



Comunicación **Política**

Informe Técnico Sobre Encuesta de Preferencia Electoral

Distrito 4 Federal, Tamaulipas

Fecha de publicación: 10 de Mayo de 2015

INFORME DE LA EMPRESA CONSULTORÍA EN COMUNICACIÓN POLÍTICA CPM, S.C. SOBRE LA REALIZACIÓN DE LAS ENCUESTAS EN VIVIENDAS DEL EL ESTADO DE TAMAULIPAS SOBRE PREFERENCIAS ELECTORALES REALIZADAS DEL 29 AL 30 DE ABRIL DE 2015 Y CUYOS RESULTADOS FUERON PUBLICADOS EL DÍA 10 DE MAYO DEL MISMO AÑO.

Este informe describe los criterios generales de carácter científico del estudio de acuerdo con lo dispuesto en los artículos 213, numeral 1, de la Ley General de Instituciones y Procedimientos Electorales, LGIPE y los cuales fueron emitidos por el Instituto Nacional Electoral (en lo sucesivo llamado de forma indistinta como INE), en su Acuerdo General CG220/2014, cumpliendo con los Lineamientos establecidos en dicho Acuerdo.

I. Objetivos del Estudio

Las encuestas realizadas en viviendas pertenecientes al Distrito IV de Tamaulipas con cabecera en Matamoros, publicadas por Periódico Contacto en su edición Matamoros el día 10 de Mayo del 2015, fueron realizadas con el objetivo de difundir en medios de comunicación las preferencias electorales para los comicios en donde se elegirá al Diputado Federal por el Distrito IV de Tamaulipas.

II. Marco Muestral

Para la encuesta realizada en vivienda se utilizó como marco muestral el listado de las secciones electorales comprendidas en el Distrito IV Federal de Tamaulipas con cabecera en Matamoros. Además, dentro del marco muestral solo se contemplaban a las personas mayores de 18 años y con credencial de elector vigente.

III. Diseño Muestral

a) Definición de la Población Objetivo

La población objetivo del estudio son residentes del Distrito IV Federal de Tamaulipas, mayores de 18 años y con credencial de elector vigente, por lo que “los resultados reflejan las preferencias electorales y las opiniones de los encuestados al momento de realizar el estudio y son válidos sólo para esa población y fechas específicas del levantamiento de información”. Además, se tomaron en cuenta criterios de distribución geográfica, edad y género para diseñar la muestra.

b) Procedimiento de selección de unidades

Se empleó un muestreo sistemático aleatorio simple para la selección de las secciones a encuestar. Dentro de cada sección seleccionada se ubicaron las colonias y en ellas hogares por conveniencia no probabilística, en donde se aplicaron las encuestas cara a cara, conservando los parámetros de cuota para género y edad. En caso de que se declinara la entrevista o se suspendiera, los encuestadores sustituyeron dicho hogar con otro también seleccionado por conveniencia no probabilística.

c) Procedimiento de estimación

En el caso específico de las preferencias electorales se formuló la pregunta: Si la elección para elegir Diputado Federal del Distrito 4 fuera hoy, ¿por quién de éstos

candidatos votaría? Los entrevistadores hicieron la pregunta expresa a los entrevistados y llenaron un cuestionario con su respuesta. Los resultados publicados reflejan la estimación total del voto, considerando las respuestas de lo que no votarían por ninguno, los que aún no saben y los que no contestaron esa pregunta.

d) Tamaño y forma de obtención de la muestra

Se realizó un total de 600 encuestas cara a cara a personas mayores de edad con credencial de elector vigente y que fueran residentes de la unidad habitacional que se visitaba.

e) Calidad de la estimación: confianza y error máximo implícito en la muestra seleccionada para cada distribución de preferencias o tendencias.

Con un nivel de confianza del 95%, la encuesta presenta un margen de error teórico de +/- 4.53 por ciento, para los 600 entrevistados.

f) Frecuencia y tratamiento de la no respuesta, señalando los porcentajes de los indecisos, los que responden “no sé” y los que manifiestan no votar.

Al plantear la pregunta: Si la elección para elegir Diputado Federal del Distrito 4 fuera hoy, ¿por quién de éstos candidatos votaría?, 37% de los entrevistados declaró no tener preferencia por alguno de los candidatos diciendo que no votaría por ninguno, no sabe por quién votar o no contestó.

g) Tasa de rechazo general de la encuesta, reportando el número de negativas a responder o abandono del entrevistado sobre el total de intentos o personas contactadas.

Para llegar al cálculo de la tasa de rechazo se consideró la siguiente fórmula:

$$\text{Tasa de rechazo} = (R+S) / (E+R+S)$$

Donde R significa “Rechazos de personas elegibles”, S significa “Suspensiones” y E significa “Entrevistas efectivas”

Para realizar el cálculo los insumos fueron: 161 personas rechazaron la entrevista y 6 la suspendieron, sumando un total de 167 contactos no exitosos.

Por lo que la tasa de rechazo fue de 21.77%

IV. Método y fecha de recolección de información

Para la realización de las encuestas se empleó un método de entrevistas realizadas personalmente, cara a cara, en la vivienda de cada entrevistado. No se entrevistó a ninguna persona que fuera caminando por la calle, ni en negocios o establecimientos. Para proceder a realizar la entrevista se preguntó si la persona residía en el domicilio visitado y si contaba con credencial de elector vigente. La encuesta se realizó del 29 al 30 de abril del 2015.

Durante el levantamiento de las encuestas participaron 20 encuestadores y 3 supervisores de campo, los cuales fueron contratados para este ejercicio. Se les brindó una capacitación previa para compartirles la estrategia de selección de casos y de aplicación del cuestionario.

V. Cuestionario o instrumentos de captación utilizados para generar la información publicada

El cuestionario empleado fue diseñado para medir las preferencias electorales, conocer la opinión del electorado sobre los candidatos, estimar la participación en la contienda y conocer los hábitos de consumo de medios de comunicación. El cuestionario incluyó preguntas de tipo cerrado y abierto, de opción múltiple y de evaluación numérica.

VI. Forma de procesamiento, estimadores e intervalos de confianza

Los resultados se basan en las respuestas de 600 entrevistados con credencial de elector vigente. Los porcentajes derivan del conteo directo de respuestas. Con un nivel de confianza de 95 por ciento, el margen de error de la encuesta para los resultados totales es de +/- 4.53 puntos porcentuales.

VII. Denominación del software utilizado para el procesamiento

La captura de la información recopilada se hizo a través del software Microsoft Excel. El análisis de los resultados de la encuesta y la obtención de los estimadores se hizo utilizando el Paquete Estadístico para las Ciencias Sociales, SPSS para Windows, versión 22.

VIII. Bases de datos

Se adjunta a este documento el archivo SPSS con la base de datos de la encuesta sobre preferencias electorales publicada el día 10 de Mayo de 2015, por el periódico Contacto edición Matamoros.

IX. Principales Resultados

Se adjunta una presentación en formato PPT en donde se realiza un resumen de los principales resultados obtenidos de las 600 encuestas.

X. Autoría y Financiamiento

El costo, realización y financiamiento de la encuesta son responsabilidad de Consultoría en Comunicación Política CPM, S.C.

Dirección: Rosellino 815, Contry La Silla. Guadalupe, Nuevo León. C.P 67173

Teléfono: 81 83865810

XI. Recursos económicos / financieros aplicados

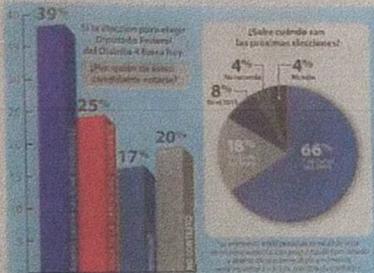
Al ser una encuesta patrocinada por la misma empresa, los costos aquí mencionados son operativos. La erogación o costo total del estudio asciende a la cantidad de \$ 70,000 para propósitos de realización de entrevistas, transporte y viáticos. Dicha cantidad no incluye el diseño del cuestionario, el diseño de la muestra, la capacitación a los encuestadores, la supervisión, el proceso de captura de la información y el análisis de la encuesta, lo cual fue realizado por los empleados de la empresa y son parte del gasto operativo diario. La empresa proporcionó la información de los resultados al periódico Contacto edición Matamoros al considerar que presentaba información de utilidad como insumo periodístico y con miras a promocionar a la empresa entre sus lectores.

XII. Experiencia Profesional y formación académica.

Somos un grupo interdisciplinario altamente especializado y con más de 15 años de experiencia que tiene el objetivo de ofrecer servicios de consultoría en comunicación e imagen, así como el análisis, manejo e interpretación de información de manera útil y objetiva.

Dentro de los servicios que ofrecemos se encuentran los estudios de opinión, focus groups, encuestas, tracking telefónico y entrevistas a profundidad. Contamos con especialistas en política pública, comunicación y economía desde niveles profesional hasta maestría.





Aventaja Ramiro Salazar 14 puntos según encuesta

La empresa que hizo el estudio es Consultoría en Comunicación Política, CPM SC

JUICIO ELEKTORAL
A escasos días de que se desarrolle la jornada electoral, el precandidato de junio Ramiro Salazar (PAN) candidato a la diputación federal por el IV Distrito Federal, aventaja considerablemente por 14 puntos a su más cercano competidor.

Esto de acuerdo a una encuesta realizada por Consultoría en Comunicación Política, CPM SC. El cómputo y la calificación humana que al candidato del Partido Acción Nacional le da una ventaja considerable que solo se ha impulsado para penetrar en el ánimo de los matamorenses, por lo que la encuesta aplicada en días recientes le da una ventaja casi impenetrable de 14 puntos.

Más información 7a

DOMINGO 10 DE JUNIO DE 2007 Número 5098, II Matamoros, Tamaulipas, 5 Secciones PRECIO POR EJEMPLAR \$7.00 periodicocontacto.com.mx

CONTACTO

"HACIENDO HONOR A LA VERDAD"



FELICES MOMENTOS DE LA GAZA A LAS MADRES MATAMORENSES

"Legislaré para respaldar el esfuerzo que realizan"

Vacuna mata a dos niños

Se encuentran seis graves por reacción

CONTACTO/AGENCIAS

Un total de 52 niños del municipio de San Miguel fueron vacunados contra BCG (tuberculosis), rotavirus y hepatitis B, de los cuales 61 presentaron la



para que evalúen la situación. Ya se encuentra en lugar un equipo encabezado por el Director Médico del Instituto, Responsable de Epidemiología Nacional, Directora del Programa IMSS Prospera, el Jefe de las Delegaciones, Responsable de Atención a los Derechos Humanos y especialistas en vacunación y toxicología.

Información para el registro de la empresa:

Nombre Comercial: Comunicación Política

Denominación Social: Consultoría en Comunicación Política CPM, S.C.

