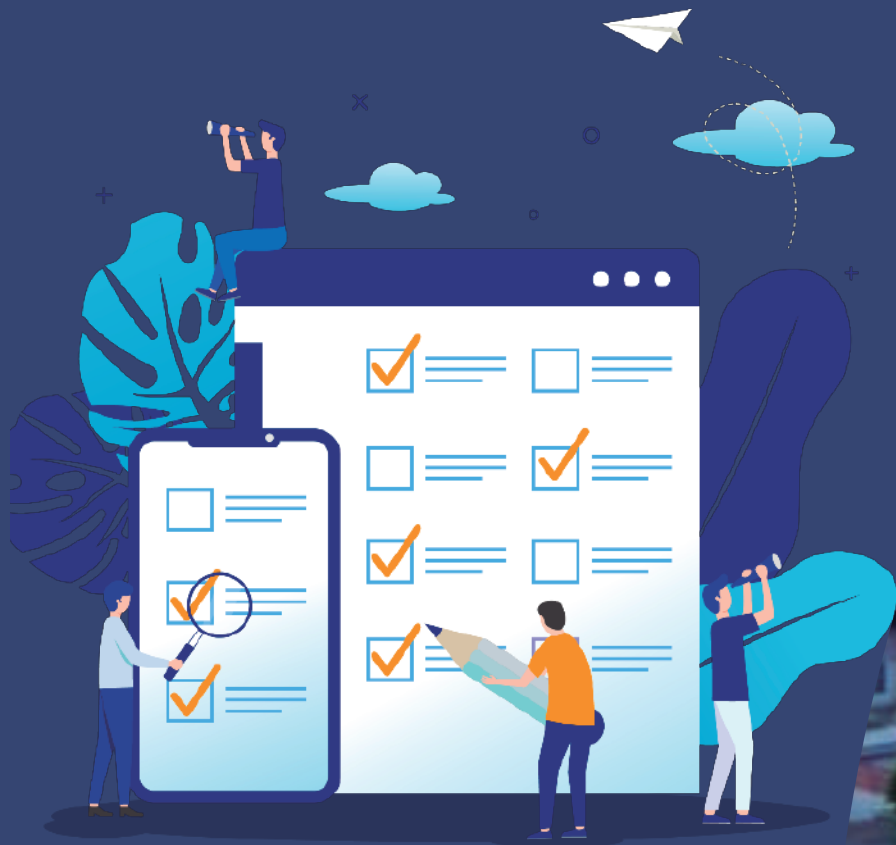


¿QUIÉN PARA PRESIDENTE MUNICIPAL DE SOLEDAD DE GRACIANO SÁNCHEZ?



**Credibilidad,
nuestra fuerza**



Metodología

| | |
|---|---|
| Objetivo | Conocer la percepción y expectativa ciudadana acerca de los candidatos presidente municipal de Soledad de Graciano Sánchez 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) |

Metodología

| | |
|---|---|
| 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. | 302 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 |
| Frecuencia y tratamiento de la no respuesta | 1.32% Ninguno, 1.99% Aún no decide. |
| Tasa general de rechazo general a la entrevista. | 12% abandonos |


Metodología

| | |
|--|--|
| 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 mayo 2024 |
| 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 Survey Monkey y se aplica para este tipo de proyectos. |

