

Heroica Puebla de Zaragoza, 29 de mayo de 2015

LIC. EDMUNDO JACOBO MOLINA  
SECRETARIO EJECUTIVO DEL  
INSTITUTO NACIONAL ELECTORAL  
P R E S E N T E

En cumplimiento al acuerdo INE/CG238/2015 del Consejo General del Instituto Nacional Electoral, remito a Usted una carta donde se da el aviso correspondiente de intención de la empresa *MÁS DATA Investigaciones de Mercado y Estudios de Opinión*, para el registro de encuestas de salida en los 16 distritos electorales federales del estado de Puebla.

Por lo anterior se anexan al presente 21 fojas que integran el aviso correspondiente.

Sin otro particular, le envío un cordial saludo.



ATENTAMENTE

~~C.D. LUIS ZAMORA COBIÁN~~  
VOCAL EJECUTIVO DE LA JUNTA LOCAL  
EJECUTIVA EN EL ESTADO DE PUEBLA

SECRETARÍA EJECUTIVA

2015 JUN 4 PM 2



SABAS ALEJANDRO ENRIQUETA  
INSTITUTO NACIONAL  
ELECTORAL

INSTITUTO NACIONAL ELECTORAL  
ESTADO DE PUEBLA  
JUNTA LOCAL EJECUTIVA



Investigaciones de mercado • Estudios de opinión • Consultoría

H. Puebla de Z., a 29 de mayo de 2015

**LUIS ZAMORA COBIAN**  
**PRESIDENTE DE LA JUNTA LOCAL DEL**  
**INSTITUTO NACIONAL ELECTORAL EN EL ESTADO DE PUEBLA**  
**Presente.**

Por este medio nos permitimos presentar al Instituto Nacional Electoral, la información y documentación solicitada en los "Lineamientos y criterios de carácter científico en materia de encuestas de salida y/o conteos rápidos para la jornada electoral del día 7 de junio de 2015", para efectos de dar cumplimiento al registro de encuestas de salida en los 16 distritos electorales federales del estado de Puebla, que nuestra empresa realizará.

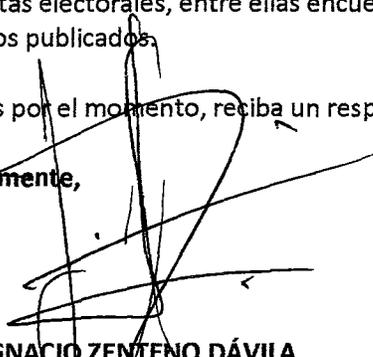
Conforme se establece en los lineamientos antes señalados, anexo a la presente encontrará la descripción de la metodología que utilizaremos para la estimación de la muestra, recolección y procesamiento de datos. De igual forma, se explica la logística de campo y capacitación al personal involucrado en el estudio.

También se anexa copia del currículum de la empresa, copia de pertenencia a asociaciones gremiales, así como copia de la cédula profesional del personal técnico involucrado en el diseño y procesamiento de las encuestas.

No omito mencionarle que nuestra empresa cuenta con amplia trayectoria en la elaboración de encuestas electorales, entre ellas encuestas de salida, las cuales han resultado certeras en todos los casos publicados.

Sin más por el momento, reciba un respetuoso saludo.

Atentamente,

  
**JOSÉ IGNACIO ZENTENO DÁVILA**  
Director General

**INSTITUTO NACIONAL ELECTORAL**  
**CONSEJO LOCAL**

MARIZAL SCHER 13:46  
29 MAY 2015  
INGALCUAL  
DO EN COPIA

**RECIBIDO**  
ESTADO DE PUEBLA



**METODOLOGÍA DE LA ENCUESTA DE SALIDA  
QUE SE REALIZARÁ EL 7 DE JUNIO DE 2015 EN  
LOS DISTRITOS ELECTORALES FEDERALES DEL  
ESTADO DE PUEBLA**