RFC: CCP0301312P9

Domicilio: Rosellino # 815. Col. Contry La Silla. Guadalupe, Nuevo León. CP. 67173

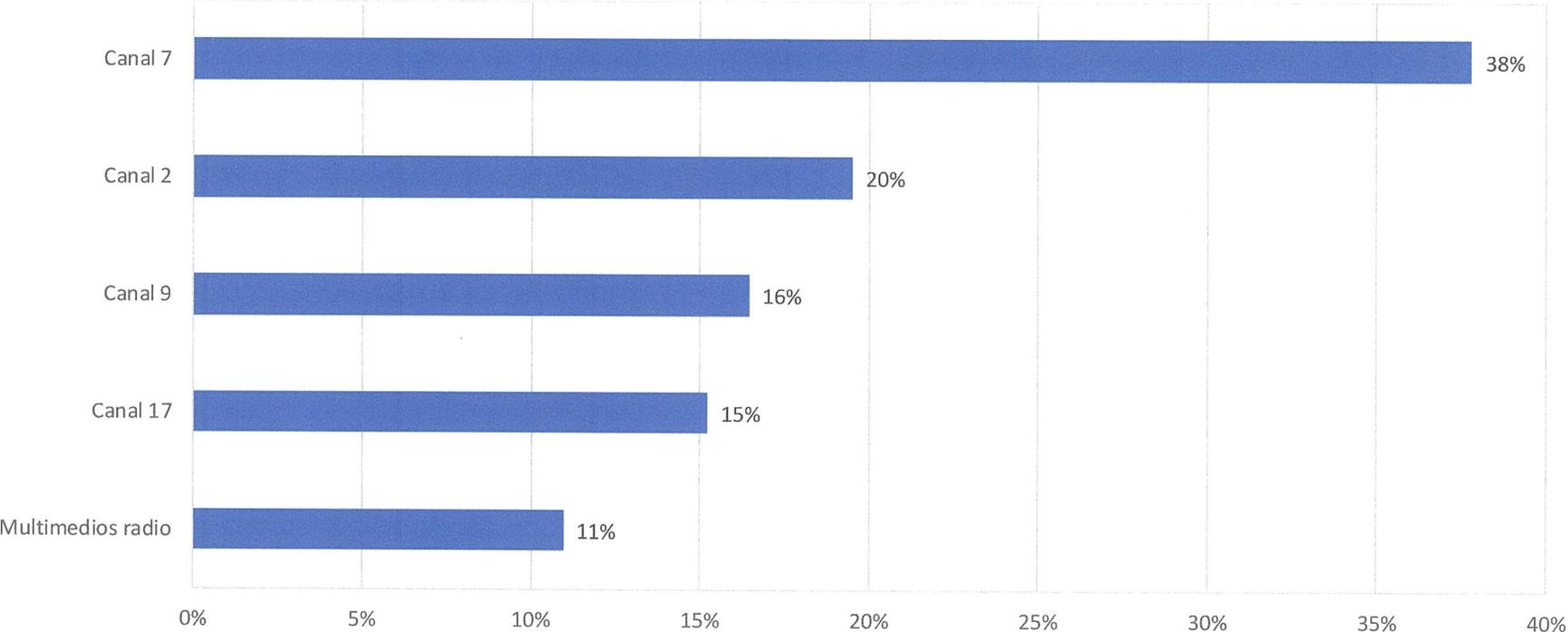
Tel. (81) 83865810

Correo Electrónico: felipe@comunicacionpolitica.com.mx

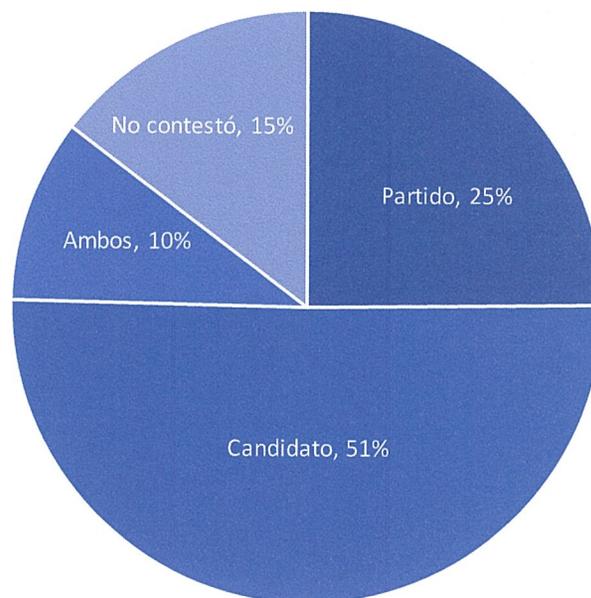
Logo:



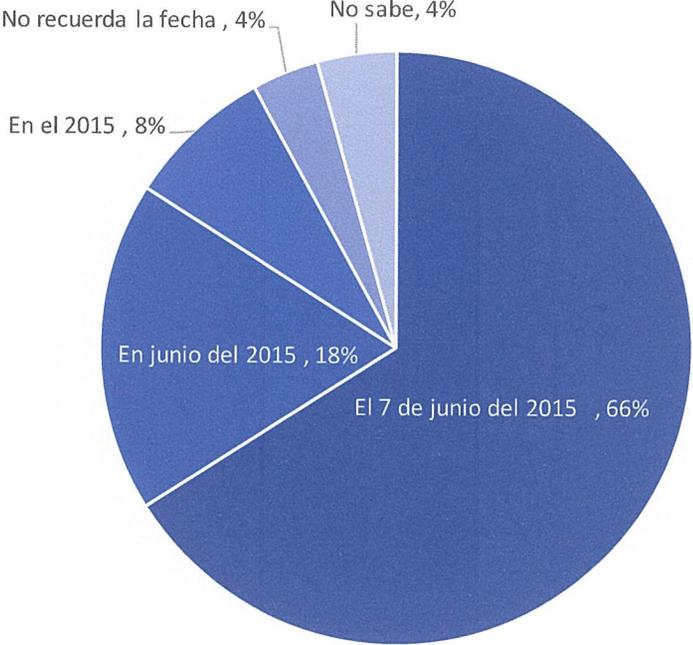
¿Qué canal?



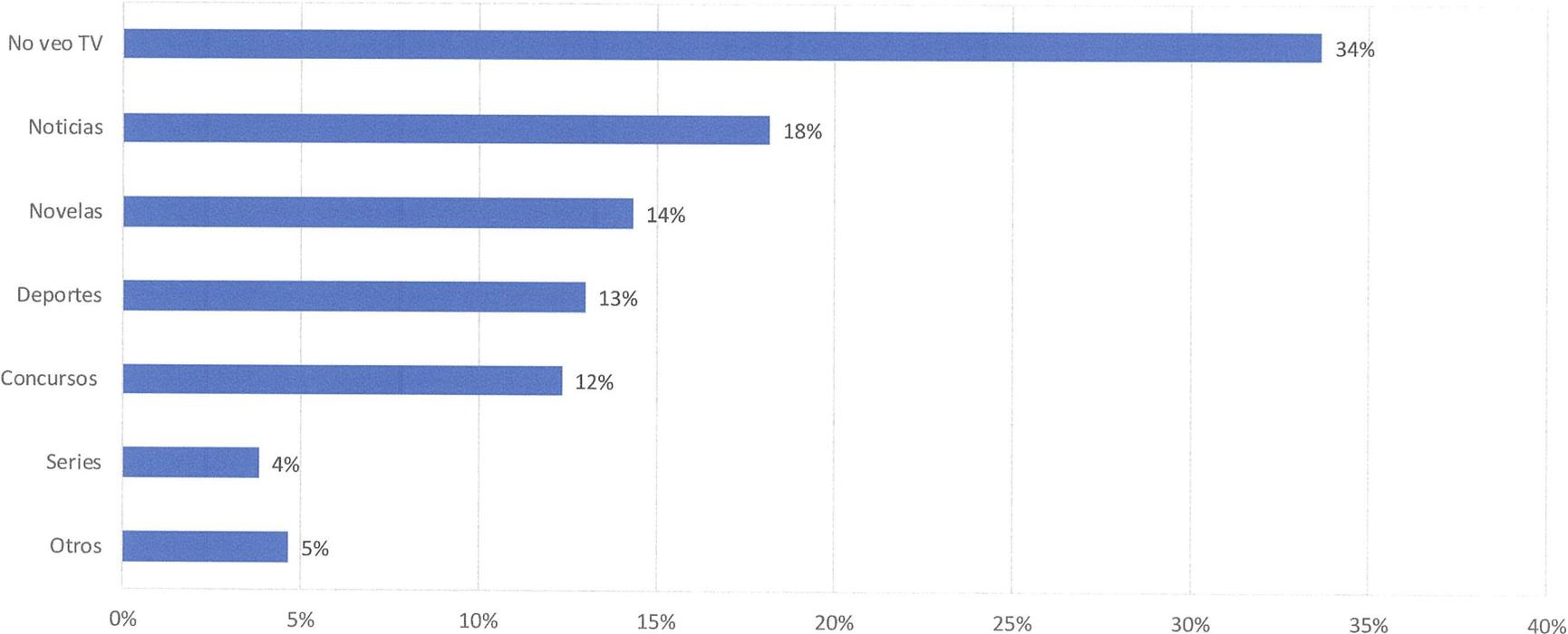
Cuando usted vota, ¿Lo hace por partido o candidato?



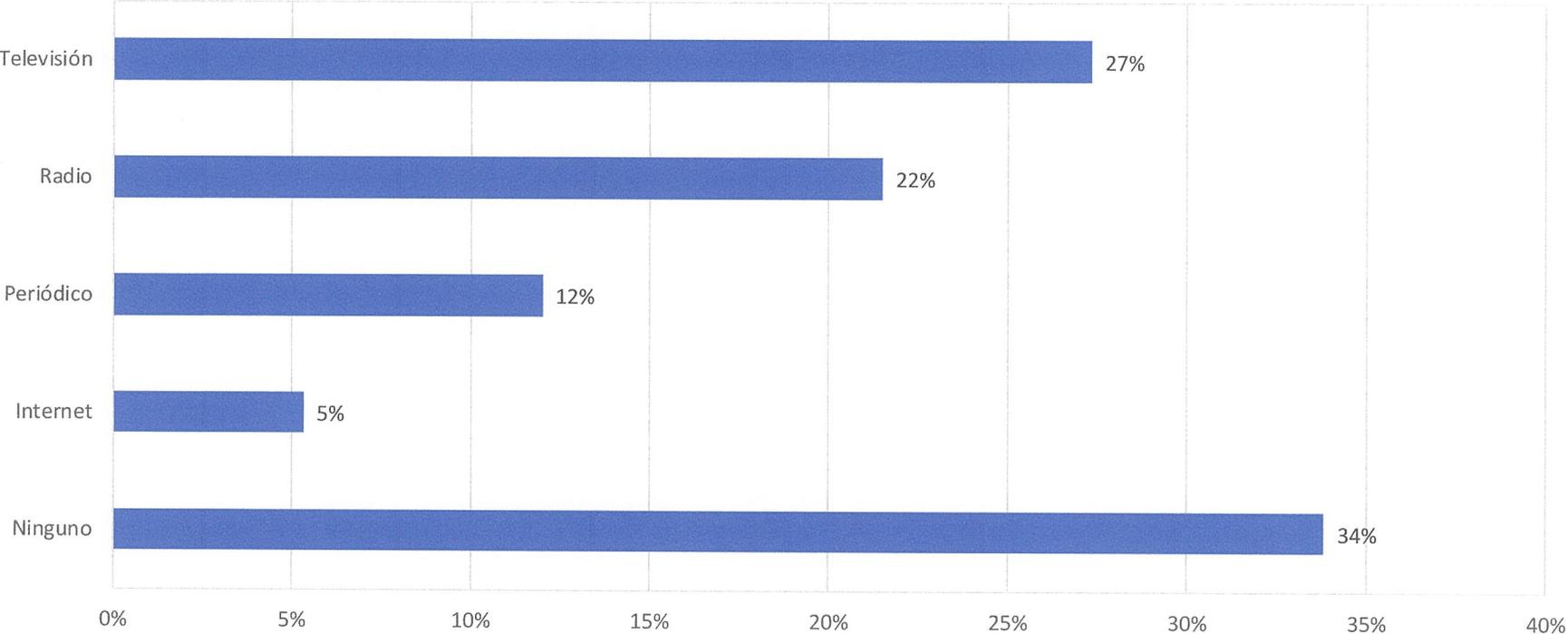
¿Sabe cuándo son las próximas elecciones?