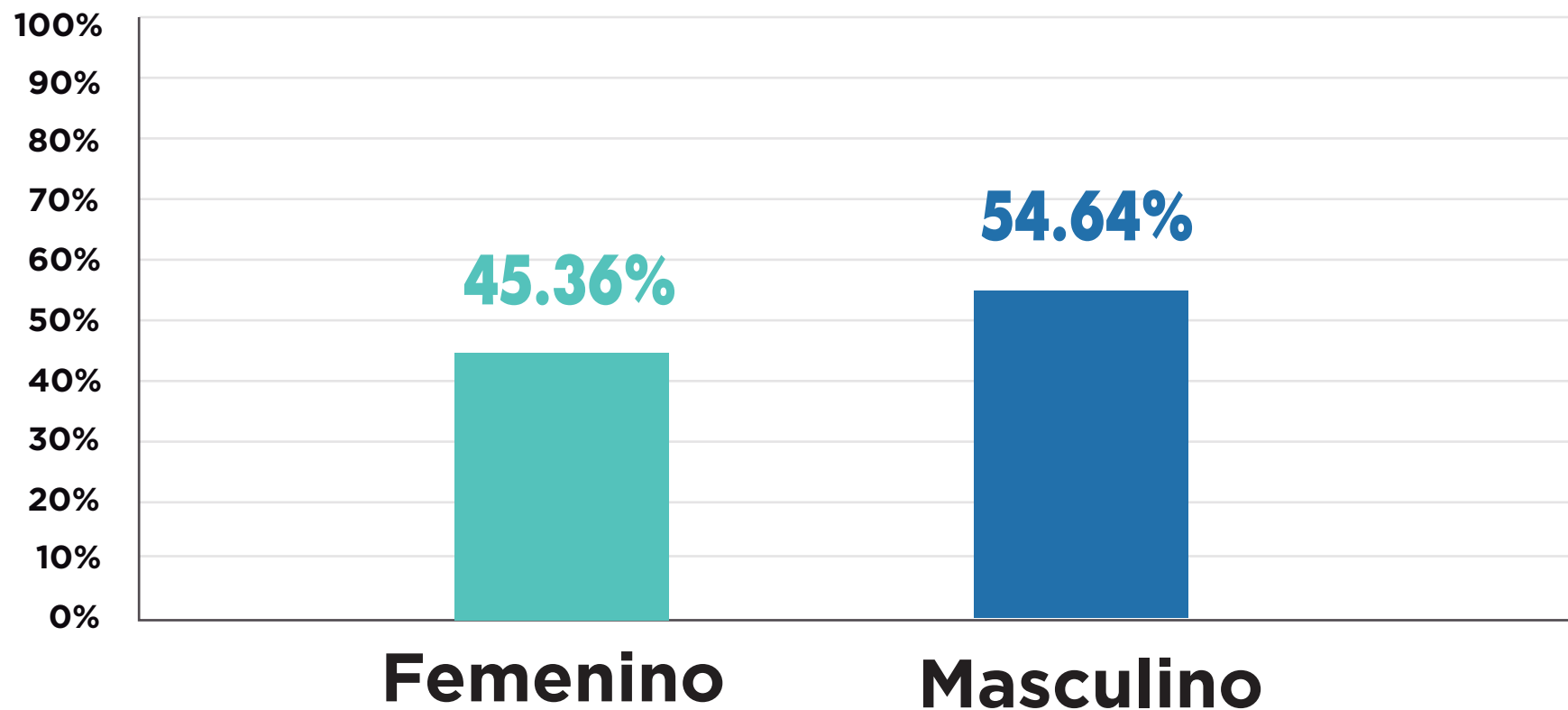
Datos

| | |
|-----------------------|--|
| 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 https://www.facebook.com/es.mejor.indagar/ |