## **OBJETIVO DEL ESTUDIO**

Estimar la distribución de votación emitida por los ciudadanos que acudieron a votar por los diferentes candidatos a diputados federales en los 16 distritos del estado de Puebla. Esto se hará mediante encuestas de salida que consistirán en la realización de entrevistas cara a cara, fuera de las casillas, a ciudadanos que ya hubiesen emitido su voto, aplicadas a una muestra representativa que garantice un intervalo de error menor al  $\pm 3.0\%$  con un nivel de confianza del 95%

## **MARCO MUESTRAL**

El marco muestral del estudio se constituye por todas las secciones electorales en las que el INE divide los 16 distritos electorales federales del estado de Puebla y que estén vigentes al día de la elección.

## **DISEÑO MUESTRAL**

### **Población objetivo**

Ciudadanos que hubiesen emitido su voto.

### **Procedimiento de selección de unidades**

El procedimiento de muestreo será estratificado y polietápico aleatorio, donde la primer unidad de muestreo será la sección electoral y la última el informante.

Antes de seleccionar las secciones electorales en muestra, se clasificaron todas las secciones electorales en cinco categorías o estratos. El método de estratificación de las secciones consiste en la ponderación de los resultados de las cuatro elecciones previas, con base en ello cada sección se clasifica de acuerdo a las preferencias de la mayoría de sus votantes, en cinco categorías; Duro PRI, Blando PRI, Volátil, Blando Opositor al PRI y Duro Opositor al PRI. Con esta información y para evitar un sesgo en la estimación, se hará una distribución proporcional al listado nominal vigente de cada estrato y se seleccionarán las secciones mediante muestreos aleatorios independientes.

Los informantes serán seleccionados en forma sistemática con arranque aleatorio a las afueras de las casillas electorales y después de que hubiesen emitido su voto.

### **Procedimiento de estimación**

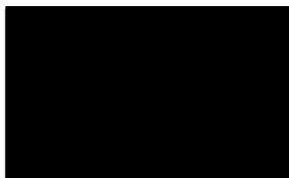
El tipo de muestreo utilizado es el de proporciones ya que lo que se pretende saber es por cuál partido votó el entrevistado seleccionado y no otros atributos poblacionales.

## MAS DATA: Metodología para encuesta de salida

---

### Tamaño y forma de obtención de la muestra

La fórmula para obtener el número de entrevistados es:



Donde:

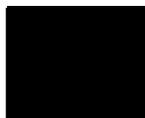
**N** = Total de la población que cuenta con credencial para votar con fotografía y que se encuentra en el listado nominal de cada distrito.

**K2** = Valor de tablas estadísticas de la distribución normal para obtener una confianza determinada (para un nivel de confianza del 95%,  $K=1.96$ )

**Z** = Varianza de la población de la proporción a medir, el valor máximo en estos casos se alcanza cuando  $p = 0.5$  es decir:  $Z = P(1-p) = 0.25$

**e** = Término de error máximo aceptable que en este caso será menor al 3.0%

Cuando se tienen poblaciones infinitas mayores a 20,000 habitantes, la fórmula se simplifica, resultando:



**No respuesta**

Se realizan los ajustes considerando la tasa de no respuesta -TNR- de la siguiente manera:



Considerando una tasa de no respuesta del 30% y haciendo las sustituciones correspondientes, el número de entrevistas por distrito es de:

**n' = 1524**

Por experiencia sabemos la productividad promedio de un encuestador en este tipo de elecciones intermedias es de 40 entrevistas a lo largo de la jornada electoral. Lo que nos arroja un total requerido para la muestra de 38 puntos muestrales (secciones electorales) por distrito.

# MAS DATA: Metodología para encuesta de salida

## Calidad de la estimación

Elección	Distribución	Muestra esperada	Error estadístico	Confianza estadística
Diputados Federales de mayoría relativa	38 puntos muestrales por distrito	1524 entrevistas	±3.0% por distrito	95%

## Tratamiento de la no respuesta

La frecuencia de no respuesta varía de acuerdo a cada pregunta. Para el efecto de estimar las preferencias electorales, se consideró una tasa de no respuesta del 30% en la definición del tamaño de la muestra.