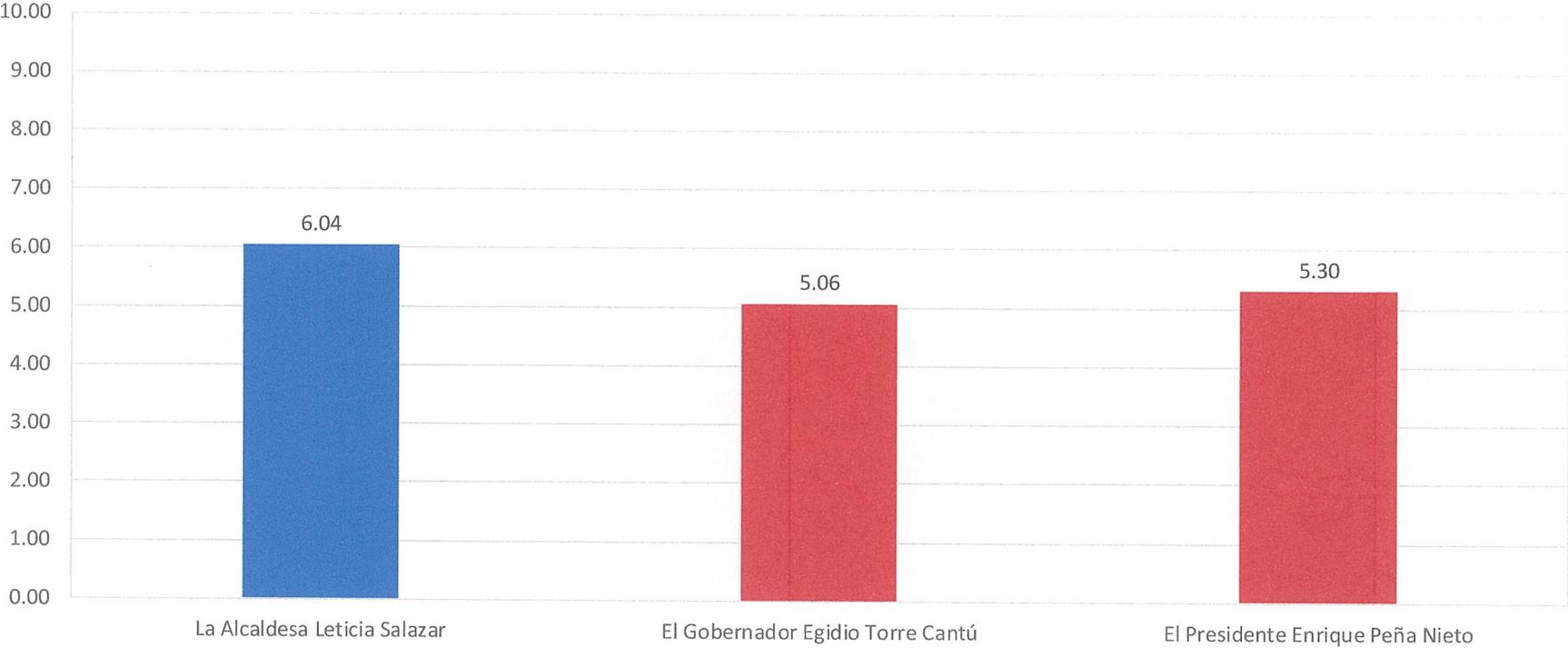
¿Cuál es su programa favorito de televisión?



De los siguientes medios, ¿cuál es el que más utiliza informarse de lo que acontecen en la localidad?

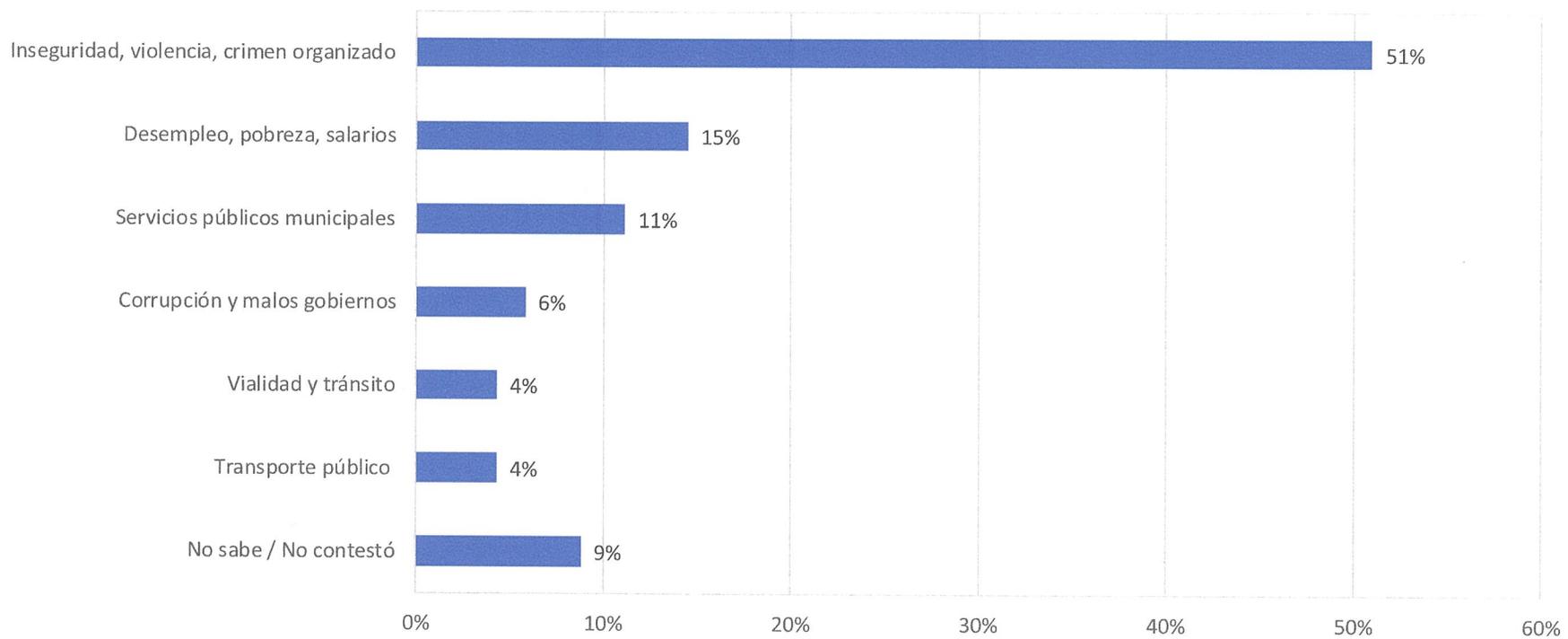


En una escala del 1 al 10, ¿Qué calificación le da al trabajo realizado por...?

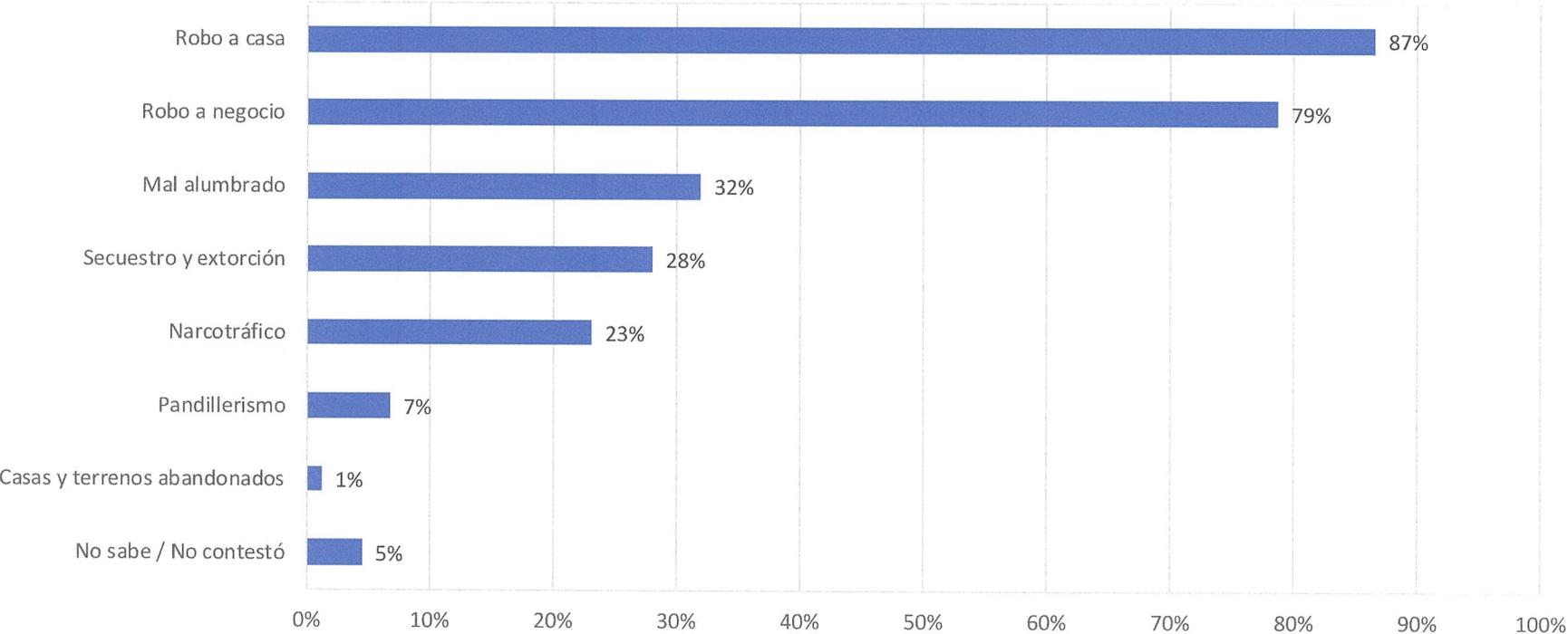


**Reporte Distrito Electoral 4
Cabecera Matamoros Tamaulipas**

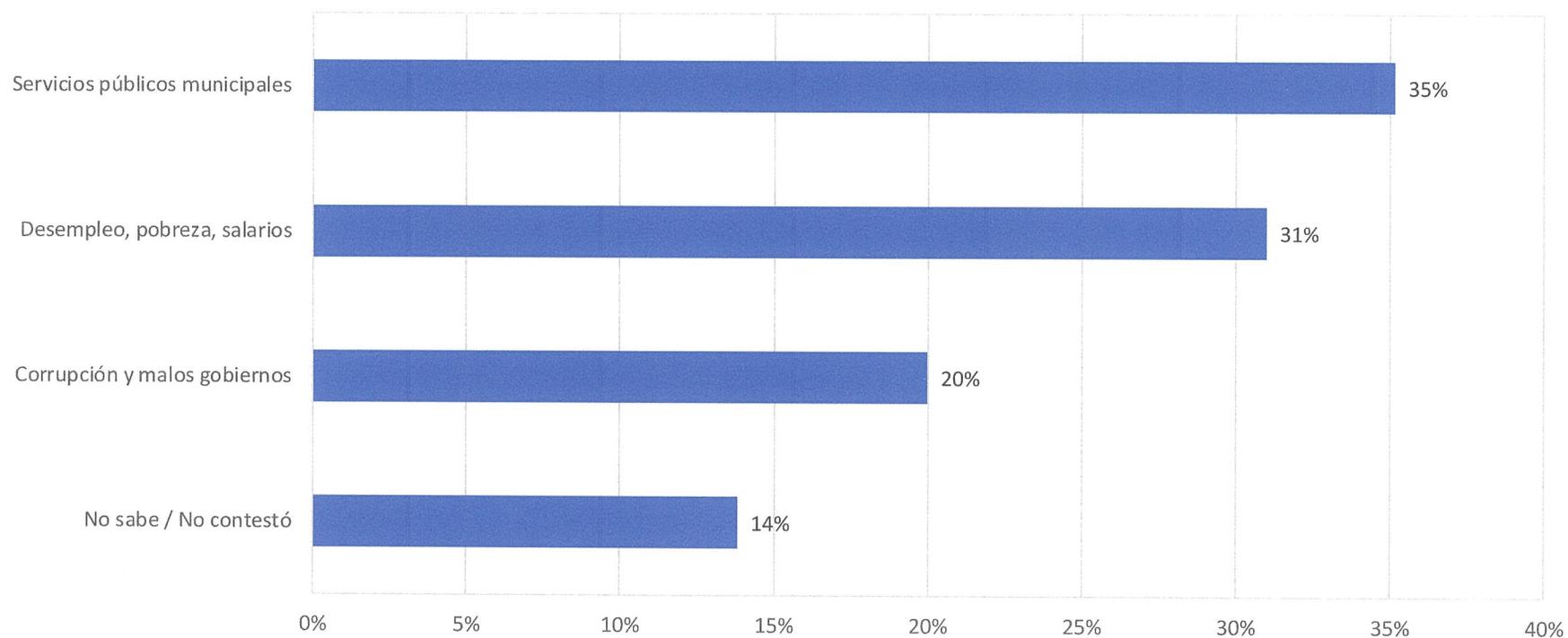
¿Cuál es el principal problema en su municipio?



