

Lic. Edmundo Jacobo Molina
Secretario Ejecutivo
Instituto Nacional Electoral

Viaducto Tlalpan No. 100, Col. Arenal Tepenpan
Del. Tlalpan, C.P. 14610
Ciudad de México

INSTITUTO NACIONAL ELECTORAL
OFICIALIA DE PARTES COMUN

2018 JUN 26 PM 5 04

Original 5 HSS Anexo 5 HSS 2 CD
Cop Observaciones

4992

57

Estado de México, a 26 de junio de 2018

Lic. Magaly G. Colol



Oscar Francisco Javier Graue Toussaint, en mi carácter de apoderado legal de la empresa Pop Research, S.A. de C.V., personalidad que tengo acreditada por escrito entregado en esa Secretaría ejecutiva con fecha 19 de Abril de 2018, mismo en donde señalo domicilio y autorizo a personas para oír y recibir todo tipo de notificaciones, por esta vía comparezco para exponer:

Que en cumplimiento a lo dispuesto por el artículo 136 del Reglamento de Elecciones publicado en el Diario Oficial de la Federación el 13 de septiembre de 2016, dentro del término de cinco días siguientes a la publicación de la Encuesta Nacional Político Electoral, última encuesta nacional junio 2018, publicada el día 25 de junio en el portal www.popgroup.mx. Acompaño al presente toda la información y documentación que se señalan en la fracción I del Anexo 3 del Reglamento antes referido.

Atento a los criterios generales de carácter científico que deben adoptar las personas físicas y/o morales que pretendan llevar a cabo encuestas por muestreo para dar a conocer las preferencias electorales o tendencias de votación, manifiesto bajo protesta de decir verdad:

1. Objetivo del estudio

Conocer la opinión ciudadana sobre la política y las intenciones de voto, en particular las percepciones de aquellos electores que aún no deciden por quién votar para Presidente de la República de 2018.

2. Marco Muestral

Listado de secciones electorales en el país de acuerdo con los datos de INE publicados con corte al mes de abril de 2018.

3. Diseño Muestral

Se tomaron de manera sistemática y aleatoria con probabilidad proporcional a su tamaño (**PPT**) **210 secciones** electorales en todo el país, en cada sección se eligieron **2 manzanas**, en cada una de las manzanas se seleccionaron **10 viviendas** particulares habitadas con igual probabilidad y en cada vivienda un ciudadano mexicano mayor de edad con credencial para votar vigente en la

entidad con este diseño se esperaban obtener alrededor de **4,200** entrevistas efectivas de ciudadanos con credencial para votar distribuidos en todo el país.

a) Definición de la población objetivo

Hombres y mujeres mexicanos con credencial para votar vigente en la entidad residente en todo el territorio nacional.

b) Procedimiento de selección de unidades

Las unidades primarias de muestreo (UPM) fueron las secciones electorales del INE. Éstas se seleccionaron en varias etapas. En la primera etapa se ordenaron de mayor a menor de acuerdo con el tamaño de su lista nominal y se procedió a una selección aleatoria de 210 secciones electorales con probabilidad proporcional al tamaño. En la segunda etapa se seleccionaron 2 manzanas de manera aleatoria, al interior de cada sección seleccionada. En la tercera etapa se seleccionaron 10 viviendas de manera aleatoria al interior de cada manzana. En la cuarta y última etapa se seleccionó una persona al interior de cada hogar por medio del criterio del cumpleaños más próximo, lo que garantiza homogeneidad en género y edad.

c) Procedimiento de estimación

Los resultados presentados no son frecuencias simples de respuestas, sino estimaciones basadas en el ponderador de diseño muestral, calculado como el inverso de la probabilidad de cada individuo a ser encuestado, a partir de éste se aplican modelos estadísticos tradicionales de estimación de proporciones en muestreo, para esta estimación no se utilizó ningún modelo de votante probable.

d) Tamaño y forma de obtención de la muestra

El tamaño total de la muestra fue de **4,150 entrevistas efectivas** a ciudadanos con credencial para votar distribuidos en todo el país. Las entrevistas fueron cara a cara en viviendas particulares habitadas y para su aplicación se utilizaron teléfonos celulares sobre una aplicación propia.

e) Calidad de la estimación

Aunque cada pregunta tiene su propio error asociado, el diseño de muestra garantiza que las estimaciones generales estén en al menos **95** de cada **100** veces, el error no sobrepasa el **±3%**.

f) Frecuencia y tratamiento de la no-respuesta, señalando los porcentajes de indecisos, los que responden “no sé” y los que manifiestan que no piensan votar.

La opción “Indecisos” de la pregunta de intención de voto (*P3. Si las elecciones para elegir Presidente de la República fueran el día de hoy, ¿por cuál candidato votaría?*) equivale a 13% de menciones.