## MÉTODO DE RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN

Se trata de una encuesta de salida, por lo que se realizarán entrevistas cara a cara a ciudadanos que ya hubiesen emitido su voto. Las entrevistas serán voluntarias y anónimas. En cada una de las entrevistas el encuestador se presentará como tal ante el encuestado y por ningún motivo se obligará a las personas a responder a la encuesta.

Se aplicará un cuestionario de 12 preguntas (anexo 1). Para efectos de recolectar la preferencia electoral, se presentará una boleta simulada (anexo 2) al informante, quien la marcará y depositará en una urna portátil de cartón que cada encuestador llevará consigo.

## FORMA DE PROCESAMIENTO DE INFORMACIÓN

Proporciones simples obtenidas por cada partido político a partir de las frecuencias de respuestas dadas por los informantes. No utilizamos factores de expansión ni ningún otro método de corrección estimaciones.

## SOFTWARE UTILIZADO

- Gestor de Base de Datos **MySQL Versión 5.0.1**
- Librería **Javascript JQuery**
- Librería **CSS Bootstrap**
- Sistema Operativo: **Linux**
- Librería de datos para Excel: **ExcelReader**
- Las credenciales para control de accesos al sistema se cifran con **SHA1**
- Statistical Package for the Social Sciences (SPSS)

## MAS DATA: Metodología para encuesta de salida

---

### **LOGÍSTICA EN CAMPO**

Con base en nuestros estándares de calidad, se asignará un supervisor de campo por cada 5 encuestadores.

Cada encuestador se ubicará a las afueras de las casilla básica asignada para la muestra, a una distancia prudente para evitar interferir con el proceso de votación.

Los encuestadores portaran camiseta y gorra con los logotipos y datos generales de la empresa, así como con una credencial que los identifique.

### **CAPACITACIÓN DEL PERSONAL**

Todos nuestros encuestadores recibirán 2 sesiones de capacitación presencial de 2 horas cada una. Además, se les hará entrega de un manual que deberán llevar consigo durante la jornada electoral donde se incluirán respuestas a las dudas más frecuentes que ocurren en el trabajo de campo.

# ANEXO 1

# MAS DATA: Metodología para encuesta de salida

## Ejemplo de cuestionario

Encuesta de salida PUEBLA

- 7 de junio de 2015 -

Folio:

Secc:

Distrito Electoral Federal

Fecha (día / mes):

May buenos días/tardes. Mi nombre es \_\_\_\_\_ y trabajo para la firma MAS DATA. Nuestro trabajo es conocer la opinión de personas como usted a través de encuestas, por lo que sus respuestas serán utilizadas para fines estadísticos exclusivamente. Esta encuesta durará menos de dos minutos ¿está usted tan amable de responderla?

1) Si alguna respuesta es negativa, agradezca y despídase

2) Si todas las respuestas son afirmativas, inicie la entrevista

Número de intentos para conseguir terminar esta entrevista (marcar cada intento): 1/2/3/4/5/6/7/8/9

1) ¿Aproximadamente cuándo decidió el candidato o partido por cual votó en estas elecciones para diputado federal? Lea opciones 1 a 4

1) Antes de abril de 2015 2) Entre abril y mayo de 2015 3) En la última semana 4) El día de hoy 5) No contesta

2) ¿Quién de los partidos cree que ganará las elecciones a diputado federal por este distrito? Espontánea

1) PRI PVEM 2) PAN 3) PRD 4) PT 5) Movimiento Ciudadano 6) PANAL 7) MORENA  
8) Encuentro Social 9) Partido Humanista 99) No sabe / No contesta

3) Independientemente de cómo votó, ¿con cuál partido se identifica usted más? Espontánea, insista en el grado

1) PRI mucho 2) PRI poco 3) PAN mucho 4) PAN poco 5) PRD mucho 6) PRD poco  
7) MORENA mucho 8) MORENA poco 9) Otros partidos 10) Ninguno 99) No sabe / No contesta

4) Por la forma en que usted acostumbra votar, ¿siempre lo hace por el mismo partido o a veces vota por otros?

