

# PROCESO ELECTORAL 2024

## Encuestadora:



1. Datos	
Fecha de recepción.	-
Quién entrega.	Agencia Creativa S.A. de C.V. bajo su marca Indagar Estudios de Mercado.
Quién solicita.	Agencia Creativa S.A. de C.V. bajo su marca Indagar Estudios de Mercado.
Quién patrocina.	Agencia Creativa S.A. de C.V. bajo su marca Indagar Estudios de Mercado.
Quién ordena.	Agencia Creativa S.A. de C.V. bajo su marca Indagar Estudios de Mercado.
Medio de publicación.	Redes sociales y sitio web oficial  ww.indagar.mx  <a href="https://www.facebook.com/es.mejor.indagar/">https://www.facebook.com/es.mejor.indagar/</a>
Fecha de publicación.	28 de mayo de 2024
Original /Copia.	Original
2. Objetivo	
Objetivo(s).	Conocer la percepción y expectativa ciudadana acerca de los candidatos presidente municipal de Matehuala rumbo a las elecciones 2024, al momento de la aplicación de la encuesta.
Marco muestral.	Todas aquellas personas mayores de 18 años residentes en la ubicación del estudio con acceso a internet en su hogar, trabajo, lugares públicos en dispositivos móviles inteligentes o dispositivos fijos
Definición de población.	Mayores de 18 años residentes en la ubicación del estudio con acceso a internet en su hogar, trabajo, lugares públicos en dispositivos móviles inteligentes o dispositivos fijos.
Procedimiento de selección de unidades.	Estudio cuantitativo por cuotas de muestras autoseleccionadas mediante cuestionarios personalizados y estructurados con el sistema CAWI (Computer-Assisted Web Interviewing) para su autoaplicación online, estableciendo restricciones para garantizar la calidad de la muestra. Los participantes son reclutados mediante redes sociales utilizando Real Time Bidding (sistema de compra de publicidad digital a partir de un modelo de subasta en tiempo real)
3. Diseño muestral.	
Procedimiento de estimación.	Modelo cuasi-experimental debido a la naturaleza no probabilística del estudio y la dificultad para tener el control de las probabilidades. Este enfoque se utiliza cuando es imposible asignar las variables independientes de manera aleatoria, o cuando es complicado conseguir una muestra representativa
Tamaño y forma de obtención de la muestra.	295 casos. Muestreo por cuotas, muestreo a diferencia del muestreo aleatorio, está sujeto a una selección deliberada
Calidad de la estimación (confianza y error máximo de la muestra seleccionada para cada distribución de preferencias o tendencias).	No aplica al ser un estudio no probabilístico y de muestra autoseleccionada.

## Encuestadora:

Frecuencia y tratamiento de la no respuesta.	Menciona, 0.68 % Aún no decide
Tasa general de rechazo general a la entrevista.	14% abandonos
<b>4. Método</b>	
Método de recolección de la información.	Estudio cuantitativo por cuotas de muestras autoseleccionadas mediante cuestionarios personalizados y estructurados con el sistema CAWI (Computer-Assisted Web Interviewing) para su autoaplicación online, estableciendo restricciones para garantizar la calidad de la muestra. Los participantes son reclutados mediante redes sociales utilizando Real Time Bidding (sistema de compra de publicidad digital a partir de un modelo de subasta en tiempo real)
Fecha de recolección de la información.	18-25 de mayo 2024
<b>5. Procesamiento</b>	
Cuestionario o instrumentos de captación utilizados para generar la información publicada.	ANEXADO
Forma de procesamiento, estimadores e intervalos de confianza.	Resultados basados en la post-estratificación de la muestra 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 locales y nacionales oficiales en México.  Los cuestionarios son auto aplicados, se exporta una base de datos; esa base pasa por filtros de congruencia interna de cada registro para identificar atipicidades.
Denominación de software utilizado para el procesamiento.	El software utilizado para la recolección y el procesamiento de la información es creado y comercializado por <b>Survey Monkey</b> y se aplica para este tipo de proyectos.

# PROCESO ELECTORAL 2024



## Encuestadora:

Base de datos electrónico (SI/NO, no PDF o imagen).	ANEXADO
<b>6. Autoría y financiamiento</b>	
Persona física o moral:	MORAL
Denominación social.	<ul style="list-style-type: none"><li>• RAZÓN SOCIAL: AGENCIA CREATIVA, S.A. DE C.V.</li><li>• REPRESENTANTE LEGAL: LIC. PABLO MENDEZ SALAS</li><li>• RFC: ACR-101207-BL0 (CERO AL FINAL)</li></ul>
Logotipo.	
Domicilio.	Francisco Peña 715-A Col. Jardín, C.P. 78270 San Luis Potosí, SLP.
Teléfono.	(444) 8 12 12 60
Correo electrónico	respuesta@indagar.mx
Nombre representante o persona encargada de responder requerimientos de estudio.	Lic. Pablo Méndez Salas RFC: ACR-101207-BL0  Francisco Peña 715-A Col. Jardín, C.P. 78270 San Luis Potosí, SLP.  (444) 8 12 12 60  respuesta@indagar.mx
Copatrocinadores. (SI/NO)	NO
Factura (SI/NO)	NO
Recursos aplicados en monto total.	\$10,000.00
<b>7. Respaldo profesional y/o académico</b>	
Asociación a la que pertenece:	N/A
Estudios en materia. /documentación que acredite especialización.	ANEXADO
<b>8. Cumplimiento</b>	
Entregó en tiempo, cinco días naturales después de la publicación. (SI/NO)	-
Responsable de la publicación.	Lic. Pablo Méndez Salas RFC: ACR-101207-BL0

# PROCESO ELECTORAL 2024

## Encuestadora:



	Francisco Peña 715-A Col. Jardín, C.P. 78270 San Luis Potosí, SLP.  (444) 8 12 12 60  respuesta@indagar.mx
Cumple con los criterios de carácter científico (SI/NO)	-
<b>9. Principales Resultados</b>	
	<b>ANEXO ENCUESTA</b>