

## **OBJETIVOS DEL ESTUDIO.**

Conocer la opinión ciudadana sobre diversas variables de preferencia y percepción.

## **MARCO MUESTRAL.**

Todas aquellas personas residentes en la ubicación del estudio que tienen acceso por dispositivos móviles o fijos, con contratación de planes o utilizando acceso de wi-fi, en sus casas, oficinas o espacios públicos, a una conexión de internet.

## **DISEÑO MUESTRAL.**

### **Definición de la población objetivo.**

Mayores de 18 años residentes en la ubicación del estudio con acceso a internet en dispositivos fijos o móviles.

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

Estudio multicuotas cuantitativo a través de cuestionarios personalizados y estructurados con el sistema CAWI (Computer-Assisted Web Interviewing) para su auto aplicación en línea utilizando el modelo de Muestreo Multicuotas Propensity Weighting que hace énfasis en la calidad de la muestra más que en la cantidad de los entrevistados estableciendo restricciones para garantizar que sólo se permita a las personas requeridas participar en cada conglomerado. Para la recolección de entrevistas los participantes son reclutados utilizando Real Time Bidding (RTB). NO se proporciona incentivos financieros ni de ningún tipo por participar en sus estudios.

### **Procedimiento de estimación.**

Se utilizó el enfoque de la cuasi aleatorización, ya que en los estudios no probabilísticos no se tiene control de las probabilidades por lo que se tienen que estimar calculando las probabilidades de pseudoinclusión para cada individuo en muestra no probabilística y usando ese cálculo para corregir el sesgo de selección. Dadas las estimaciones de las pseudoprobabilidades sus inversas se utilizan como ponderaciones, tal y como se hace en el muestreo probabilístico. Combinando una muestra probabilística de referencia con una no probabilística, las probabilidades de pseudoinclusión para los casos de la muestra no probabilística se estiman por un modelo de regresión logística binaria CART o por bosques aleatorios (Practical Tools for Designing and Weighting Survey Samples Richard Valliant, Springer (2018), pp. 620-620.). Para esto, se usaron las bases de la Encuesta Intercensal del INEGI, 2014. Misma que sería la muestra probabilística de referencia.

### **Tamaño y forma de obtención de la muestra.**

1000 casos. Muestreo Multicuotas Propensity Weighting que es una aproximación al método probabilístico, ya que toma una muestra aleatoria estratificada de usuarios cuya distribución comporta ciertas desviaciones a la población y donde la probabilidad de autoselección está determinada, entre otras cosas por el tamaño del interés en el estudio y por tanto está calculada de la siguiente manera:  $Pr(i \in s) = Pr(\text{Acceso internet}) * | Pr(\text{Exposición a RTB (Real Time Bidding)}) * | Pr(\text{selección} | \text{internet y RTB}) * | Pr(\text{Responde estudio} | \text{selección, internet y RTB})$ .

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

Los Estudios Self-Selected Sample (SSS) u Opt-In son diseños no probabilísticos al no existir un marco de muestreo bien definido. Por lo tanto, para evitar confusiones, NO informamos "margen de error" sino en ocasiones una "estimación de error modelada" que se calcula presumiendo que la Estudio fue realizado bajo un esquema probabilístico sin estratificación ni conglomeración y que según la Asociación de Investigación de Opinión Pública (AAPOR) es una mejor práctica para los estudios no probabilísticos.

### **Frecuencia y tratamiento de la no-respuesta, señalando los porcentajes de indecisos, los que responden no sé y los que manifiestan que no piensan votar.**

16.6% NO responden | 19.4% No votará/Anulará,

### **Tasa de rechazo general a la entrevista, reportando por un lado el número de negativas a responder o abandono del informante sobre el total de intentos o personas contactadas, y por otro lado, el número de contactos no exitosos sobre el total de intentos del estudio.**

20% abandonos | 2 de 5 contactos NO exitosos

### **MÉTODO, FECHA DE RECOLECCIÓN Y PUBLICACIÓN DE LA INFORMACIÓN.**

#### **Método de recolección de la información. OTROS**

Estudio multicuotas cuantitativo a través de cuestionarios personalizados y estructurados con el sistema CAWI (Computer-Assisted Web Interviewing) para su auto aplicación en línea utilizando el modelo de Muestreo Multicuotas Propensity Weighting que hace énfasis en la calidad de la muestra más que en la cantidad de los entrevistados estableciendo restricciones para garantizar que sólo se permita a las personas requeridas participar en cada conglomerado. Para la recolección de entrevistas los participantes son reclutados utilizando Real Time Bidding (RTB). NO se proporciona incentivos financieros ni de ningún tipo por participar en sus estudios.