1) Siempre vota por el mismo 2) A veces por otros 3) Primera vez que vota 4) No contesta

5) PRESENTAR BOLETA. Por favor anote con una marca sobre el partido o candidato por el cual acaba de votar para diputado federal. Los datos recabados serán utilizados exclusivamente para fines estadísticos (el informante marca y luego deposita la boleta en la urna portátil)

6) Pensando en las razones que motivaron su voto, le voy a presentar algunas opciones para que usted me diga cuál se acerca más a su forma de pensar. En estas elecciones de diputado federal, usted votó por... Lea cada par de opciones y espere respuesta

	(1)	ó	(2)	(3)	(4)
a) Un cambio de rumbo en el estado de Puebla			Por la continuidad en el estado de Puebla	Ninguna	NS/NC
b) Un cambio de rumbo en el país			Por la continuidad en el país	Ninguna	NS/NC
c) Por el mejor candidato			Por el menos malo	Ninguna	NS/NC
d) Por la imagen			Por las propuestas	Ninguna	NS/NC
e) Por el candidato			Por el partido	Ninguna	NS/NC

7) ¿Cómo ha cambiado su situación económica personal y la de su familia desde hace 12 meses hasta la actualidad? Lea opciones 1 a 4

1) Mejoró 2) Sigue igual de bien 3) Sigue igual de mal 4) Empeoró 5) NS/NC

8) ¿Y cómo cree usted que va a evolucionar su situación personal dentro de 12 meses? Lea opciones 1 a 4

1) Va a mejorar 2) Va a seguir igual de bien 3) Va a seguir igual de mal 4) Va a empeorar 5) NS/NC

### SOCIOECONÓMICOS

B. Sexo (anote sin preguntar)

1) Hombre 2) Mujer

C. ¿Me podría decir su edad.? Si la entrevistada no quiere responder anote 99

1) 18 a 25 2) 26 a 39 3) 40 a 55 4) Más de 56

D. ¿Cuál es su principal ocupación..? Espontánea

1) Empleado de gobierno (maestro escuela pública)	2) Trabaja por su cuenta (no contrata trabajadores)	3) Patrón o empresario (contrata trabajadores)	4) Trabajador sin pago (negocio o predio familiar)
5) Profesionalista independiente	6) Obrero, jornalero o peón	7) Ama de casa	8) Estudiante
9) Desempleado (busca empleo)	10) Jubilado	11) Empleado de empresa privada	12) Empleada (o) doméstica
13) Otro:			99) No contesta

E. ¿Hasta qué nivel estudió usted?

1) Sin estudios	2) Primaria	3) Secundaria	4) Técnica	5) Bachillerato
6) Licenciatura	7) Postgrado	8) No contesta		

Muchas gracias, ha sido usted muy amable en colaborar con nosotros.

Encuestador: \_\_\_\_\_ Firma: \_\_\_\_\_ Hora de finalización: \_\_\_\_\_

Declaro bajo protesta de decir verdad que los datos asentados en este cuestionario fueron proporcionados directamente por la persona encuestada, según las indicaciones de la empresa Mas Data y en caso de que se detecte algún dato falso se anulan las condiciones que la han establecido.