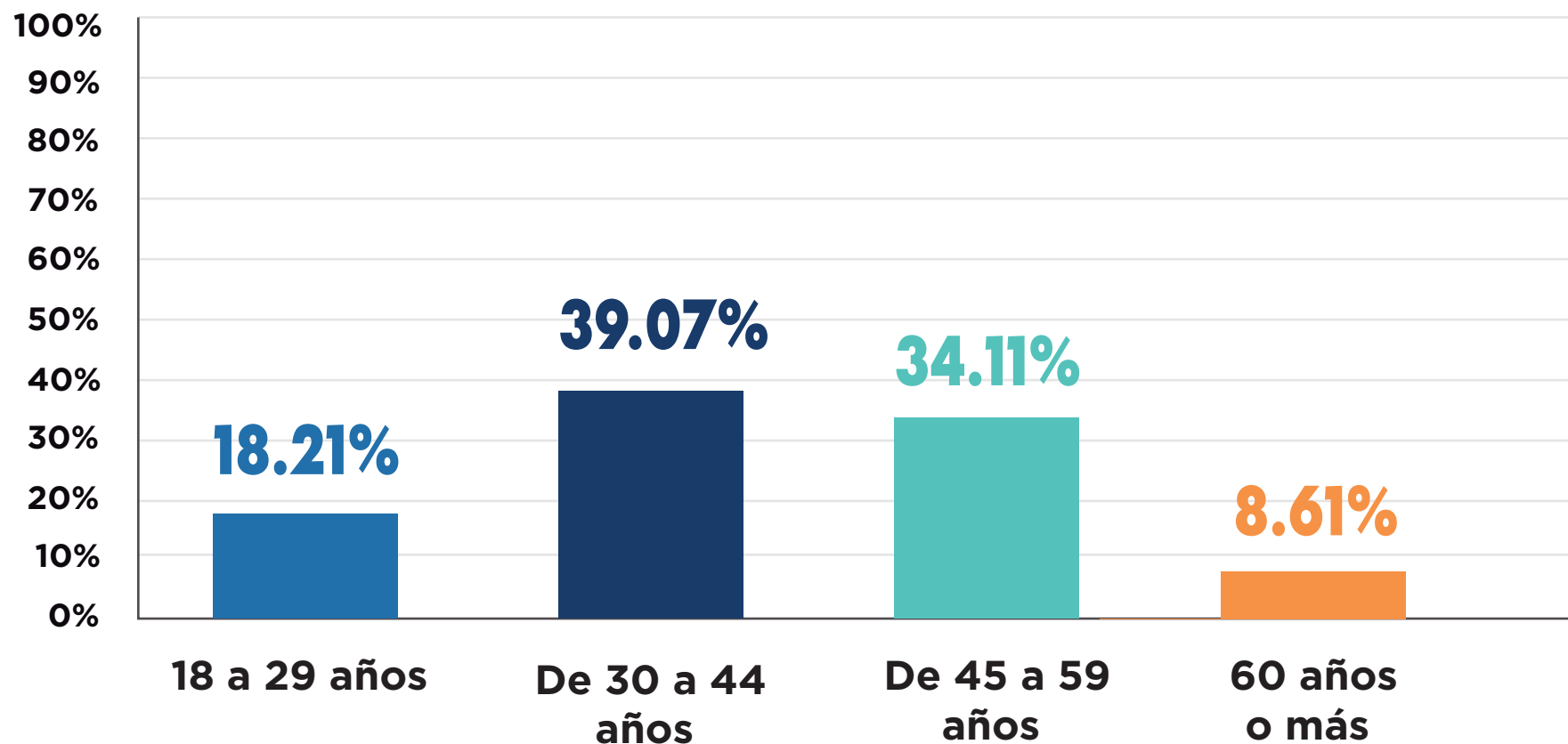
Autoría y financiamiento

| | |
|--|---|
| Denominación social. | RAZÓN SOCIAL: AGENCIA CREATIVA, S.A. DE C.V. REPRESENTANTE LEGAL: LIC. PABLO MENDEZ SALAS RFC: ACR-101207-BL0 (CERO AL FINAL) |
| 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 |
| Recursos aplicados en monto total. | \$10,000.00 |
| Responsable de la publicación. | 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 |

