



aga marketing
increasing marketing effectiveness.®

*Metodología de Intención de voto para
Gobernador y Alcalde
Nuevo León, elecciones 2015*

OBJETIVO DEL ESTUDIO:

Conocer la Intención de voto de la ciudadanía para Gobernador del Estado de Nuevo León y Alcaldías de los municipios de Monterrey, Guadalupe, San Nicolás de los Garza, Santa Catarina, Escobedo, Apodaca y San Pedro Garza Garcia.

DISEÑO DE LA MUESTRA:

Se tomaron de manera sistemática y aleatoria con probabilidad proporcional a su tamaño 280 secciones electorales en el estado de Nuevo León, en cada sección se seleccionaron 2 manzanas, en cada una de las manzanas 5 viviendas y en cada vivienda un mexicano mayor de edad con credencial para votar vigente.

TAMAÑO DE LA MUESTRA:

2,810 ciudadanos con credencial para votar distribuidos en el estado de Nuevo León.

CALIDAD DE LA ESTIMACIÓN:

Distribución de la muestra por distrito con representatividad estadística por municipio, margen de error a nivel estatal de +/-1.85% y nivel de confianza de 95%.

DISTRITOS	MUNICIPIOS	POBLACIÓN VOTANTE	MUESTRA CON REPRESENTATIVIDAD ESTADÍSTICA POR MUNICIPIO	MARGEN DE ERROR POR MUNICIPIO	MARGEN DE ERROR POR DISTRITO	MARGEN DE ERROR POR ESTADO
1 AL 8	MONTERREY	748,174	497	4.37%	12.37%	1.85 %
9 AL 11	SAN NICOLÁS DE LOS GARZA	303,638	202	6.89%	11.97%	
12 AL 15	GUADALUPE	437,702	291	5.74%	11.45	
16	APODACA	302,786	201	6.90%	6.90%	
17	ESCOBEDO	204,485	136	8.40%	8.40%	
18	SAN PEDRO	80,972	54	13.34%	13.34%	
19	SANTA CATARINA	164,739	109	9.38%	9.38%	
20	HIDALGO, ABASOLO, EL CARMEN, CIÉNEGA DE FLORES, GRAL. ZUAZUA, GARCÍA, HIGUERAS, MINA, SALINAS VICTORIA.	169,044	270	5.96%	17.88%	
21	SABINAS HIDALGO, ANÁHUAC, BUSTAMANTE, LAMPAZOS, VALLECILLO, VILLALDAMA.	41,577	180	7.30%	17.88%	
22	CHINA, MARÍN, JUÁREZ, PESQUERÍA, LOS RAMONES, DOCTOR GONZÁLEZ, AGUALEGUAS, PARAS, GENERAL TREVIÑO, LOS ALDAMAS, DOCTOR COSS, GENERAL BRAVO, LOS HERRERAS, MELCHOR OCAMPO, CERRALVO.	186,957	450	4.61%	17.84%	
23	CADEREYTA JIMÉNEZ, SANTIAGO.	165,115	60	12.65%	17.89%	
24	MONTEMORELOS, GENERAL TERÁN, ALLENDE.	98,738	90	10.33%	17.89%	
25	LINARES, RAYONES, HUALAHUISES.	77,664	90	10.33%	17.89%	
26	GALEANA, ARAMBERRI, DOCTOR ARROYO, MIER Y NORIEGA, GENERAL ZARAGOZA, ITURBIDE.	38,449	180	7.30%	17.88%	
TOTAL		3,020,040	2,810			

ALCALDIAS

FRECUENCIA DE NO RESPUESTA Y TASA DE RECHAZO:

GENERAL 11.5%

No contestan su preferencia electoral por no querer o porque aun no saben por quien votar. 1.0%

No piensa votar por ninguna de las opciones (incluye “Ninguno”, “en blanco” o “nulo”) 10.5%

TASA DE RECHAZO: 60% Incluye todo tipo de intentos que no se logran, viviendas desocupadas, nadie está en casa, el informante no es adulto con credencial o no aceptó entrevista

FECHAS DE LEVANTAMIENTO Y MÉTODO DE RECOLECCIÓN:

Del miércoles 22 al domingo 26 de Abril del 2015.

