

ANEXO II

Propuesta Técnica

Estudio que permite la participación ciudadana activa y presencial durante el Segundo Debate presidencial del Proceso Electoral Federal 2017-2018 a realizarse el próximo 20 de mayo en Tijuana, Baja California.

Procedimiento general de integración del público participativo

El público objetivo para el Segundo Debate presidencial estará integrado a partir de una muestra aleatoria y representativa de la población de Tijuana.

A pesar de los rangos y características que se establecen en los apartados a continuación, en la selección final de integrantes del público se procurará que la mitad sean de género femenino y la otra mitad masculino.

Composición de la muestra

Muestra representativa y aleatoria para establecer el primer contacto con el público participativo
<p>42 personas que todas cumplan las siguientes características:</p> <ul style="list-style-type: none">• Que no tengan definido el voto para los próximos comicios del 1º de julio.• Que estén inscritos en la lista nominal.• Que cuenten con una alta probabilidad de acudir a votar en los próximos comicios. <p>Los instrumentos que se proponen para garantizar dichas características se describen a continuación, a través del diseño muestral y del cuestionario cara a cara.</p> <p>En la medida de las posibilidades y de acorde a la tasa de desgaste de la muestra, se espera que el desglose de las 42 personas quede dentro de los siguientes rangos, según sus características demográficas:</p>

- 4 mujeres jóvenes, entre 18 y 24 años.
- 4 hombres jóvenes, entre 18 y 24 años.
- 9 mujeres, entre 25 y 44 años.
- 9 hombres, entre 25 y 44 años.
- 6 mujeres, entre 45 y 64 años.
- 6 hombres, entre 45 y 64 años.
- 2 mujeres de 65 años o mayores.
- 2 hombres de 65 años o mayores.

La distribución anterior se hace a partir de la información en la lista nominal del municipio y se deberá ajustar al marco muestral correspondiente, según los datos sociodemográficos a nivel de sección electoral más recientes.

Tamaño de muestra

El primer contacto para los posibles integrantes se realizará a partir de una muestra aleatoria y representativa de viviendas en el municipio de Tijuana y de entrevistas cara a cara. A través de la aplicación de un pequeño cuestionario se pretende obtener la información necesaria para determinar si la persona no tiene el voto decidido, si cuenta con posibilidades altas de ir a votar y establecer un primer intercambio de datos de contacto.

Se plantea que el tamaño de muestra debe ser suficientemente grande para garantizar la asistencia de 42 personas el día del debate que cumplan con los requisitos y sean representativas de la sociedad de Tijuana. Para ello se propone un objetivo inicial de al menos 400 entrevistas efectivas, asumiendo cierta tasa de desgaste en cada etapa del proceso de selección, como se detalla a continuación:

Tasa de desgaste de la muestra	Proporción
Alrededor de 800 intentos de contacto a través de la muestra aleatoria	200% de la muestra inicial, considerando una tasa de rechazo del 50%
Al menos 400 entrevistas efectivas	100% de la muestra inicial considerada
Al menos 80 personas que cumplan con el perfil de indecisos	20% de la muestra inicial
Al menos 55 personas que acudan al debate para realizar y entregar su pregunta.	13.75% de la muestra inicial
Al menos 42 personas que entren al foro y participen en el debate	10.5% de la muestra inicial

Características de las entrevistas

Las entrevistas tienen como objetivo tanto obtener la información característica del elector como intercambiar la información de contacto e introducir el propósito general de la entrevista. Cabe señalar que en la aplicación del cuestionario no se pretende codificar información precisa sobre las candidaturas o partidos por los que simpatizan. Además, se propone entregar una carta de presentación y un aviso de privacidad sobre el uso que se hará con los datos personales.

A partir de los resultados del cuestionario se determinará un puntaje de selección con base en las respuestas que muestren que no tiene el voto definido pero que se establezca una alta probabilidad de acudir a votar. Al menos las 80 personas con mayor puntaje a partir de estos criterios serán consideradas en las siguientes etapas del proceso.

Consideraciones metodológicas adicionales

La metodología y el diseño de muestra se deben ajustar al objetivo central de contar con una masa crítica de personas con las características descritas. En este sentido, se deberían considerar información de diversos marcos muestrales y ajustar la muestra para maximizar la probabilidad de encontrar a las personas con las características necesarias. Es decir, la muestra inicial se debería ponderar según la probabilidad esperada de encontrar a indecisos a partir de la información previa.¹

Se propone realizar un muestreo de al menos 40 secciones electorales con reemplazo en Tijuana, donde se llegue a entrevistar a 10 personas en cada sección. Dicha muestra aleatoria se debería ajustar al menos al inicio de cada día de trabajo en campo, según los resultados obtenidos el día anterior. Es decir, se prevé que la agencia que realizará el trabajo en campo maximice las posibilidades de contar con el total de perfiles propuestos y representativos de la ciudad de Tijuana.

