se seleccionan la totalidad de las 39 secciones electorales del Municipio

f. Frecuencia y tratamiento de la no-respuesta. La no respuesta se codifica con 2 etiquetas, una que es aplicada a las personas que no quieren participar dando una respuesta en específico y otro código para la respuesta muy frecuente en este tipo de estudios que es "aún no sé".

g. Tasa de rechazo general a la entrevista. Para el presente estudio no se marca tasa de rechazo.

4. Método y fecha de recolección de la información.

Las entrevistas cara a cara en el domicilio de los encuestados fue realizado del 25 al 30 de Mayo 2016. Una vez seleccionados las secciones a encuestar, se procede a numerar cada manzana de cada sección seleccionada, con la intención de poder ingresar el número total en una fórmula de aleatorización que automáticamente genere la manzana por la cual se debe de empezar a encuestar llamada "spot", dicha manzana y las 3 a su alrededor se les conoce como núcleo. El encuestador se ubica en el centro del núcleo y recorre la acera inferior del spot en el sentido de las manecillas del reloj, cuando llega nuevamente al centro del núcleo, prosigue con la misma acera de la manzana inferior, y nuevamente recorre la manzana en el sentido de las manecillas del reloj, siempre prosiguiendo sobre la misma acera, en el sentido de las manecillas del reloj. Colectando 1 encuesta por acera, en total 16 por núcleo. Los equipos de trabajo se componen de 4 encuestadores y un supervisor. El supervisor acompaña a cada encuestador por cada manzana trabajada, determina aleatoriamente el orden para que se dé el salto correcto por acera y permanece con los encuestadores al menos en 1 de cada 4 encuestas aplicadas. Los encuestadores al momento que el posible encuestado les concede un minuto en su residencia, le dan los buenos días / tardes, se presentan con su nombre y señalan que están representando a la empresa Impulsos del Puerto de Veracruz y si el posible encuestado puede disponer de un 1 minuto para responderles una breve encuesta de opinión

5. El cuestionario;

¿Qué tan probable es que usted vaya a votar en las próximas elecciones, que se llevarán a cabo para renovar la Gubernatura y el Congreso local, a celebrarse el 5 de Junio de este año?

Si el día de hoy fueran las elecciones para Diputado local, ¿por quién votaría usted?

DEMOGRAFICOS: Sexo / Edad

6. Forma de procesamiento, estimadores e intervalos de confianza.

La entrevista es impresa en papel, con discos de respuesta y este estudio es aplicado con boletas y urnas simuladas, con lo cual se elimina el sesgo, marcando y depositando la boleta directamente el encuestado. Los encuestadores llenan la entrevista las respuestas restantes en la encuesta en pluma y si requieren corregir el supervisor confirma la corrección. Al terminar la labor de levantamiento, se procede a la captura de las mismas en un formato de Excel y se procede a generar las frecuencias con la herramienta de tablas dinámicas y su gráfica por cada variable representada en el cuestionario, para la presentación de resultados se utiliza PowerPoint y Adobe Reader X. La información del estudio en su base de datos original así como los resultados se conservan en nuestras oficinas en respaldos confidenciales hasta por 4 años. Se utilizan los intervalos de confianza para las Ciencias Sociales del 95%, establecidos en la curva normal.

7. Denominación del software utilizado para el procesamiento;

Microsoft Excel y Powerpoint; y ADOBE.

8. La base de datos;

Se incluye en archivo electrónico de Excel

9. Principales resultados;

Se incluye en archivo electrónico en pdf

10. Autoría y financiamiento

Persona física o moral patrocinadora; El estudio es ideado y creado por Impulsos Mercadotecnia S.C.

Persona física o moral responsable de la realización; El estudio es ideado y creado por Impulsos Mercadotecnia S.C.

Persona física o moral que ordenó su publicación o difusión; El estudio es ideado y creado por Impulsos Mercadotecnia S.C. y lo pone a disposición del Periódico Imagen de Veracruz y Diario del Istmo de Coatzacoalcos, así como la Revista Llave del Estado de Veracruz para su publicación.

11. Recursos económicos/financieros aplicados.

El estudio fue creado y realizado por Impulsos Mercadotecnia S.C. con la intención de ofrecerlo gratuitamente a quien lo requiera. Se entrega al Periódico Imagen de Veracruz para su análisis y es probable que este medio o alguna de sus filiales (Diario del Istmo de Coatzacoalcos, Revista Llave de Veracruz, etc.) lo publique en forma total o parcial, sin que esto tenga un costo alguno para la empresa que lo realice. No hay factura de por medio, ya que el estudio se entrega de forma gratuita y en formato electrónico. Para realizar el estudio de Mayo, se incurrió en un costo operativo estimado y procesamiento de información de \$15,000

12. Experiencia profesional y formación académica;

Se anexa archivo electrónico con el curriculum vitae de la empresa y la semblanza de la Directora de la Empresa.