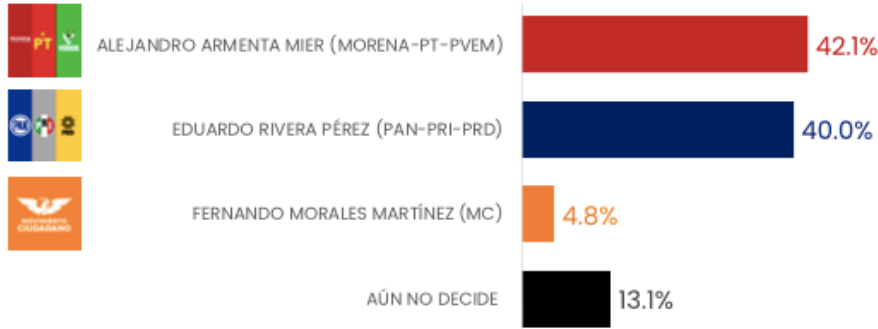



| | | |
|------------------------|---|---|
| Datos | Fecha de entrega | 20 de abril del 2024 |
| | Quién entregó | MASSIVE CALLER |
| | Quién realizó | MASSIVE CALLER |
| | Quién patrocinó | MASSIVE CALLER |
| | Quién ordenó | MASSIVE CALLER |
| | Medio de publicación | WHATSAPP, TELEGRAM, REDES SOCIALES (TWITTER, INSTAGRAM Y FACEBOOK) |
| | Fecha de publicación | 20 de abril del 2024 |
| | Original/Reproducción | MASSIVE CALLER |
| Objetivo | Objetivo(s) | Dar a conocer la percepción de la ciudadana para elegir gobernador en PUEBLA. |
| | Marco Muestral | Números telefónicos aleatorios pertenecientes a región geográfica del estado de Puebla. |
| | Definición de la población | La población objetivo de la encuesta son los ciudadanos adultos (mayores de 18 años). La muestra utilizada en el estudio está diseñada para reflejar las características de esa población, en términos de su distribución geográfica, sociodemográfica (sexo y edad). "Los resultados reflejan las preferencias electorales y las opiniones de los encuestados al momento de realizar el estudio y son válidos sólo para esa población y fechas específicas." |
| Diseño Muestral | Procedimiento de selección de unidades | Aleatorio simple |
| | Procedimiento de estimación | Se utilizó un método de estimación porcentual, el cual es una técnica utilizada para calcular y representar datos en forma de porcentaje. Se recopilan los datos, se calculan los porcentajes para cada respuesta. Esto implica dividir el número de respuestas en una categoría específica por el número total de respuestas en la muestra |
| | Tamaño y forma de obtención de la muestra | 1000 muestras, números telefónicos pertenecientes a Puebla. |
| | Calidad de la estimación (confianza y error máximo en la muestra seleccionada para cada distribución de preferencias o tendencias) | Con un nivel de confianza de 95% por ciento, el margen de error teórico es de +/- 3.4%. |
| | Frecuencia y tratamiento de la no respuesta | Frecuencia de la no respuesta de 95%, se descarta la no respuesta del marco muestral. |
| | Tasa general de rechazo general a la entrevista | La tasa de rechazo fue del 0% debido a que para el estudio solo consideramos las respuestas válidas de la población que aceptó responder la encuesta |
| Metodo | Metodo de recolección de la información | Telefónico |
| | Fecha de recolección de la información | 19 de abril del 2023. |