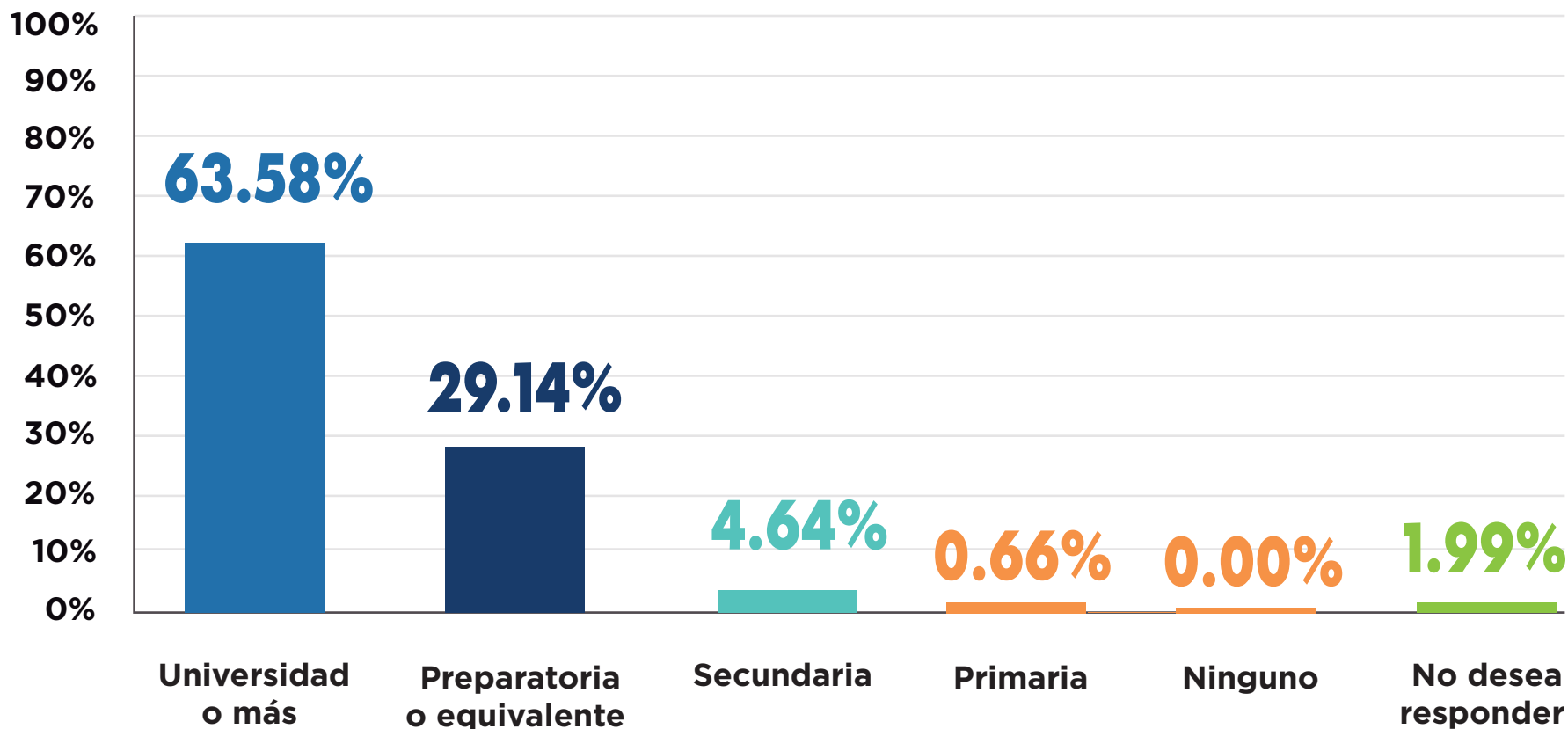
SEXO



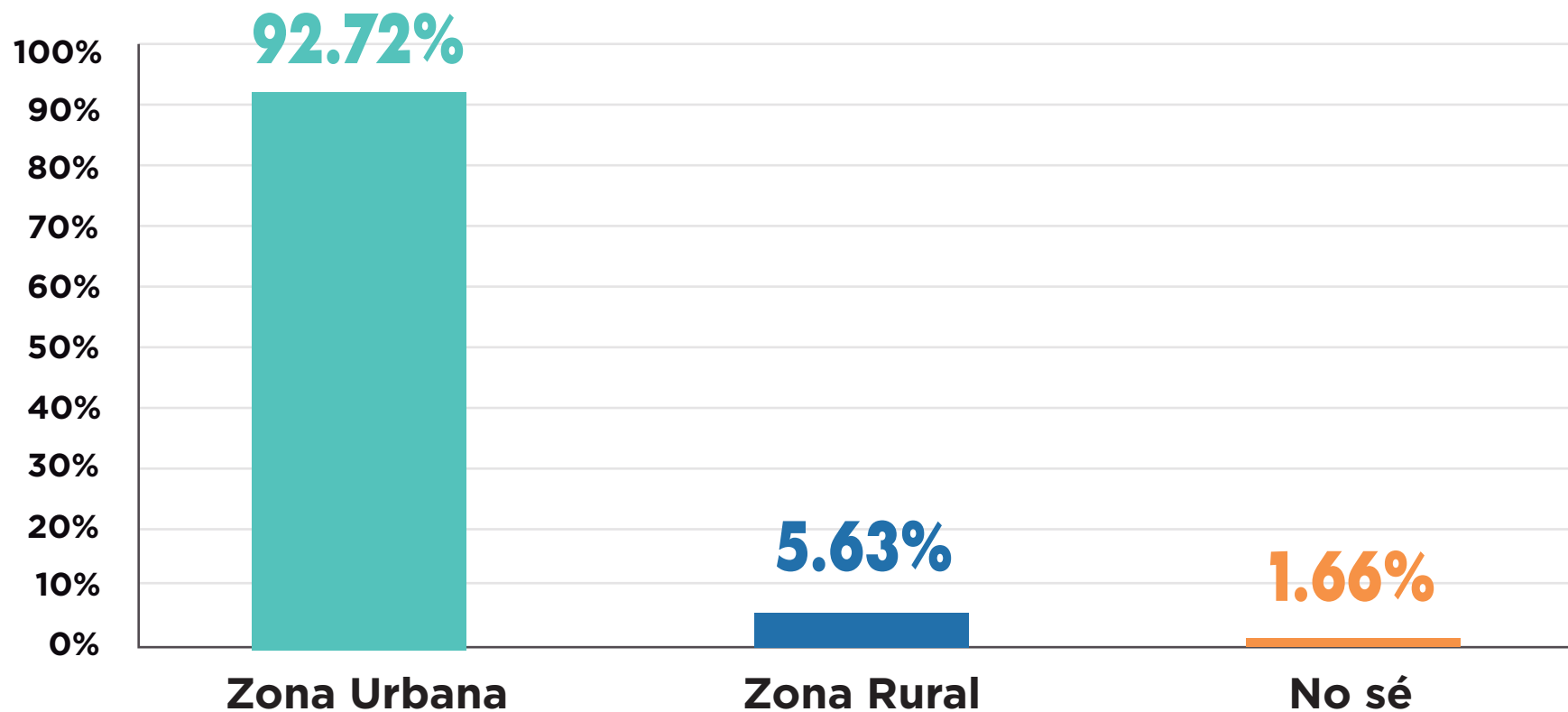
EDAD



