

**Maestro Hugo Enrique Castro Bernabe**  
**Secretario Ejecutivo del OPLE Veracruz**  
**Presente**

Hacemos constar que se entrega el día 15 de Marzo 2017 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 municipales del 2017.

### **2. Marco muestral**

Estudio cara a cara a nivel Municipal, abarcando 25 Secciones Electorales y contactando a ciudadanos que tengan de elector del Municipio de Acayucan, Veracruz.

### **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 Federales Electorales, en las cuales contiene el total de votantes por secciones del Municipio. La cual al 24 de Febrero señala 60,421 votantes, se aplica la fórmula finita de obtención de la muestra.

c. Procedimiento de estimación. La muestra se calcula con una fórmula estadística, incluyendo como variable, el Universo, que en caso de un Municipio, es el total de votantes registrados en la lista nominal emitida por el INE.

d. Tamaño y forma de obtención de la muestra. Al 24 de Febrero del 2017, el INE tiene publicado como Universo del Municipio de Acayucan de 60,421 votantes en la lista nominal. Al ser el universo menor a 100,000 entonces se utiliza la fórmula finita 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 finita para determinación de la muestra, se selecciona un nivel de confianza del 95% y un grado de error de +/-5% lo cual representa 397 votantes a encuestar. Para obtener las entrevistas se estima un levantamiento más exacto de 400 encuestas, se genera una metodología en la cual se obtienen 16 encuestas por sección, por lo cual se seleccionan aleatoriamente 25 secciones.

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.**

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 2 supervisores. El supervisor acompaña a cada par de encuestadores 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 2 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 Mercadotecnia 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;

Filtro: ¿Cuenta con credencial de elector del Municipio de Acayucan?

¿Cuál considera que es el principal problema en su Municipio?

En estas elecciones del 2017, ¿A usted le interesa ir a votar?

Razones de porque no votará

¿Me podría usted decir a cuáles de esas personas ha oído mencionar? y ¿me puede decir qué opinión tiene de él (ella)?

Si el día de hoy fueran las elecciones a Presidente Municipal, ¿por cuál partido votaría?

Si el día de hoy fuera la elección para Presidente Municipal de Acayucan, ¿Por quién votaría? -

Por favor, dígame la letra

¿Por cuál de ellos (as) NUNCA votaría?

Independiente de lo anterior ¿quién cree que tiene mayores posibilidades para ganar?

Utilizando una escala de diez puntos, donde 10 es la mejor calificación que puede dar y 1 la peor ¿qué calificación le daría al Alcalde Marco Antonio Martínez Amador?

Utilizando una escala de diez puntos, donde 10 es la mejor calificación que puede dar y 1 la peor ¿qué calificación le daría al Gobernador Miguel Angel Yunes Linares?

Precandidatos evaluados:

A. Fabiola Vázquez Saut

B. Gabriela González Pita]

C. Cuitláhuac Condado Escamilla]

D. Manolo Pavón Ríos]

E. Raúl de la Luz Sotelo]

F. Pilar Guillén Rosario]

G. Cornelio Suriano]

I. Raúl David Salomón García]

DEMOGRAFICOS: Sexo / Edad

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

La entrevista es en electrónico, mediante un link y se apoya con discos de respuesta para evitar el sesgo de la información. El link se va alimentando en una base de datos general. Al terminar de encuestar en campo, 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 realizó. No hay factura de por medio, ya que el estudio se entrega de forma gratuita y en formato electrónico. Para realizar el estudio, se incurrió en un costo operativo estimado y procesamiento de información de \$23,000

**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.