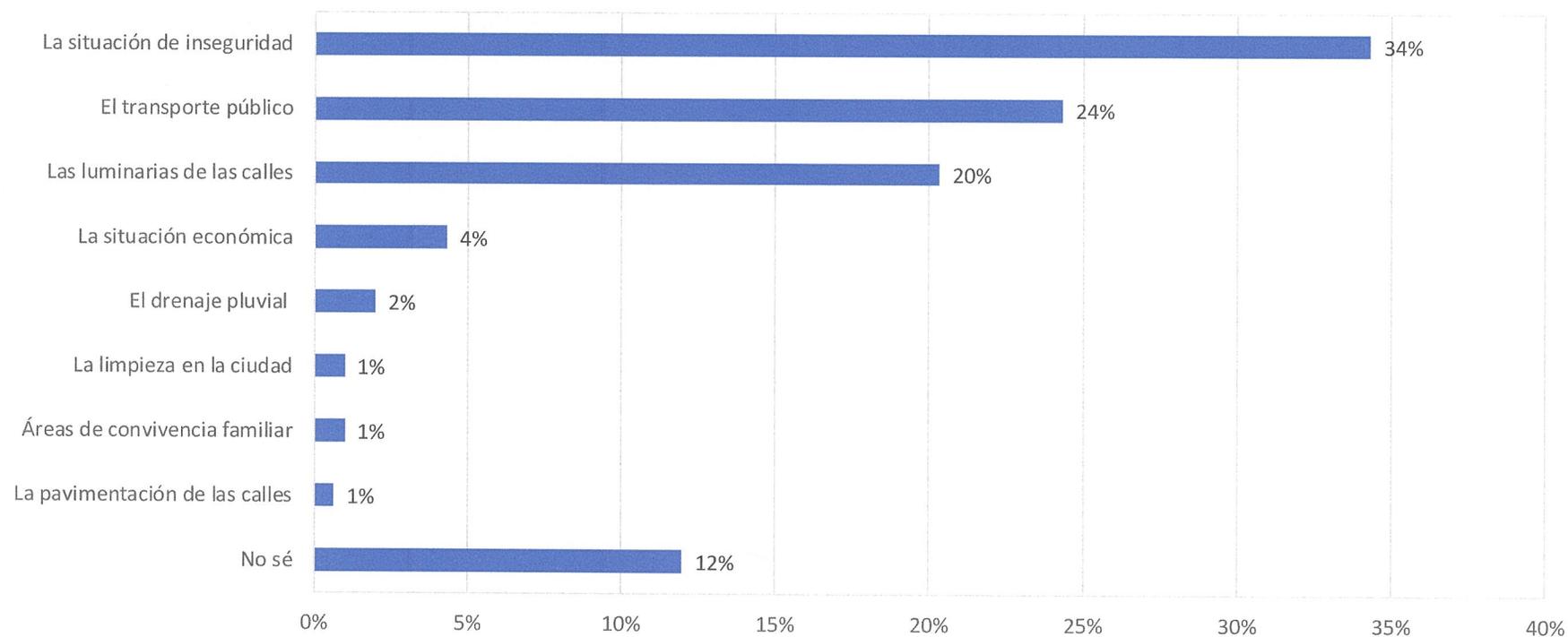
En caso de que haya dicho inseguridad, ¿a qué tipo de inseguridad se refiere?



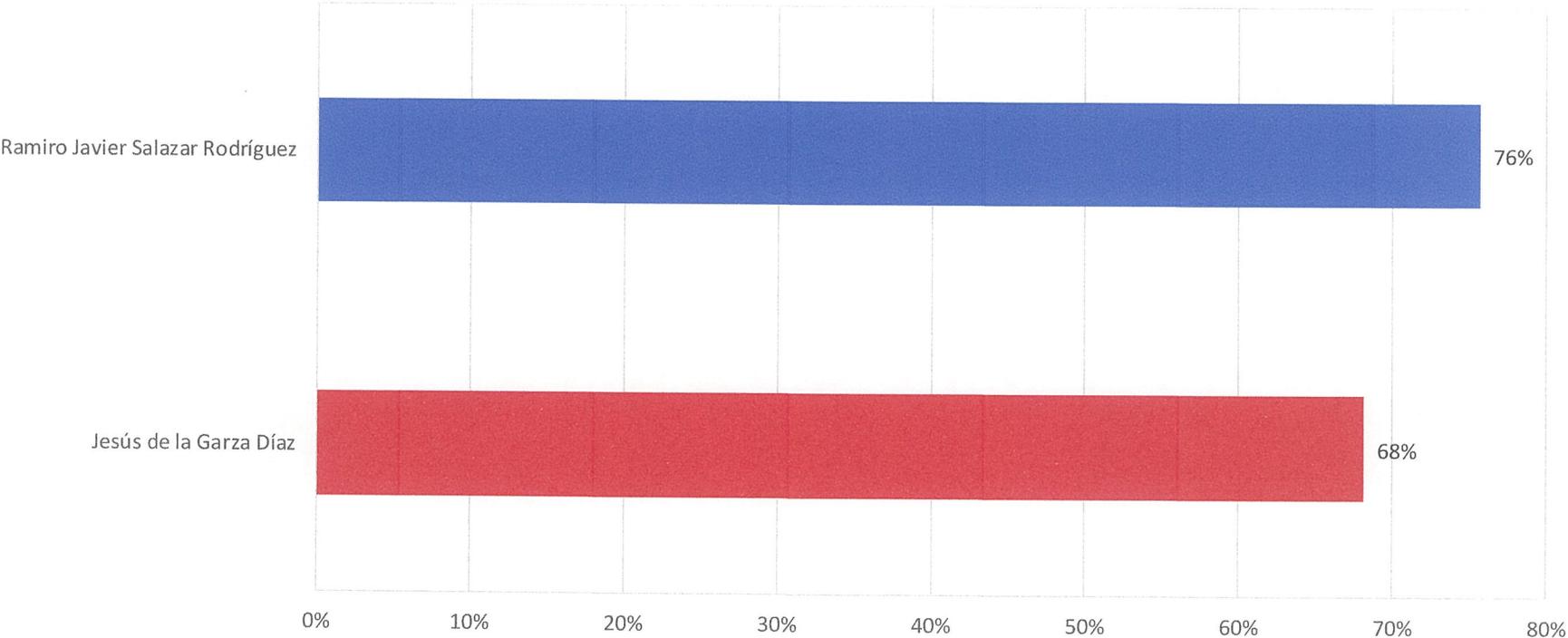
Además de la inseguridad, ¿qué otro problema considera que le afecta directamente?



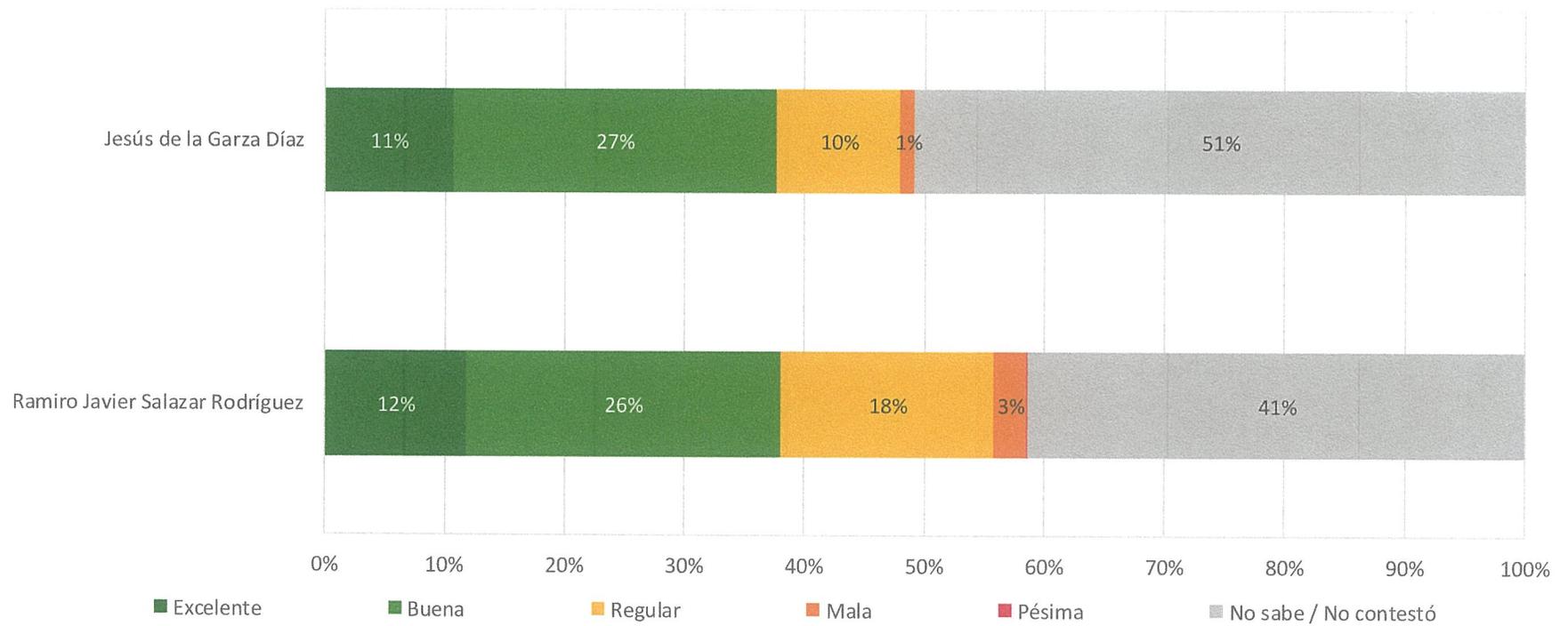
¿Qué le gustaría que mejorara en su municipio?