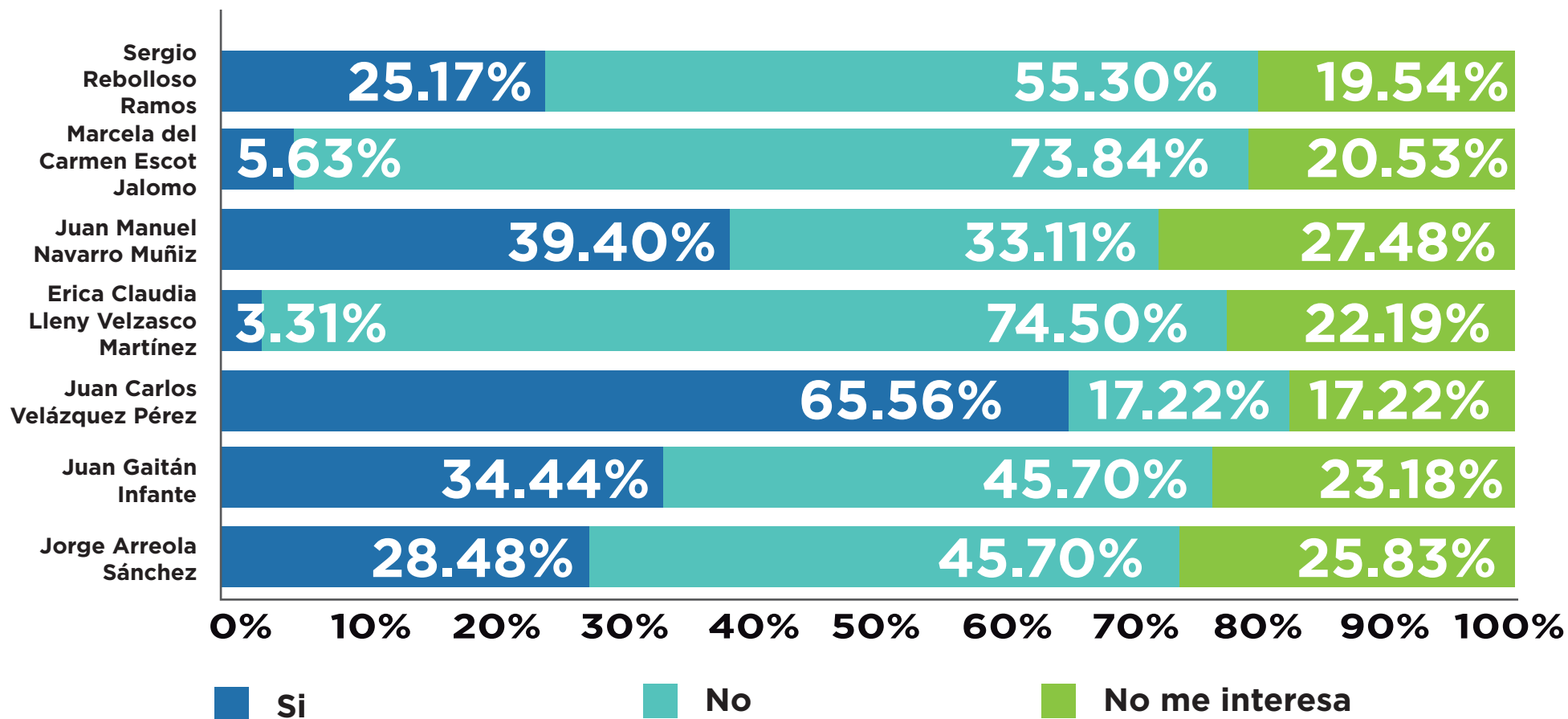
¿Cuál fue el último año de estudios que aprobó en la escuela?