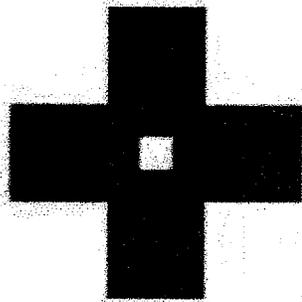
## ANEXO 2

# MAS DATA: Metodología para encuesta de salida

## Ejemplo de boleta simulada

		<b>MASDATA ENCUESTA DE SALIDA PUEBLA, 7 DE JUNIO DE 2015</b>		FOLIO
Por favor marque con una "X" el cuadro del candidato o partido por el cual votó en las elecciones				
DISTRITO ELECTORAL FEDERAL N° 6 DIPUTADO FEDERAL				
<input type="checkbox"/> XABIER ALBIZURI MORETT 	<input type="checkbox"/> XITLALIC CEJA GARCIA 	<input type="checkbox"/> LUIS FERNANDO BRAVO NAVARRO 	<input type="checkbox"/> MANUEL ALBERTO MERLO MARTINEZ 	
<input type="checkbox"/> MARIA ADRIANA CASTRO SANCHEZ DE CIMA 	<input type="checkbox"/> MARIO EDMUNDO CHAPITAL DE LA ROSA 	<input type="checkbox"/> PATRICIA VARA GUTIERREZ 	<input type="checkbox"/> ANULÓ	
<input type="checkbox"/> MARIA DE LA LUZ DEL CARMEN PEREZ CHALINI 	<input type="checkbox"/> YADIRA ANTONIETA GALINA BONILLA 	<input type="checkbox"/> MARCIA JOSEFINA TAYLOR BUSCH 	<input type="checkbox"/> CANDIDATO NO REGISTRADO	
<b>Este es ejercicio es una encuesta</b> Los datos proporcionados se utilizarán exclusivamente para fines estadísticos				

## ANEXO 3



# MAS DATA

Investigaciones de mercado • Estudios de opinión • Consultoría

---

CURRICULUM  
VITAE

## **MISION DE LA EMPRESA**

Desde el año 2002 estamos dedicados a prestar servicios profesionales de investigación, comunicación y mercadotecnia, diseñados para ayudar a nuestros clientes a ser más competitivos.

## **VALORES**

- ◆ Respeto al cliente
- ◆ Profesionalismo
- ◆ Veracidad
- ◆ Confiabilidad
- ◆ Confidencialidad
- ◆ Exclusividad.

## **ACTIVIDADES**

Nuestra empresa cuenta con la experiencia y los recursos humanos para realizar las siguientes actividades:

- ◆ Estudios de opinión (encuestas domiciliarias, telefónicas, auto llenado, grupos de enfoque y entrevistas en profundidad)
- ◆ Investigaciones estadísticas y documentales
- ◆ Investigaciones de mercado
- ◆ Asesoría en mercadotecnia
- ◆ Consultoría estratégica

## SERVICIOS

Con la finalidad de responder a la demanda de nuestros clientes, y para poder brindarles un servicio integral y confiable, hemos conformado un amplio abanico de opciones que ponemos a su disposición:

- ◆ Investigación de mercados
- ◆ Estudios de opinión pública
- ◆ Estudios de penetración de campañas publicitarias
- ◆ Estudios de valores y hábitos de consumo
- ◆ Segmentación de mercados
- ◆ "Mystery Shopper"
- ◆ Mercadotecnia para candidatos, partidos políticos y gobiernos
- ◆ "Tracking" electoral
- ◆ Encuestas de Salida y Conteos Rápidos

## EXPERIENCIA

Nuestra empresa ha participado en proyectos de asesoría para clientes de gran relevancia en la actividad económica y política de México. Hemos trabajado en prácticamente todos los estados de la República.

Contamos con nuestro propio personal de campo en 72 ciudades de 30 estados del país.

En 2012 fuimos aceptados como miembros de la Asociación Latinoamericana de Consultores Políticos ALACOP.

Tenemos amplia experiencia en el levantamiento de encuestas para ayudar a los partidos políticos a seleccionar a sus candidatos. Por ejemplo, hemos participado en los procesos de selección interna de la Coalición Compromiso por Puebla del PAN, PRD, Movimiento Ciudadano y Nueva Alianza en 2010, y del PRD en el estado de Chiapas en 2012, por mencionar algunos casos.