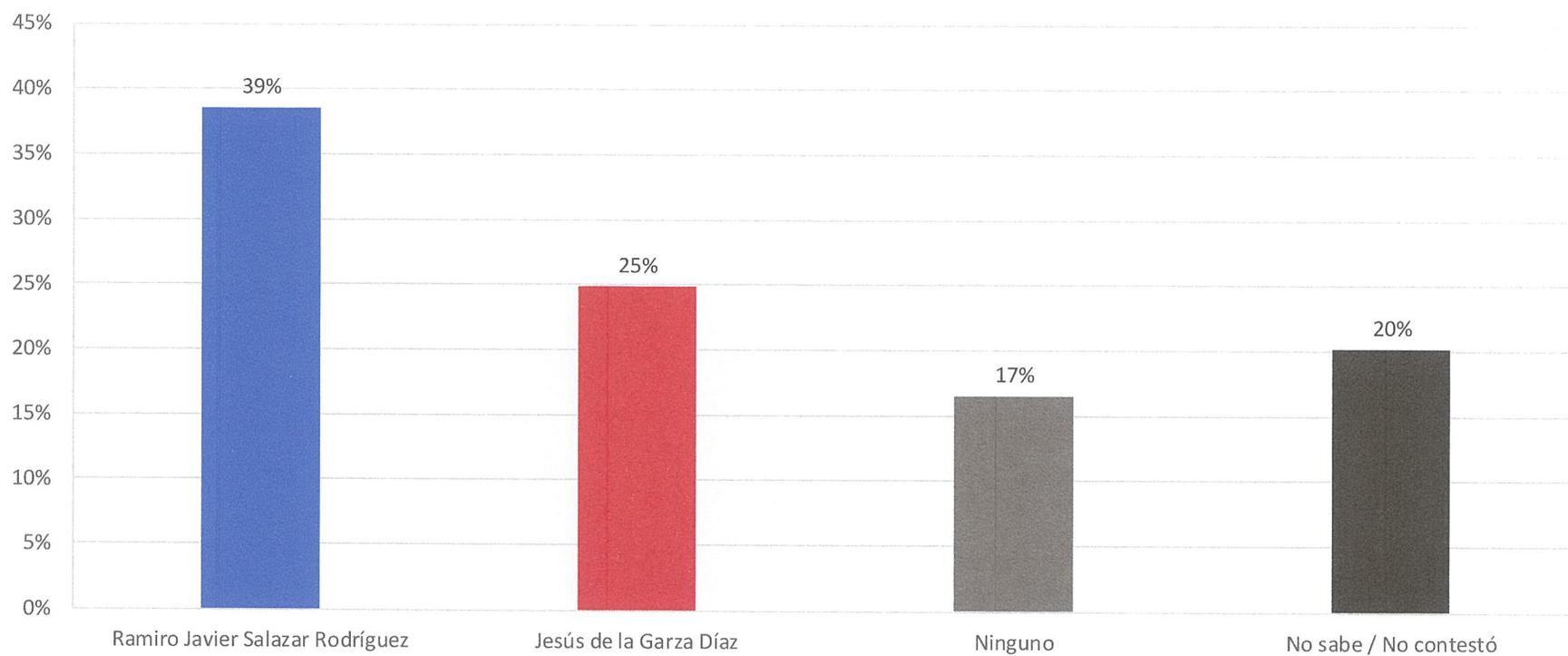
¿Conoce o ha oído hablar de...?



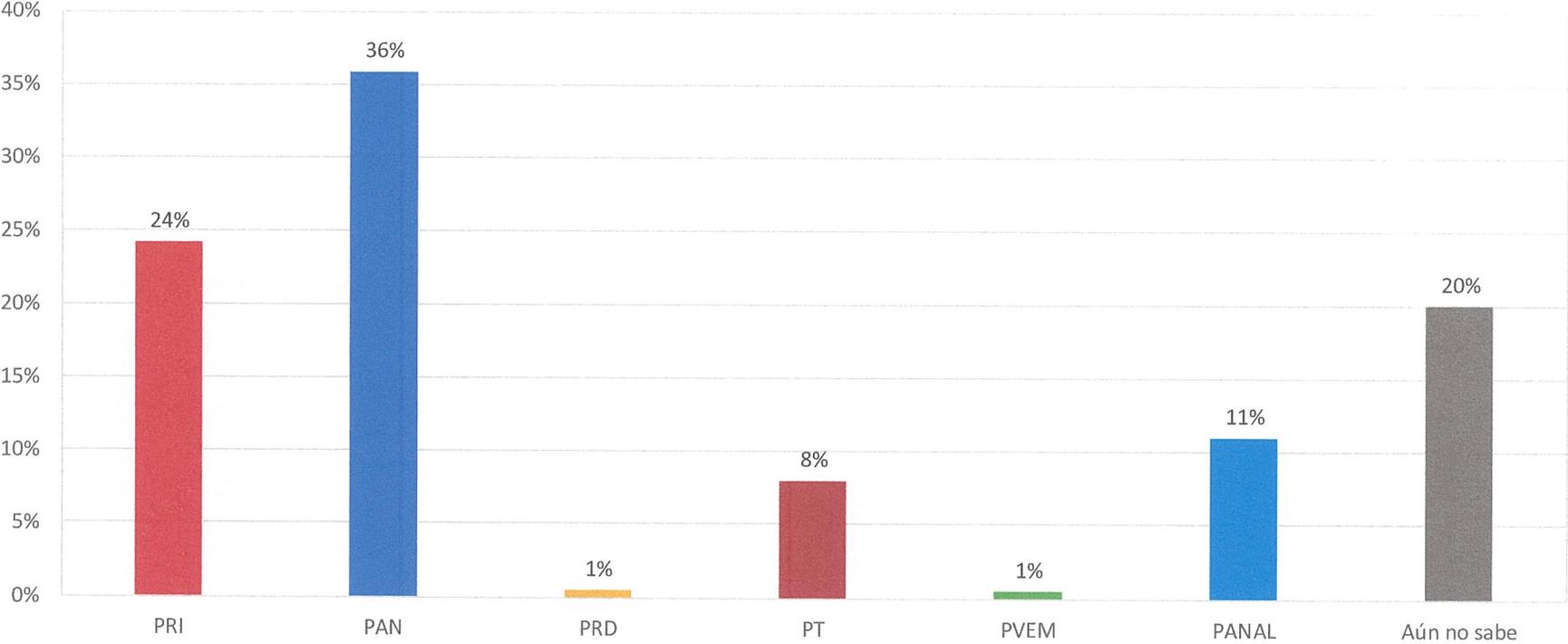
¿Qué opina de... ?



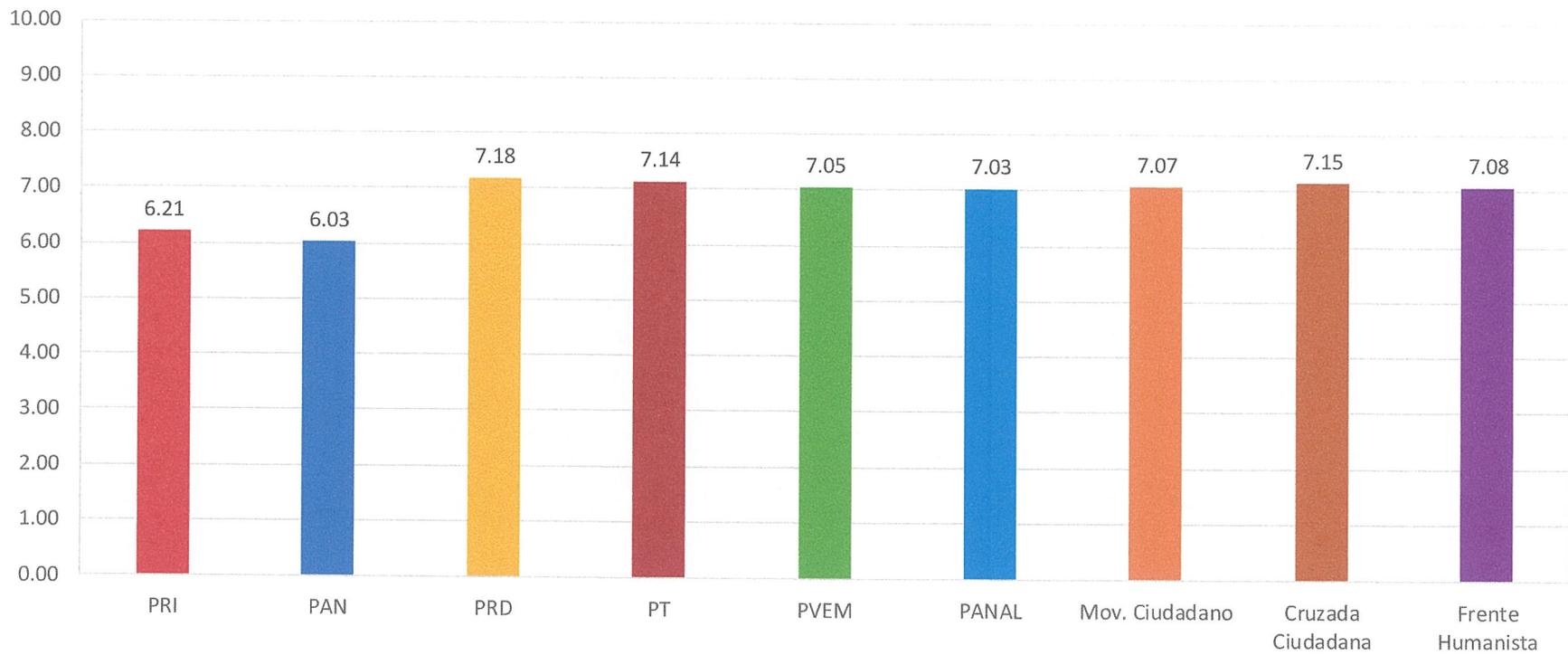
Si la elección para elegir Diputado Federal del Distrito 4 fuera hoy, ¿por quién de estos candidatos votaría?



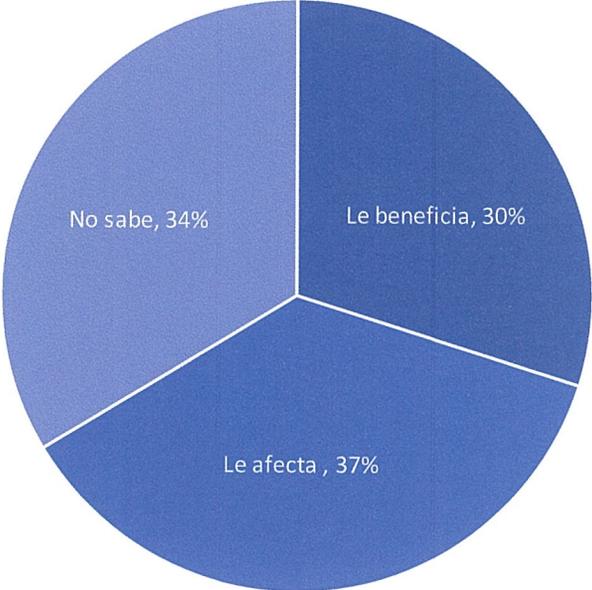
Si las elecciones para Diputado Federal del Distrito 4, fueran hoy ¿por qué partido votaría?



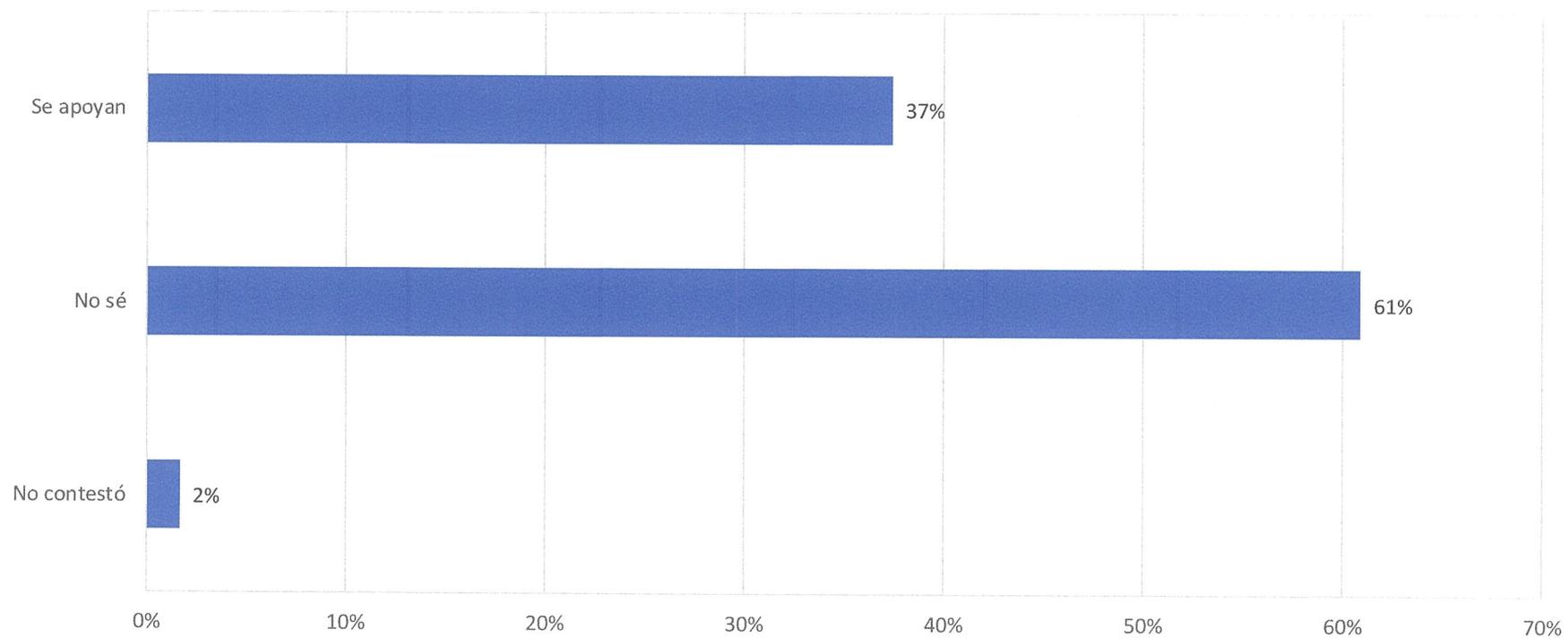
En una escala del 1 al 10, ¿Qué opinión tiene del...?



