

Secretario Ejecutivo del Instituto Electoral Veracruzano
OPLE Veracruz
Presente

Hacemos constar que se entrega el día 10 de Marzo 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 Estado de Veracruz, para las elecciones estatales del 2016.

2. Marco muestral

Sondeo Telefónico en todo el Estado de Veracruz

3. Diseño muestral.

a. Definición de la población objetivo. La población objetivo electoral, son quienes respondan por vía telefónica y sean poseedores de una credencial para votar vigente del Estado de Veracruz.

b. Procedimiento de selección de unidades. El procedimiento para selección de números telefónicos es aleatorio y automatizado, genera en automático 500 números aleatorios fijos del total de la base estatal por persona, estos números son marcados por la operadora y en cada uno de ellos debe registrar la fecha de marcado y señalar según sea el caso: Ocupado / Fax / Contestadora / No Existe / No Contestan / No quiso contestar / Fuera de servicio / Llamar después / Cambio el número / Si dió la entrevista

c. Procedimiento de estimación. La muestra se calcula con una formula 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 aplicar la formula, se obtiene el aplicar 625 encuestas, posteriormente se genera de la base general de líneas disponibles de la COFETEL y se aleatorizan los números a marcar en todo el Estado.

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 formula 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 encuestas, se marcaron 6,921 números telefónicos.

f. Frecuencia y tratamiento de la no-respuesta. En la tabla de productividad, se señala quien no quiso contestar la entrevista, en caso de la que la persona conteste la entrevista, pero en lo particular, no responda una pregunta, se generan códigos de no respuesta para 3 diferentes tipos de no respuesta: Ninguno de los anteriores / No sabe aún / No quiso contestar

g. Tasa de rechazo general a la entrevista. Del total de los 6,921 números telefónicos marcados sólo 625 se convirtieron en llamadas exitosas, por lo que se obtiene 1 encuesta por cada 10.1 intentos. Esto es 6,296 números marcados entraron en la categoría de: Ocupado / Fax / Contestadora / No Existe / No Contestan / No quiso contestar / Fuera de servicio / Llamar después / Cambio el número.

4. Método y fecha de recolección de la información.

El Sondeo Telefónico en el Estado de Veracruz fue realizado del 12 al 19 de Febrero 2016. El trabajo es realizado telefónicamente, contando con 5 operadoras telefónicas y utilizando un cuestionario online para ir grabando la entrevista digitalmente y un archivo de números aleatorios con su tratamiento de no respuesta específico.

5. El cuestionario;

El próximo mes de Junio se llevarán a cabo elecciones para escoger al nuevo Gobernador del Estado y a los Diputados del Congreso local. ¿Qué tan probable es que usted vaya a votar?

De las siguientes características que le voy a mencionar me podría decir cuál es la MÁS importante a la hora de decidir por quién va a votar...

Si el día de hoy fueran las elecciones para Gobernador del Estado, ¿por quién votaría usted entre las siguientes opciones?

DEMOGRAFICOS: Sexo / Edad / Ocupación

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

La entrevista es en electrónico y va alimentando una base de datos general. Al terminar las llamadas, se obtiene la base 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 PDF. 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 la edición de Febrero, se incurrió en un costo operativo estimado y procesamiento de información de \$43,000

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.