### **MEDIO OFICIAL DE PUBLICACIÓN**

Por medio digital en el sitio [www.TResearch.mx](http://www.TResearch.mx) y las redes sociales de la empresa @TResearchMx  
<https://www.facebook.com/TResearch>

### **EL CUESTIONARIO O INSTRUMENTOS DE CAPTACIÓN UTILIZADOS PARA GENERAR LA INFORMACIÓN PUBLICADA.**

### **FORMA DE PROCESAMIENTO, ESTIMADORES E INTERVALOS DE CONFIANZA.**

(Eliminando Sesgos) Los resultados NO SON FRECUENCIAS SIMPLES, sino estimaciones basadas en la post-estratificación de la muestra calculado sobre factores de expansión de acuerdo con cuatro variables demográficas

(población, sexo, edad y escolaridad) obtenidas del último censo público; además de las últimas votaciones disponibles proporcionadas por los organismos oficiales en el país, así como, a ciertas variables de actitud y comportamiento como disponibilidad de teléfono fijo o religión que profesa. Se utilizó el enfoque de la cuasi aleatorización, ya que en los estudios no probabilísticos no se tiene control de las probabilidades por lo que se tienen que estimar calculando las probabilidades de pseudoinclusión para cada individuo en muestra no probabilística y usando ese cálculo para corregir el sesgo de selección. Dadas las estimaciones de las pseudoprobabilidades sus inversas se utilizan como ponderaciones, tal y como se hace en el muestreo probabilístico. Combinando una muestra probabilística de referencia con una no probabilística, las probabilidades de pseudoinclusión para los casos de la muestra no probabilística se estiman por un modelo de regresión logística binaria CART o por bosques aleatorios (Practical Tools for Designing and Weighting Survey Samples Richard Valliant, Springer (2018), pp. 620-620.). Para esto, se usaron las bases de la Encuesta Intercensal del INEGI, 2014. Misma que sería la muestra probabilística de referencia. PONDERACIÓN Y CALIBRACIÓN (Eliminando Sesgos) Los resultados NO SON FRECUENCIAS SIMPLES, sino estimaciones basadas en la post-estratificación de la muestra calculado sobre factores de expansión de acuerdo con cuatro variables demográficas (población, sexo, edad y escolaridad) obtenidas del último censo público; además de las últimas votaciones disponibles proporcionadas por los organismos oficiales en el país, así como, a ciertas variables de actitud y comportamiento como disponibilidad de teléfono fijo o religión que profesa etc.

#### **DENOMINACIÓN DEL SOFTWARE UTILIZADO PARA EL PROCESAMIENTO.**

La información de las respuestas se almacena en servidores alojados en EUA en formato .SAV para al término del levantamiento ser descargada y pasada por filtros de congruencia interna de cada registro para después ser ponderada, procesada y tabulada por factores de expansión de acuerdo a la ponderación y calibración determinada utilizado para el procesamiento de la información es Statistical Package for the Social Sciences (SPSS®) y Microsoft Office® para la tabulación y graficado de los datos.

**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. ADJUNTAR DOCUMENTACIÓN DE BASE DE DATOS. Adjunta los documentos que consideres relevantes para tu registro. (.ZIP, .RAR, .PDF)Tamaño máx.: 5MB.**

**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. Adjuntar documentación de resultados. Adjunta los documentos que consideres relevantes para tu registro. (.ZIP, .RAR, .PDF)Tamaño máx.: 5MB.**

### **AUTORÍA Y FINANCIAMIENTO.**

**La o las personas físicas o morales que patrocinaron o pagaron la encuesta o sondeo.**

Grupo RACPEN S.A. de C.V. bajo su marca registrada TRESEARCH, <http://www.TResearch.Mx> Monte Coronado 232, Villas de Montenegro, AGS, AGS, México 20110, +524499193645 TRResearchMx@Gmail.com @TRResearchMx

**La o las personas físicas o morales que diseñaron y llevaron a cabo la encuesta o sondeo.**

Grupo RACPEN S.A. de C.V. bajo su marca registrada TRESEARCH, <http://www.TResearch.Mx> Monte Coronado 232, Villas de Montenegro, AGS, AGS, México 20110, +524499193645 TRResearchMx@Gmail.com @TRResearchMx

**La o las personas físicas o morales que solicitaron, ordenaron y/ pagaron su publicación o difusión.**

CARLOS PENNA CHAROLET | director general Grupo RACPEN S.A. de C.V. bajo su marca registrada TRESEARCH, <http://www.TResearch.Mx> Monte Coronado 232, Villas de Montenegro, AGS, AGS, México 20110, +524499193645 TRResearchMx@Gmail.com @TRResearchMx <https://www.linkedin.com/in/carlospennac/> | [charolet@gmail.com](mailto:charolet@gmail.com) | <https://wa.me/524499193645>

### **RECURSOS ECONÓMICOS/FINANCIEROS APLICADOS.**

**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 ESTA. ADJUNTA DOCUMENTACIÓN DE EXPERIENCIA.**