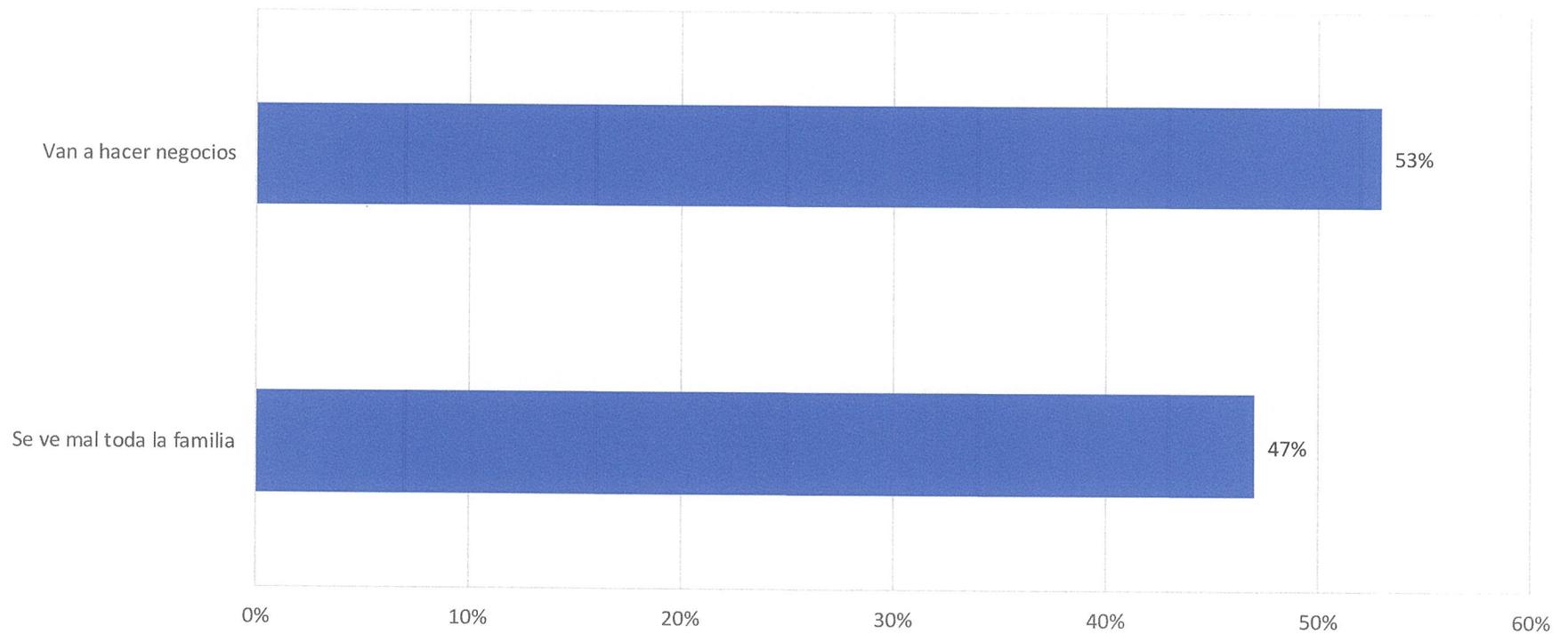
¿Cree que le beneficia o le afecta a Ramiro Salazar ser padre de la Alcaldesa Lety Salazar?



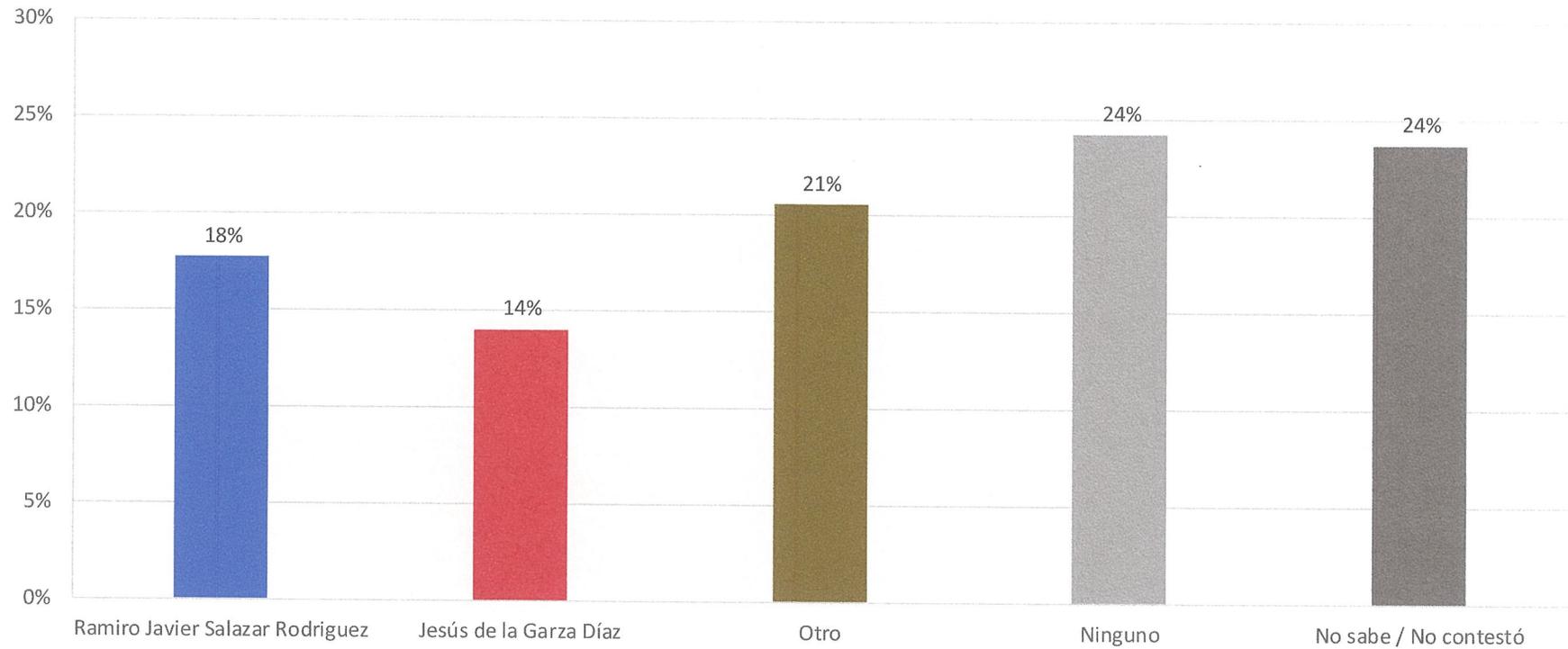
¿Por qué cree que le beneficia? Solo los que opinan que le beneficia



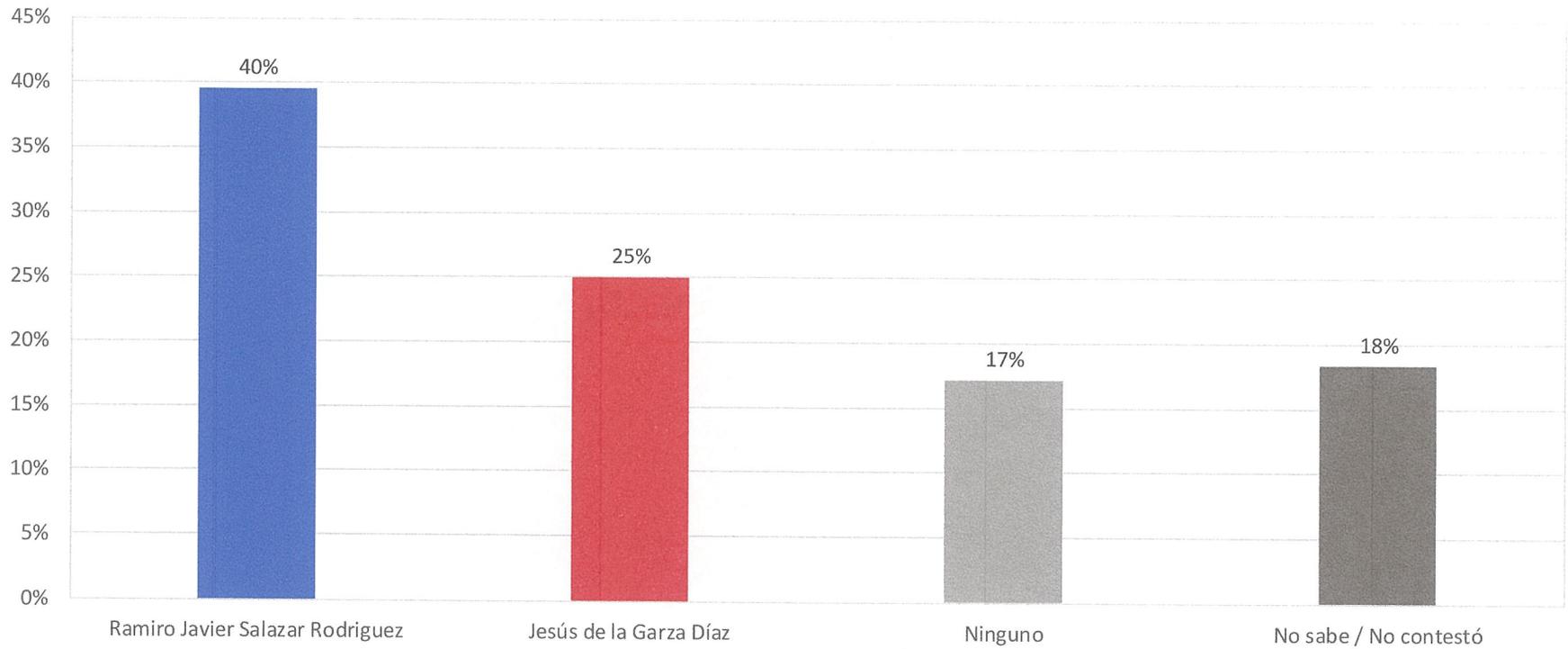
¿Por qué cree que le afecta? ? Solo los que opinan que le afecta



