impulsos

Mtro. Hugo Enrique Castro Berbabe
Secretario Ejecutivo del OPLE Veracruz
Presente

Hacemos constar que se entrega el día 7 de Diciembre 2020 en el correo secretariaejecutivaoplever@gmail.com de la Secretaría Ejecutiva del OPLE Veracruz, la copia del estudio cuantitativo, así como los requisitos expedidos en el Reglamento de Elecciones, específicamente en su capítulo VII y los documentos solicitados.

Secretaría Ejecutiva
F. 1903
OPLE Veracruz
RECIBIDO
Fecha_____ Hora_____
Ana
08DIC20
10:28

CRITERIOS TÉCNICOS Y CIENTÍFICOS

1. Objeto del estudio
Conocer las preferencias por partido de los electores en el Municipio de Xalapa, para las elecciones federales y locales del 2021.

2. Marco muestral
Sondeo Telefónico en el Municipio de Xalapa

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 Municipio de Xalapa.

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 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 5% 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 400 encuestas, posteriormente se genera de la base general de líneas disponibles de la COFETEL, la cual segmenta por Estado, Municipio y Localidad. Se toman todas las líneas del Municipio de Xalapa, y por medio de un programa especializados, se aleatorizan series de números telefónicos.

e. Calidad de la estimación: confianza y error máximo implícito en la muestra seleccionada. Al procesar los resultados, se sacan frecuencias de distribución total, y por Municipio, relacionado al número telefónico marcado. Al utilizar la formula infinita para determinación de la muestra, se

selecciona un nivel de confianza del 95% y un grado de error de +/- 5% lo cual representa 400 ciudadanos a encuestar. Para obtener las 400 encuestas, se marcaron 4,827 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 4,827 números telefónicos marcados sólo 400 se convirtieron en llamadas exitosas, por lo que se obtiene 1 encuesta por cada 12.0 intentos. Obteniendo un 91.71% de tasa de rechazo, ya que 4,427 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.

a. Método de recolección de la información. Entrevistas telefónicas
b. Fecha inicio de recolección de la información. 19-11-2020
c. Fecha fin de recolección de la información. 26-11-2020
d. Fecha de publicación de la información. 08-12-2020

5. El cuestionario o instrumentos de captación utilizados para generar la información publicada

Se incluye en archivo electrónico de pdf

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, en formato electrónico, sin contraseñas ni candados, en el archivo de origen (no PDF o imagen), que permita el manejo de sus datos.

Se incluye en archivo electrónico de zip

9. Principales resultados, pudiendo especificar la preferencia de votación bruta y la efectiva. En todo caso, el reporte de resultados debe señalar si contiene estimaciones, modelo de votantes probables o cualquier otro parámetro que no consista en el mero cálculo de frecuencias relativas de las respuestas de la muestra estudiada para la encuesta.

Se incluye en archivo electrónico en pdf

impulsos

10. Autoría y financiamiento

a) La o las personas físicas o morales que patrocinaron o pagaron la encuesta o sondeo.
El sondeo es pagado por Editora La Voz del Istmo S.A. de C.V.

b) La o las personas físicas o morales que diseñaron y llevaron a cabo la encuesta o sondeo.
El sondeo es ideado y creado por Impulsos Mercadotecnia S.C.

c) La o las personas físicas o morales que solicitaron, ordenaron y/ pagaron su publicación o difusión.
El sondeo es solicitado por Editora La Voz del Istmo S.A. de C.V. para su publicación en sus propios medios.

11. Recursos económicos/financieros aplicados. Un informe sobre los recursos aplicados en la realización de la encuesta o sondeo de opinión, acompañado de la factura que respalda la contratación de la realización de dicha encuesta o sondeo de opinión (incluyendo el nombre de la persona física o moral que contrató el estudio), y explicitando el monto y proporción que hubiese sido efectivamente cubierto al momento de la publicación. En los casos en que sea la misma persona física o moral quien realice y publique la encuesta, ésta deberá presentar un informe del costo total del estudio realizado. Adjuntar documentación de recursos financieros.

Se incluye en archivo electrónico de zip

12. La documentación que pruebe, en su caso, la pertenencia a asociaciones nacionales o internacionales del gremio de la opinión pública de la persona que realizó la encuesta. Además, se deberá incluir documentación que muestre la formación académica y experiencia profesional del director de la organización que lleve a cabo la encuesta o del responsable de la misma. Adjunta documentación de experiencia.

Se anexa archivo electrónico con el curriculum vitae de la empresa en pdf

Atentamente,

Ma. Rosario Domínguez Acosta
Representante Legal
Impulsos Mercadotecnia S.C.