

DEMOTECNIA

23 DE MAYO DE 2012.

Metodología	Objetivo	Medición de la preferencia electoral de los candidatos para Presidente de la República.
	Marco muestral	Listado de secciones electorales en el país.
	Diseño Muestral	Ciudadanos residentes en viviendas particulares todas las secciones electorales en que el IFE dividió el territorio nacional, y que al momento de realizar la entrevista de cada ronda tuvieran su credencial de elector vigente con domicilio en el municipio y localidad donde se está levantando la entrevista..
	Procedimiento de selección de unidades	Muestreo estratificado de secciones, selección aleatoria de manzanas, selección sistemática de viviendas con arranque aleatorio y entrevista a la persona que acudió a abrir la puerta, siempre y cuando cumplieran con los requisitos descritos en "la población objetivo".

Tamaño y forma de obtención de la muestra	Encuesta Nacional considerando 1,500 entrevistas. Las personas a entrevistar se seleccionaron de la siguiente manera: * Se clasificaron las secciones en siete estratos, de acuerdo al tipo de competencia electoral registrada en cada sección. * A cada estrato se le asignaron tantas entrevistas como las resultantes de multiplicar 1,500 por la proporción de electores que le corresponden. * En cada estrato se seleccionaron de manera aleatoria tantas secciones como el resultado de dividir el número de entrevistas que le fueron asignados entre diez, ponderando después por la lista nominal de cada sección. * Al interior de cada sección se seleccionaron al azar dos manzanas. * En cada manzana seleccionada se llevó a cabo una selección sistemática de viviendas con arranque aleatorio. * Se entrevistó a la persona que acudió a abrir la puerta, siempre y cuando tuviera credencial de elector domiciliada en el municipio donde se hacía la entrevista.
Calidad de la estimación: confianza y error máximo implícito en la muestra seleccionada para cada distribución de preferencias o tendencias	Con el 95% de confianza, el error estadístico máximo que se tiene es de +/- 2.6%.
Frecuencia y tratamiento de la no respuesta.	Para compensar la no-respuesta se seleccionó un tamaño de muestra 10% mayor al necesario.
Tasa general de rechazo a la entrevista	Tasa de rechazo total 37%.

Método de recolección de la información (mediante entrevistas persona a persona o algún método alternativo)	En viviendas particulares mediante entrevistas "cara a cara".
Cuestionario o instrumento de captación utilizado	Se anexa cuestionario.
Forma de procesamiento, estimadores e intervalos de confianza	De la información se capturó y procesó en un programa de computo diseñado ex profeso, las frecuencias para todas y cada una de las variables del estudio, se estimó la probabilidad de que los entrevistados acudan a votar el día de la elección de acuerdo al modelo de inercia y circunstancia diseñado por María de las Heras y publicado en el Libro <u>"Por quién vamos a votar y por qué"</u> Editorial Nuevo Siglo Aguilar, y en el Libro <u>"USO Y ABUSO DE LAS ENCUESTAS"</u> Editorial Océano. De acuerdo a lo especificado en el apartado "Tamaño y forma de obtención de la muestra" los resultados se ponderaron por el tamaño proporcional de electores de cada sección.
Denominación del software utilizado para el procesamiento	Instrumentos propios.
¿La encuesta adopta los criterios emitidos por el IFE?	SI
Principales resultados	Se anexan principales resultados.
¿Se define detalladamente la población de estudio a la que se refieren y se indica que sólo tienen validez para expresar la opinión o preferencias electorales o la tendencia de la votación de esa población en las fechas específicas del levantamiento de los datos, o en el caso de las encuestas de salida, el día de la jornada electoral?	SI
¿Se especifica si el reporte de resultados contiene estimaciones de resultados, pronósticos de votación o cualquier otro parámetro que no consista en el mero cálculo de frecuencias relativas de las	SI

respuestas de la encuesta?	
Fecha en que se llevó a cabo el levantamiento de información	10 al 13 de mayo de 2012.
Fecha de publicación de la encuesta	21 y 22 de mayo de 2012.
¿Por qué medio se publicó la encuesta?	UNOTV, EL PAÍS.COM, PERIÓDICO 24 HORAS Y DEMOTECNIA.COM
¿Cuál fue el medio original de publicación de la encuesta?	UNOTV
¿Quién patrocinó la encuesta?	Publicidad y contenido editorial SA. De CV. Lago Zürich 245 Plaza CARSO Edificio Telcel piso 4 Col. Ampliación Granada Delegación Miguel Hidalgo 11529 México DF.
¿Quién solicitó la encuesta?	UNOTV
¿Quién ordenó la encuesta?	UNOTV
¿Quién realizó la encuesta?	Demotecnia, División Análisis, S.C. Cerro del Chiquihuite No.172, Col. Campestre Churubusco, C.P.04200, Delegación Coyoacán en México, D.F. Correo electrónico: rodrigo@demotecnia.com