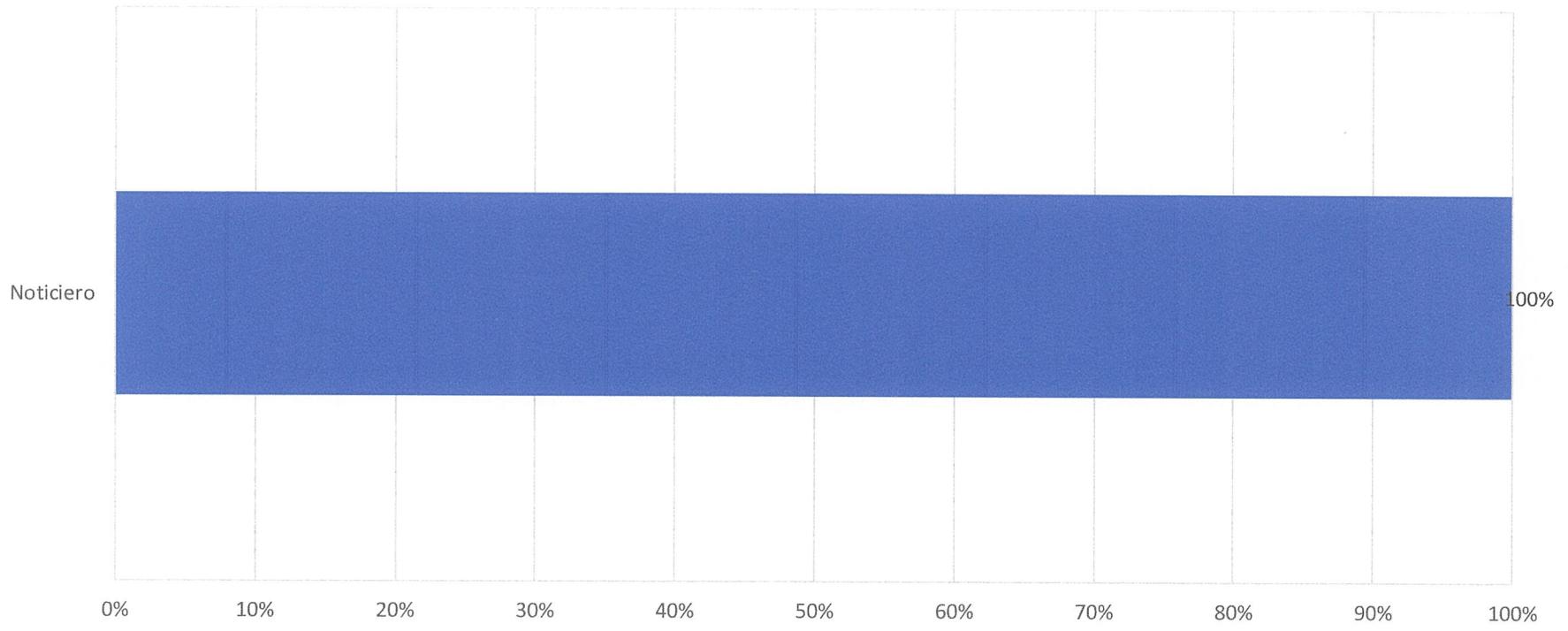
Independientemente de su preferencia electoral, ¿Qué campaña política le está gustando más?



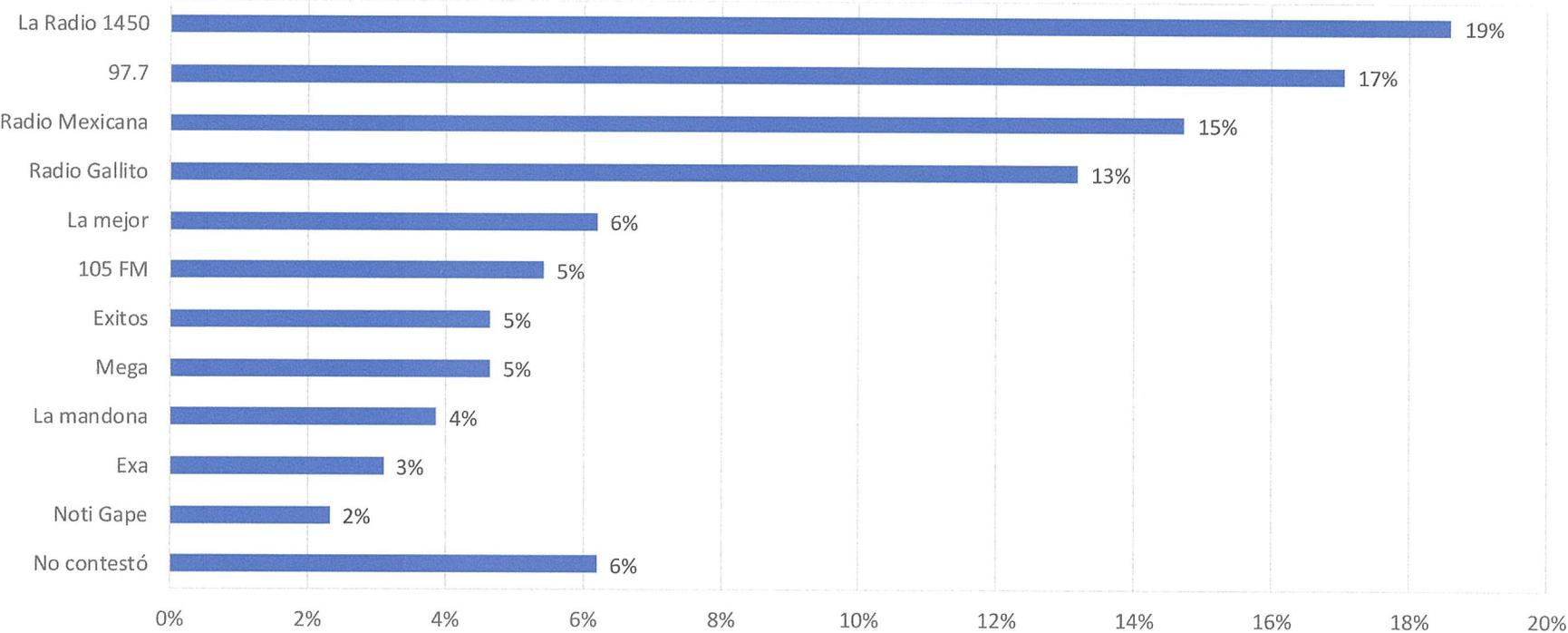
Independientemente de su preferencia electoral, ¿Quién cree que vaya a ganar la elección?



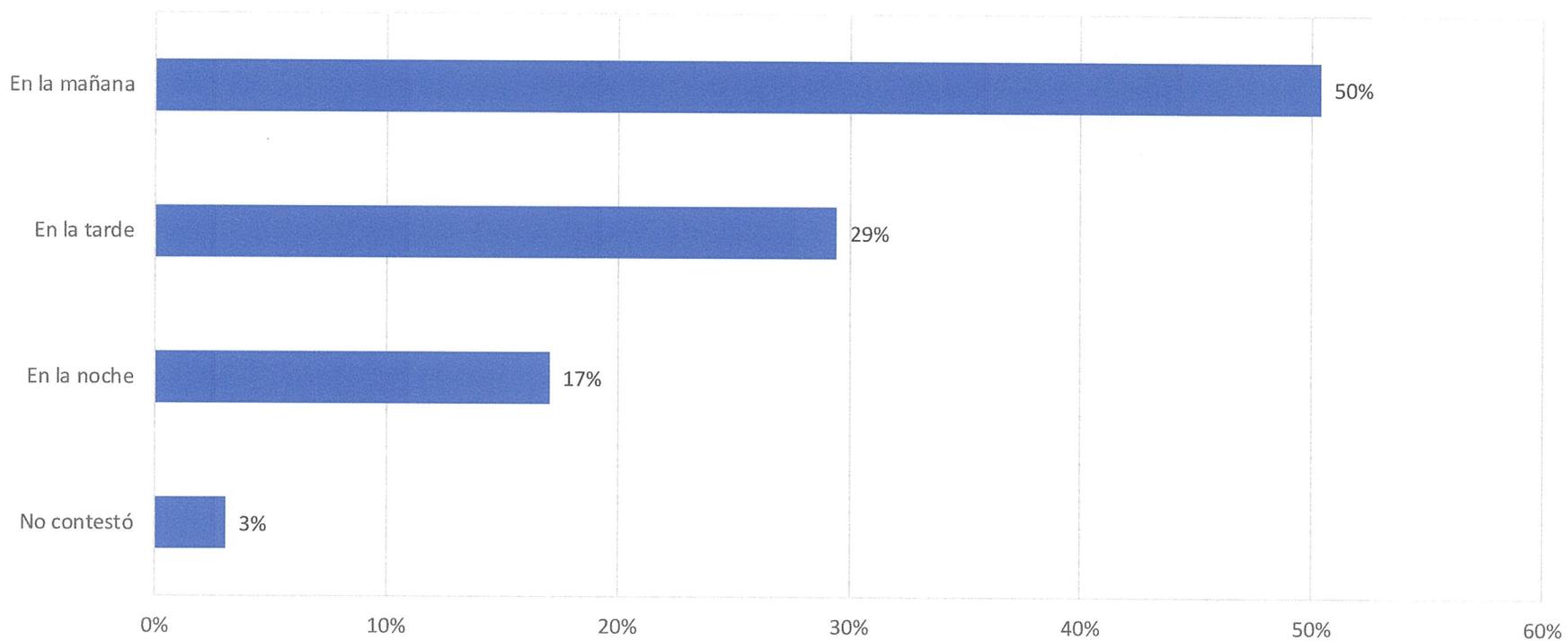
¿Qué programa?



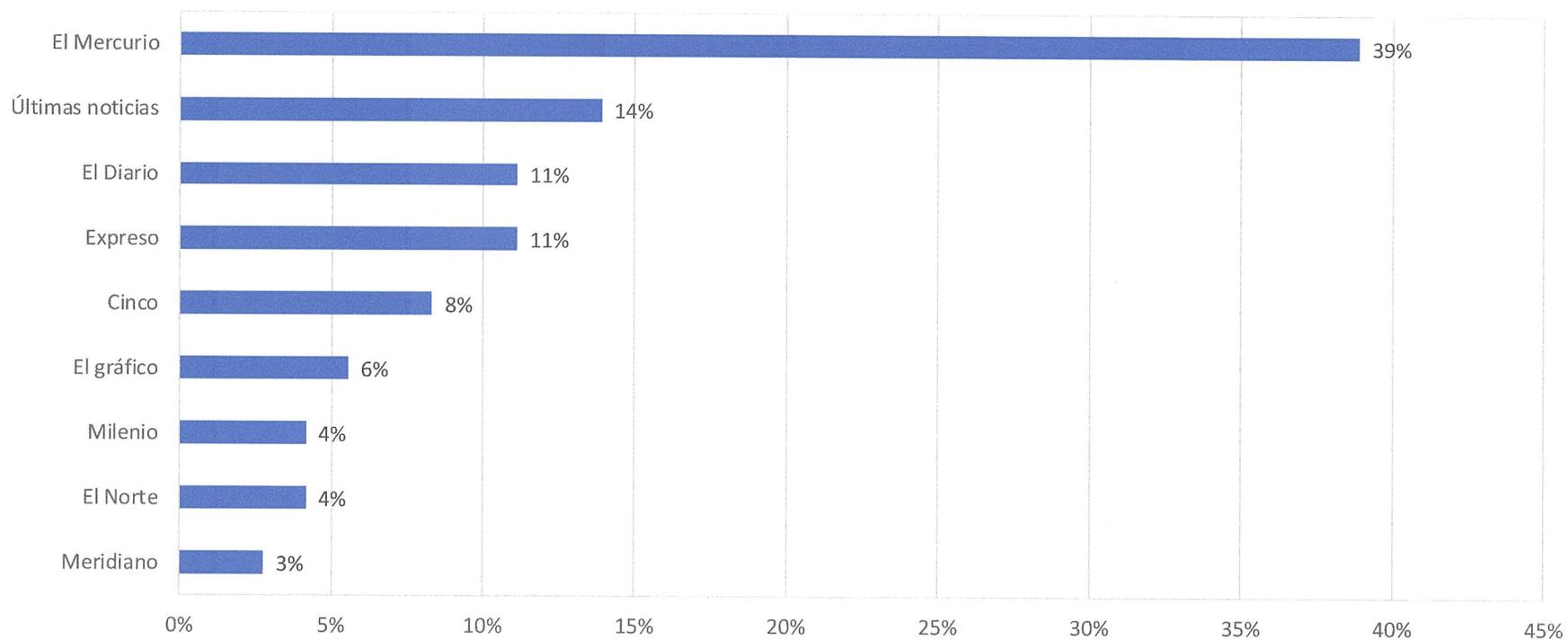
¿Qué estación escucha?