Si el primer día de levantamiento se cuentan con más jóvenes indecisos que adultos mayores, se ponderarán las secciones donde se espera encontrar un mayor número de adultos mayores para el segundo día, a fin de lograr un mínimo desapego de los objetivos iniciales.

Durante el trabajo de campo, se espera que el proveedor sea capaz de llevar a cabo las entrevistas a través de dispositivos electrónicos que permitan la

¹ Como fuentes de información esenciales para este ejercicio, se está considerando el uso de los resultados por sección de elecciones previas (2012 y 2015), el marco muestral de las secciones electorales del INE, los datos provenientes de la Encuesta Intercensal 2015 de INEGI, el proyecto de Estadísticas Censales a Escalas Geoelectorales 2012 de INE-INEGI, a nivel sección, así como los resultados de encuestas recientes con representatividad nacional, incluyendo la Encuesta de Imagen y Evaluación del INE, levantada en noviembre de 2017.

actualización en tiempo real de la información capturada. Esto permitirá la toma de decisiones durante el levantamiento que permitan ajustar la muestra y cumplir con los objetivos. Los dispositivos permitirán contar con el mayor grado de transparencia y seguridad en los resultados obtenidos por parte del proveedor.

Servicios logísticos y de contacto

Se espera que la agencia contratada provea los servicios de logística y de contacto con los posibles integrantes del público. La agencia no sólo llevará a cabo el trabajo de campo durante el levantamiento, sino que en fechas posteriores se pondrá en comunicación con los posibles asistentes en las siguientes tres ocasiones:

- Establecer el segundo contacto para invitarlos a una reunión de trabajo previa al debate. Este contacto se realizará preferentemente de forma telefónica, con la posibilidad de acudir al domicilio del ciudadano.
- Recordar y confirmar la asistencia al debate al grupo de personas que hayan acudido a la reunión de trabajo, a través de los medios disponibles. La agencia deberá ser capaz de resolver dudas y proveer información al público asistente sobre los detalles logísticos del día del debate.
- Posteriormente al debate, ponerse en contacto con los asistentes y aplicar un pequeño cuestionario de retroalimentación.

Contacto de retroalimentación

Se propone diseñar un pequeño cuestionario de retroalimentación de las personas que finalmente acudieron al debate con el propósito de conocer su opinión tanto sobre el procedimiento como del debate en sí mismo. Este cuestionario podrá utilizarse como insumo en la evaluación interna del debate y servirá de punto de partida para futuras experiencias.

Datos demográficos del municipio de Tijuana

Las tablas que a continuación se presentan tienen el propósito de ilustrar la composición sociodemográfica del municipio de Tijuana. Se espera que la integración del público del Segundo Debate tenga, en general, la composición que se muestra a continuación, aunque debido a la aleatoriedad de la muestra y la tasa de rechazo esperada, podría presentar variaciones.

Lista Nominal en el Municipio de Tijuana con corte al 16 de marzo de 2018

Lista nominal en Tijuana, con corte al 16 de marzo de 2018			Porcentaje
<i>Por sexo</i>			
Hombres	697,663		50.4%
Mujeres	687,775		49.6%
<i>Por grupo de edad</i>			
18-24	238,801		17.2%
25-44	633,495		45.7%
45-64	400,276		28.9%
65 y más	112,866		8.1%

Composición demográfica del municipio de Tijuana, según el nivel de escolaridad
(Encuesta Intercensal 2015, INEGI)

Sexo	Grado de escolaridad	Porcentaje
Hombres	Sin escolaridad	2.6%
	Primaria completa	26.4%
	Secundaria completa	25.0%
	Media superior	27.0%
	Superior o mayor	18.7%
Mujeres	Sin escolaridad	3.3%
	Primaria completa	28.2%

Sexo	Grado de escolaridad	Porcentaje
	Secundaria completa	24.9%
	Media superior	25.1%
	Superior o mayor	18.2%

Composición demográfica del municipio de Tijuana, según las características económicas, (Encuesta Intercensal 2015, INEGI)

Sexo	Ocupación	Porcentaje ²
Hombres	Población Ocupada	69.4%
	Desempleada	3.2%
	No económicamente activa	27.3%
Mujeres	Población Ocupada	41.6%
	Desempleada	0.9%
	No económicamente activa	57.3%

Composición demográfica del municipio de Tijuana, según el ingreso por trabajo (Encuesta Intercensal 2015, INEGI)

Sexo	Nivel de ingreso	Porcentaje
Hombres	Menos de 2 s.m.	15.9%
	Más de 2 s.m.	71.3%
	No especificado	12.8%
Mujeres	Menos de 2 s.m.	27.9%
	Más de 2 s.m.	59.8%
	No especificado	12.2%

² Válidos para la población de 12 y más.