| | Cuestionario ó instrumentos de captación utilizados para generar la información publicada (fraseo) & Resultados de la encuesta | <p>1. SI EL DÍA DE HOY FUERAN LAS ELECCIONES PARA ELEGIR GOBERNADOR DE PUEBLA¿POR CUÁL DE LOS SIGUIENTES PARTIDOS, ALIANZA O CANDIDATO VOTARÍA USTED?- CONSULTE LOS RESULTADOS EN LA IMAGEN</p>  <table border="1"> <thead> <tr> <th>Candidato/Partido</th> <th>Porcentaje</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Alejandro Armenta Mier (MORENA-PT-PVEM)</td> <td>42.1%</td> </tr> <tr> <td>Eduardo Rivera Pérez (PAN-PRI-PRD)</td> <td>40.0%</td> </tr> <tr> <td>Fernando Morales Martínez (MC)</td> <td>4.8%</td> </tr> <tr> <td>AÚN NO DECIDE</td> <td>13.1%</td> </tr> </tbody> </table> | Candidato/Partido | Porcentaje | Alejandro Armenta Mier (MORENA-PT-PVEM) | 42.1% | Eduardo Rivera Pérez (PAN-PRI-PRD) | 40.0% | Fernando Morales Martínez (MC) | 4.8% | AÚN NO DECIDE | 13.1% |
|---|---|---|-------------------|------------|---|-------|------------------------------------|-------|--------------------------------|------|---------------|-------|
| Candidato/Partido | Porcentaje | | | | | | | | | | | |
| Alejandro Armenta Mier (MORENA-PT-PVEM) | 42.1% | | | | | | | | | | | |
| Eduardo Rivera Pérez (PAN-PRI-PRD) | 40.0% | | | | | | | | | | | |
| Fernando Morales Martínez (MC) | 4.8% | | | | | | | | | | | |
| AÚN NO DECIDE | 13.1% | | | | | | | | | | | |
| Procesamiento | Forma de procesamiento, estimadores e intervalos de confianza | Los resultados de la encuesta se basan en las respuestas de 1000 de los encuestados. Los estimadores de razón (proporciones) se calculan utilizando los factores de expansión asociados a cada etapa de muestreo, estimando los totales para cada categoría de respuesta así como los totales que proporcionaron alguna opción de respuesta a cada pregunta para así poder calcular las proporciones. | | | | | | | | | | |
| | Denominación del software utilizado para el procesamiento | El análisis de los resultados de la encuesta y la obtención de los estimadores de razón y de sus varianzas se hizo utilizando el Paquete Microsoft Office de Windows y el Software llamado Maria DB. | | | | | | | | | | |
| | Base de datos electrónico (Sí/No) | Si, generada de forma aleatoria en el proceso de inicio muestral. | | | | | | | | | | |
| Principales resultados | Intención de voto | Para elegir Gobernador de PUEBLA. | | | | | | | | | | |
| Autoría y Financiamiento | Logotipo |  | | | | | | | | | | |
| | Persona física o moral: | Moral | | | | | | | | | | |
| | Nombre del Representante: | Iris Fabiola Sáenz Rodríguez | | | | | | | | | | |
| | Domicilio | Calle Eduardo Livas Villarreal, número6156, cuarto piso, colonia Mederos, Monterrey, Nuevo León | | | | | | | | | | |
| | Teléfono | 81 174 75259 /8123755210 | | | | | | | | | | |
| | Correo electrónico | iris.saenz@massivecaller.com | | | | | | | | | | |
| | Recursos aplicados monto | \$11,000 once mil pesos mexicanos. Este monto es aproximado, tomando en cuenta los recursos materiales y humanos utilizados para realizar la encuesta. | | | | | | | | | | |
| Factura /Si/ No Aplica) | No aplica | | | | | | | | | | | |
| | Asociación a la que pertenece: | No aplica | | | | | | | | | | |

| | | |
|----------------------|---|---|
| Respaldo Profesional | Estudios en la materia/Documentación que acredite especialización | No aplica |
| | Entregó medio impreso y magnético Sí/No | Sí |
| | Responsable de la publicación | <p>José Carlos Campos Riojas es fundador de Massive Caller, casa encuestadora que utiliza una herramienta que le permite medir la opinión pública sobre cualquier tema de dominio general de manera rápida y confiable.</p> <p>Ha recibido premios como “Reed Latino Awards” por el mejor uso de call center en campaña electoral y como la mejor aplicación de innovación digital implementada a una campaña electoral.</p> |
| Cumplimiento | Curriculum Empresarial | <p>MASSIVE CALLER, S.A. DE C.V. es una casa encuestadora, que utiliza una innovadora herramienta que le permite medir la opinión pública sobre cualquier tema de dominio general de una manera rápida y eficiente.</p> <p>MASSIVE CALLER, S.A. DE C.V. tiene presencia en varios países del centro y sur de América, como Argentina, Perú, Panamá, Brasil, Guatemala y Venezuela, así como en Estados Unidos y España.</p> <p>Inicio de operaciones: Noviembre del 2015</p> <p>Registro Federal de Contribuyentes: MASI51125V41</p> |
| | Cumple con los criterios de carácter científico | Sí |
| | Entregó en Tiempo-cinco días naturales despues de su publicación (Sí/No) | Sí |