

# Nota Metodológica

Marzo 2<sup>a</sup> medición, 2012

*Encuesta realizada por VOTIA, Sistemas de Información,  
S.A de C.V para el periódico más por más*

## Objetivo

Conocer de manera focalizada el clima político actual y contar con una evaluación de posicionamiento de los diferentes candidatos a la presidencia de la República

## Marco Muestral

Para las encuestas cara a cara en vivienda: El marco muestral esta constituido por todas las secciones electorales con que cuenta la República Mexicana. Se tomaron las estadísticas desagregadas a nivel de secciones electorales elaboradas por el Instituto Federal Electoral. Esta información detalla a nivel de Sección Electoral, el Municipio, el Distrito Electoral Federal, el Distrito Electoral Local, tipo de Sección y la Lista Nominal por sección.

Para las encuestas telefónicas: El marco muestral esta conformado por las líneas telefónicas fijas dentro de la República Mexicana. La base de datos se detalla a nivel de localidad.

## Diseño Muestral

## Población Objetivo

Para las encuestas cara a cara en vivienda: Todos los ciudadanos de la República Mexicana de 18 años o más y que cuenten con credencial de elector.

Para las encuestas telefónicas: Todos los ciudadanos de la República Mexicana que tengan 18 años o mas, que cuentan con credencial de elector y tienen línea telefónica en su hogar.

**Diseño Muestral**    **Procedimiento de selección de unidades y forma de obtención de la muestra:**

Con un diseño de muestra polietápico, aleatorio y estratificado, se seleccionaron con probabilidad proporcional a su tamaño (PPT) 70 secciones electorales en el territorio nacional para las encuestas en viviendas y 50 localidades para las telefónicas; en cada vivienda seleccionada se entrevistó cara a cara o vía telefónica, a un residente del hogar con credencial de elector vigente y domiciliada al lugar de la entrevista. Los estratos se conformaron por estado y tipo de sección.

Para las entrevistas cara a cara en vivienda: se consideran tres etapas para la obtención de las unidades a muestrear, dentro de cada uno de los estratos: la primera consiste en la selección de secciones electorales, la segunda en la selección de manzanas o conjunto de viviendas al interior de cada sección seleccionada en la primera etapa y finalmente en la tercera etapa la selección de viviendas para entrevistar un habitante al interior de cada una.

Para las entrevistas telefónicas: se consideran dos etapas en la selección de la muestra dentro de cada uno de los estratos: la primera consiste en la selección de localidades y la segunda en la selección aleatoria de los números telefónicos con que cuenta cada una.

## **Diseño Muestral**

### **Procedimiento de estimación**

A los datos obtenidos de la muestra, se les aplicó un factor de expansión mediante el cual se le asignó a la muestra el peso real de la población objetivo, mediante un cálculo que considera las unidades primarias de muestreo y las probabilidades de selección de la muestra; Es decir, los factores de expansión utilizados son el inverso de la probabilidad de seleccionar cada unidad de la muestra.

### **Tamaño y distribución de la muestra**

Se realizaron 1,200 entrevistas efectivas, distribuidas en 16 entidades federativas representativas de la zonas, norte-noreste, centro, bajío y sur-sureste del territorio nacional.

### **Calidad de la estimación: confianza y error máximo implícito en la muestra seleccionada para cada distribución de preferencias o tendencias**

En el nivel de confianza es del 95% y para cualesquiera estimaciones de proporciones, el margen máximo de error asociado al tamaño de esta muestra es de  $\pm 3.2\%$ .

### **Frecuencia y tratamiento de la no respuesta**

Para cada uno de los reactivos de la encuesta, incluyendo la preferencias o tendencias de la votación, se especifica en el reporte gráfico de resultados el porcentaje de la “no respuesta” vinculado a cada reactivo.

<b>Diseño Muestral</b>	<b>Tasa general de rechazo a la entrevista</b>	Para la encuesta cara a cara en vivienda, la tasa general de rechazo fue de 44%; y en el caso de las encuestas telefónicas la tasa general de rechazo fue de 49%
	<b>Método de recolección de la información</b>	Encuesta telefónica y cara a cara en vivienda
	<b>Cuestionario</b>	Se adjunta cuestionario en formato PDF
	<b>Forma de procesamiento y calculo de estimadores</b>	<p>La base de datos que se generó producto de los procesos de levantamiento, codificación y captura fue validada en cuanto a su estructura y limpieza considerando el marco muestral, consistencia de las variables, rangos, cruces de variables y etiquetas.</p> <p>Los porcentajes mostrados en el reporte de resultados, son estimaciones obtenidas a partir de la aplicación del factor de expansión, donde el factor de expansión esta dado por el el inverso de la probabilidad de seleccionar cada unidad de la muestra.</p>
	<b>Software utilizado para el proceso de la información</b>	Statistical Package for the Social Sciences (SPSS)

<b>Generales:</b>	<b>Fecha del levantamiento</b>	La encuesta se llevó a cabo del 30 de marzo al 02 de abril de 2012
	<b>Fecha de publicación</b>	Lunes 09 de abril de 2012
	<b>Medio de publicación</b>	Periódico Mas por Más y página WEB de Votia Sistemas de Información ( <a href="http://www.votia.mx">www.votia.mx</a> )
	<b>Patrocinio de la encuesta</b>	Periódico Mas por Más
	<b>Persona que solicita la encuesta</b>	Periódico Más por Más
	<b>Persona que ordena la encuesta</b>	Periódico Más por Más
	<b>Persona que realiza la encuesta</b>	VOTIA Sistemas de Información S.A. de C.V. Eje 6 Sur (Av. Independencia) No 62-A Col. San Simón Ticumac, Del. Benito Juárez C.P. 03660, México D.F Tel. (55)55395438 <a href="http://www.votia.mx">www.votia.mx</a> <a href="mailto:consultoria@votia.mx">consultoria@votia.mx</a>