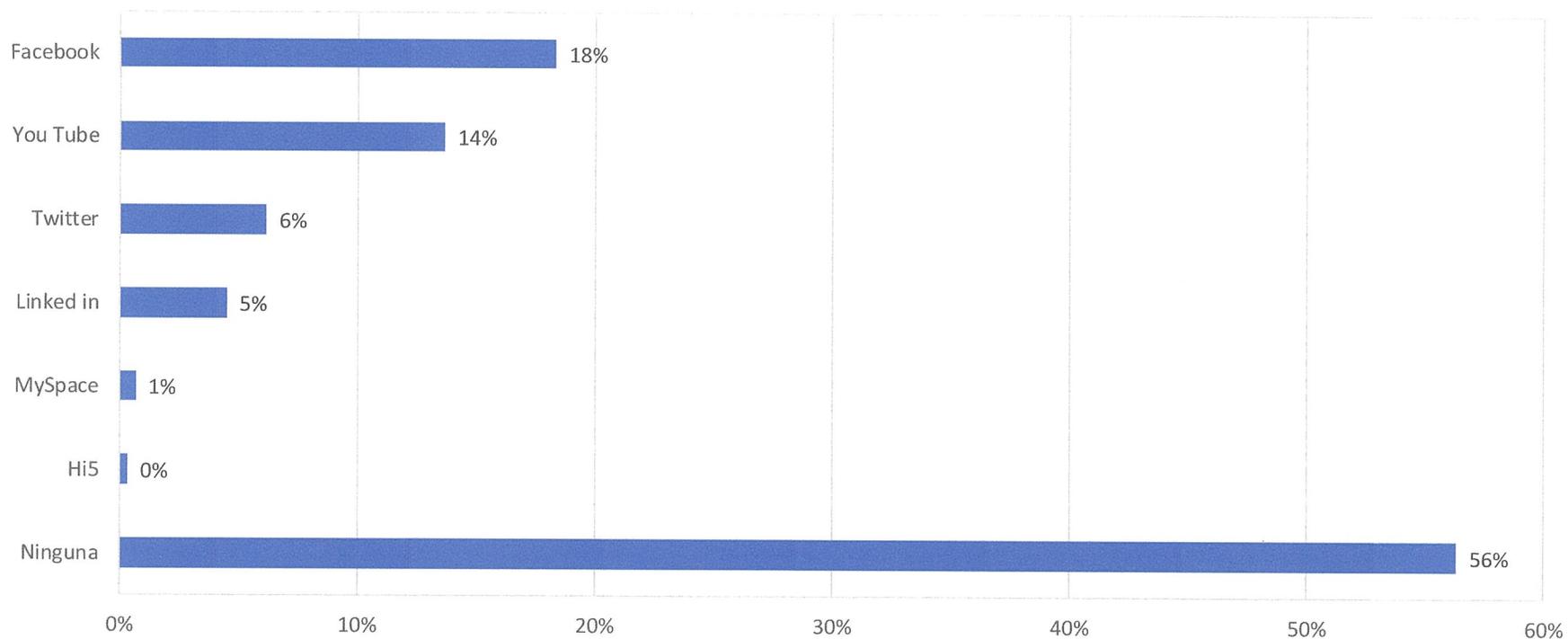
¿En qué horario?



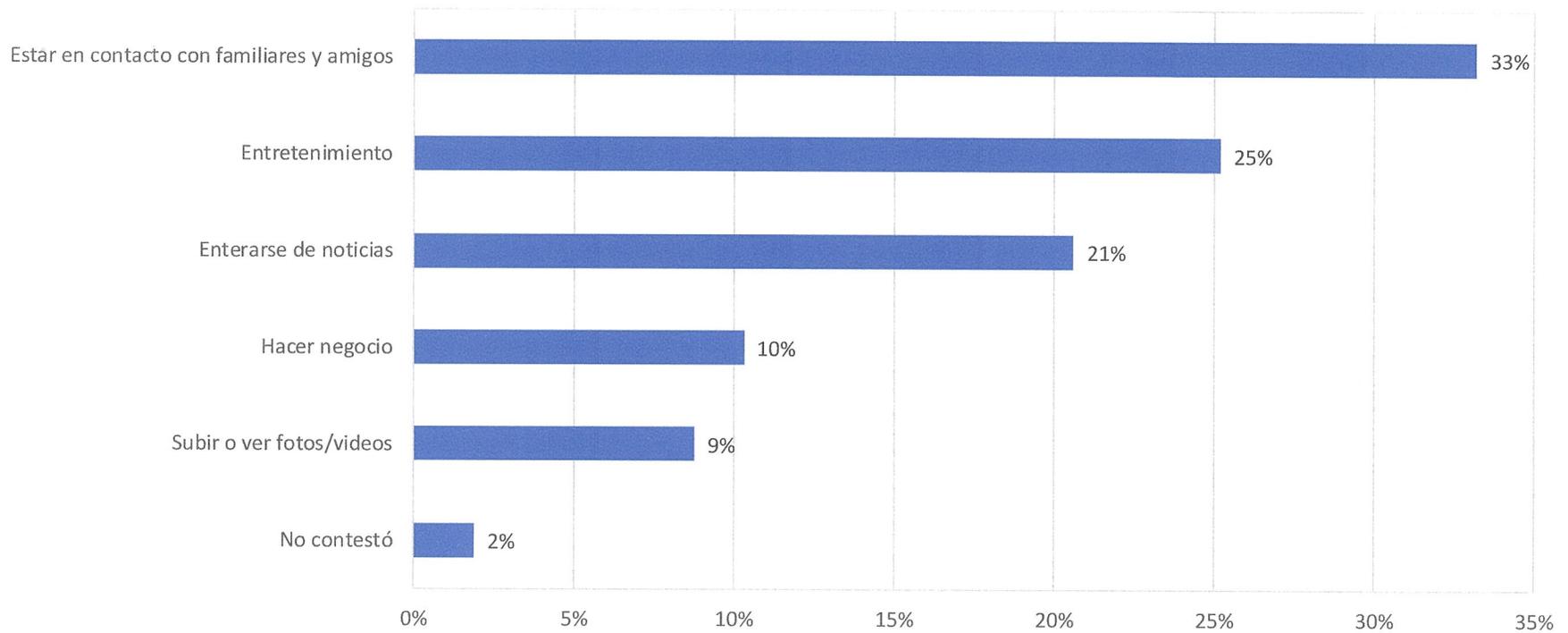
¿Qué periódico lee?



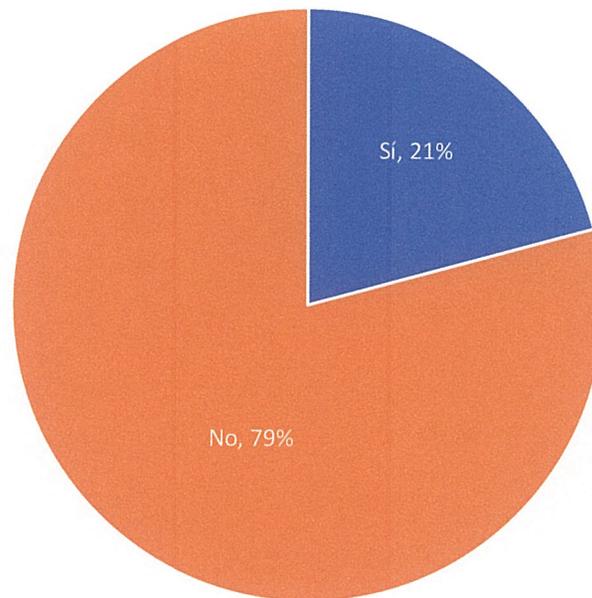
¿Cuáles son las redes sociales que usa?



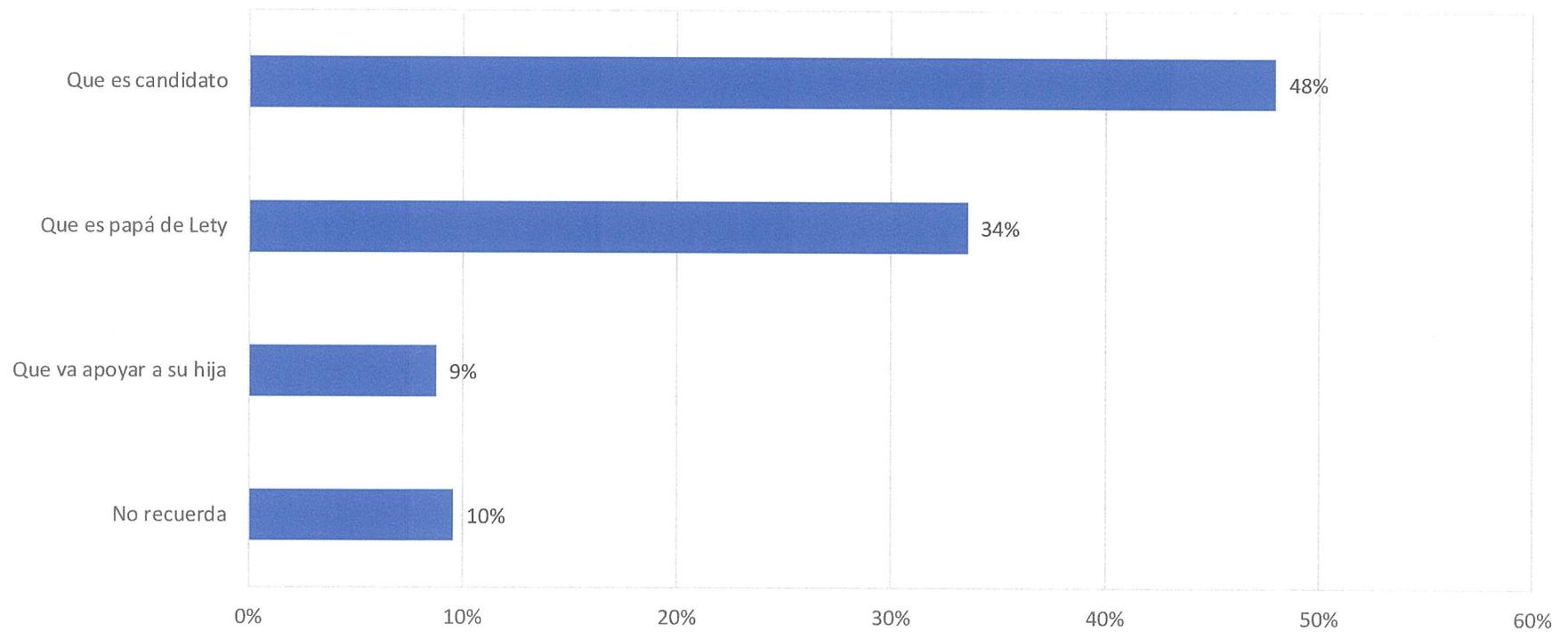
¿Para qué usa las redes sociales?



¿Recuerda alguna noticia relacionada con el candidato Ramiro Salazar?



¿Qué noticia es la que recuerda? *(Sólo los que recuerdan alguna noticia)*



Muestra

Género	%
18 - 25 años	42%
26 - 35 años	58%

Edad	%
18 - 25 años	18%
26 - 35 años	22%
36 - 45 años	28%
46 - 55 años	22%
56 o mayor	10%

Estudios	%
Ninguno	15%
Primaria	30%
Secundaria	37%
Preparatoria o técnica	12%
Profesional	6%