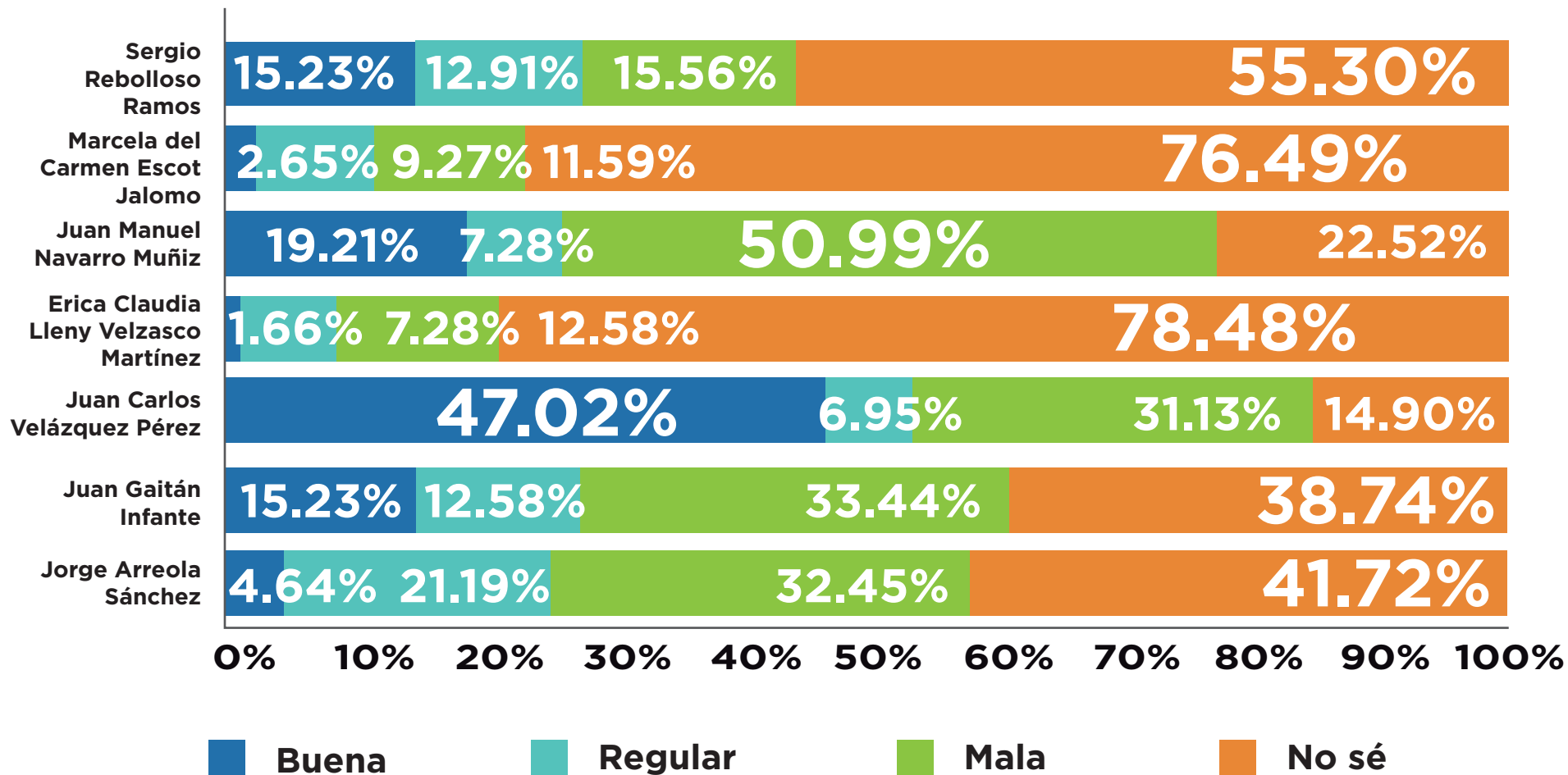
¿Usted vive en Zona Urbana o Zona Rural?



¿Conoces a estos aspirantes que buscan ser candidato a presidencia municipal de Soledad de Graciano Sánchez?



¿Qué opinión tienes de ellos?



¿Por quién votarías para ser presidente municipal de Soledad de Graciano Sánchez