El estudio fue llevado a cabo en viviendas particulares a través de entrevistas “cara a cara” utilizando como herramienta de recolección de datos un cuestionario, previamente estructurado mismo que es aplicado por personal calificado para esa labor. (excepto el 20% que se realizó de manera telefónica en zonas de nivel socioeconómico alto)

FORMA DE PROCESAMIENTO:

Los cuestionarios son capturados y se genera una base de datos en formato SPSS; esa base pasa primero filtros de congruencia interna de cada registro para identificar atipicidades y posteriormente ajustes a sus factores de expansión por no-respuesta.

ESTIMACIÓN DE INTERVALOS:

Cuando se presentan intervalos de confianza se indica en el reporte el nivel de confianza del que se trata y en su cálculo se toma en consideración la varianza del estimador para la variable a la que se construye el intervalo.

SOFTWARE UTILIZADO:

El software utilizado para el procesamiento de la información es Statistical Package for the Social Sciences (SPSS).

PERSONAL INVOLUCRADO:

2 Coordinadores de campo, 50 Encuestadores, 8 Supervisores, 15 Capturistas de información, 1 Supervisores de captura, 2 Analistas de sistemas, 1 Responsable de proyecto.

AUTORIA Y FINANCIAMIENTO:

PERSONA MORAL QUE PATROCINÓ LA ENCUESTA DE OPINIÓN: EDITORIAL MONTERREY, S.A. con dirección en Plantón Sánchez Sur 411; Colonia Centro de Monterrey. R.F.C. EMO-801210-AS6

PERSONA MORAL QUE LLEVÓ A CABO LA ENCUESTA DE OPINIÓN: MARKET RESEARCH ASSOCIATES, S.A. DE C.V. con dirección en Santiago Tapia 1223 Ote, Colonia Centro; Monterrey, Nuevo León. Tel/Fax: +52 (81) 12533800 .
www.agamarketing.com

PERSONA MORAL QUE ORDENÓ LA PUBLICACIÓN LA ENCUESTA DE OPINIÓN: EDITORIAL MONTERREY, S.A. con dirección en Plantón Sánchez Sur 411; Colonia Centro de Monterrey. R.F.C. EMO-801210-AS6

ADVERTENCIA:

“Los resultados oficiales de las elecciones federales son exclusivamente aquellos que dé a conocer el Instituto Nacional Electoral.

Las preguntas de intención de voto o preferencia política son sólo un indicador de la situación presente en el momento de la encuesta; nada garantiza que esa situación sea la que prevalezca el día de la jornada electoral y por lo tanto los resultados no tienen porqué replicarse.

Antulio Ortiz

Estratega del Marketing y la Comercialización con más de 22 años de experiencia.

Graduado del ITESM de Lic. En Mercadotecnia y MBA.

Doctorado en Dirección de Mercadotecnia Estratégica.

Como Mercadólogo, ha tenido posiciones ejecutivas en Lamosa, Constructora Garza Ponce, Galvak y Principal Afore.

Socio Fundador y Presidente de AGA MARKETING logrando en 16 años:

- Más de 350 empresas atendidas en México y Estados Unidos.
- Más de 2,000 proyectos ejecutados para México y Latinoamérica.
- Premio a la Mejor Agencia de Investigación de Mercados del 2011 otorgado por la Revista Merca 2.0
- Precursor en su empresa de implementar un concepto diferenciado para crear y desarrollar estrategias de mercadotecnia fundamentadas en la investigación .
- Otorgar soluciones que garantizan crecimiento.
- Algunos clientes atendidos: Master Card, Tyson, Gonher, AutoZone, Voit, Qualtia, Tool Craft, Berel, Aba Seguros, Lowe's, Miller, Grupo Senda, Editorial Monterrey, Cinsa, BanRegio, Hospital Christus Muguerza, Brunswick, Soriana, Viakon, Axtel, CFE, ABA Seguros, Multimedios, Sukarne, Selther, Vivaaerobus, GNP, Tyson, y Natura, entre otros.

Por diez años ha sido catedrático de Planeación Estratégica. Ha participado como conferencista en diversos foros y congresos con temas sobre Mercadotecnia y Estrategias de Negocios