En el proceso electoral del año 2013 en Puebla, levantamos diariamente una encuesta "tracking" durante más de 2 meses, cuyos resultados se publicaron en el Diario CAMBIO, donde se pueden consultar. Nuestras

encuestas fueron y han sido certeras en todos los procesos electorales donde hemos participado.

Realizamos evaluaciones de calidad en la venta de seguros en sucursales de Banco Santander, mediante mystery shopper. Esta investigación la llevamos al cabo en todo el país desde hace varios años.

Entre nuestros clientes se encuentran:

### **Sector público**

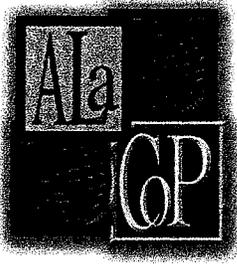
- ◆ Gobierno del estado de Puebla
- ◆ Gobierno del estado de Tlaxcala
- ◆ Gobierno del estado de Oaxaca
- ◆ Gobierno del estado de Colima
- ◆ H. Ayuntamiento de Puebla
- ◆ H. Ayuntamiento de San Pedro Cholula, Puebla
- ◆ H. Ayuntamiento de Teziutlán, Puebla
- ◆ H. Ayuntamiento de San Pedro Cholula, Puebla
- ◆ H. Ayuntamiento de Tapachula, Chiapas
- ◆ Administraciones portuarias (API) de Veracruz, Altamira, Manzanillo, Lázaro Cárdenas, Salina Cruz y Puerto Progreso
- ◆ Instituto Nacional de Protección a los Adultos Mayores INAPAM
- ◆ Diversos partidos y candidatos a cargos de elección popular. Hemos colaborado en campañas de legisladores locales y federales, presidentes municipales y gobernadores de todos los partidos políticos de México.

### **Sector privado**

- ◆ Seguros Zurich - Santander
- ◆ Domino's Pizza
- ◆ TAMARIZ, productos lácteos
- ◆ CEMEX
- ◆ Diario Cambio

- ◆ Agricultura Nacional, Producción de fitosanitarios
- ◆ MZ Consultores
- ◆ Código, Comunicación y Medios
- ◆ MERCA DIEZ
- ◆ DATAMÁTICA
- ◆ Avícola GALGUERA
- ◆ VINASA, fábrica de hielo
- ◆ Alfonso Amador y Asociados
- ◆ Control de Riesgos
- ◆ Universidad Realística de México
- ◆ LEXA Consulting Group

## ANEXO 4



Buenos Aires, 5 de Julio de 2013

INSTITUTO ELECTORAL DE PUEBLA

At: A quien corresponda

En mi calidad de Presidente de la Asociación Latinoamericana de Consultores Políticos (ALACOP), certifico que José Zenteno, Director de MAS DATA - empresa dedicada a prestar servicios profesionales de investigación, comunicación y mercadotecnia - es miembro de la Asociación.

La Asociación Latinoamericana de Consultores Políticos es una agrupación de profesionales dedicados a la investigación, análisis y apoyo de los procesos democráticos y electorales en América Latina, desde una perspectiva multidisciplinaria.

Nuestro objetivo es ayudar a que haya más y mejor democracia en la región, a través de una mejor comunicación entre gobiernos, fuerzas políticas y sociales, y la ciudadanía. Ponemos a su servicio todos nuestros conocimientos, experiencias y habilidades en un marco de absoluto respeto por las instituciones y la ética.

Es nuestro deseo que todos aquellos que han abrazado esta fascinante profesión de la consultoría política se unan para intercambiar experiencias, enriquecernos mutuamente, promover el diálogo democrático y así trabajar por la felicidad de nuestros respectivos pueblos.

Saludos cordiales,

LIC. CARLOS FARA

PRESIDENTE DE ALACOP