Adicionalmente, dentro de la encuesta se incluyó la opción "Anularía" como respuesta válida, que reflejó un valor de 2% en la pregunta electoral (**P3. Si las elecciones para elegir Presidente de la República fueran el día de hoy, ¿por cuál candidato votaría?**)

- g) **Tasa de rechazo general a la entrevista, reportando por un lado el número de negativas a responder o abandono del informante sobre el total de intentos o personas contactadas, y por otro lado, el número de contactos no exitosos sobre el total de intentos del estudio.**

La tasa de rechazo a la entrevista fue de 39% (incluye intentos que no se lograron, viviendas desocupadas, informante no tenía credencial vigente, no aceptó la entrevista, entrevistas parciales o no concluyó la entrevista).

4. Método y fecha de Recolección de la información

El estudio fue llevado a cabo en viviendas particulares a través de entrevistas cara a cara, utilizando como herramienta de recolección de datos, teléfonos celulares con sistema operativo Android y un programa de encuestas de diseño propio, mismo que es aplicado por personal calificado para esa labor. Las fechas de levantamiento del estudio son del **18 al 23 de junio de 2018.**

a. Forma de procesamiento

El programa de encuestas validó los datos desde la digitación de los mismos por lo que la congruencia de los datos quedó revisada al termino de la encuesta, con estos datos se generó una base de datos en formato Excel, misma que se transformó y etiquetó en base de datos SPSS (.sav), a esta base se le generó el ponderador asociado a cada caso y se le aplicó un factor de ajuste de las estructuras de edad y género.

5. El cuestionario o instrumentos de captación utilizados para generar la información publicada.

Anexo 1

6. Forma de procesamiento, estimadores e intervalos de confianza.

Aunque cada pregunta tiene su propio error asociado, el diseño de muestra garantiza que las estimaciones generales estén en al menos 95 de cada 100 veces, el error no sobrepasa el $\pm 3\%$.

7. Denominación del Software utilizado para el procesamiento.

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

8. La base de datos en formato electrónico

Se adjunta en formato electrónico a este documento la base de datos en Excel y SPSS (.sav), correspondiente a las variables de la encuesta.

9. Principales resultados, pudiendo especificar la preferencia de votación bruta y la efectiva

Pregunta electoral

P3. Si las elecciones para elegir Presidente de la República fueran el día de hoy, ¿por cuál candidato votaría?

Preferencia de votación bruta.

Andrés Manuel López Obrador 34%

José Antonio Meade 29%

Ricardo Anaya 21%

Jaime Rodríguez "El Bronco" 1%

Indecisos 13%

Anularía 2%

Preferencia de votación efectiva.

Andrés Manuel López Obrador 39.1%

José Antonio Meade 33.3%

Ricardo Anaya 24.1%

Jaime Rodríguez "El Bronco" 1.2%

Anularía 2.3%

10. Autoría y financiamiento

La encuesta fue patrocinada por POP Research, S.A. de C.V. y publicada en la página de POP GROUP (www.popgroup.mx). El diseño y realización de la encuesta son responsabilidad del Dr. Francisco Javier Graue Toussaint, CEO y representante legal de POP Research, S.A. de C.V. Empresa que pertenece al Grupo.

Persona Moral que patrocina la publicación:

POP Research, S.A. de C.V.

Dirección. Avenida Jesús del Monte 39B Piso 16 Col. Jesús del Monte, Huixquilucan Estado de México C.P. 52764

Teléfono. 5290 7443

Correo electrónico. info@popgroup.mx

11. Recursos económicos/ financieros aplicados

Se anexa a este informe el costo total de la encuesta que fue de \$288,984 pesos.
(Anexo 2)

12. Experiencia profesional y formación académica

El responsable del diseño y realización de la encuesta es el Dr. Oscar Francisco Javier Graue Toussaint. (Ver anexo 3)

**ATENTEMENTE,
POP RESEARCH, S.A. de C.V.**



Oscar Francisco Javier Graue Toussaint

ANEXO 1

1. ¿Qué sentimiento le genera la próxima elección para Presidente de México?

1. Esperanza
2. Tranquilidad
3. Preocupación
4. Enojo
99. No Sabe/No Contestó

2. ¿Qué tan probable es que acuda a votar el 1 de julio?

1. Definitivamente iré a votar
2. Es probable que vaya a votar
3. Es poco probable, tal vez no acuda a votar
4. Definitivamente no iré a votar
5. No sabe
6. No contestó

P3. Si las elecciones para elegir Presidente de la República fueran el día de hoy, ¿por cuál candidato votaría?

1. Andrés Manuel López Obrador
2. José Antonio Meade
3. Ricardo Anaya
4. Jaime Rodríguez "El Bronco"
5. Indeciso
6. Anularía

4.1 ¿Qué es lo que más le preocupa de esta elección? (para quienes declaren preferencia por Andrés Manuel López Obrador-MORENA-PT-PES)

1. Que siga gobernando la Mafia del Poder
2. Que haya fraude y que no gane AMLO
3. Que pueda haber represión a los simpatizantes de Morena
88. No sabe
99. No contestó

4.2 ¿Qué es lo que más le preocupa de esta elección? (para quienes declaren preferencia por José Antonio Meade- PRI-PVEM-PNAL).

1. Que gane Andrés Manuel López Obrador
2. Que el PRI pierda y quede en tercer lugar
3. Que gane Ricardo Anaya
88. No sabe
99. No contestó

4.3 ¿Qué es lo que más le preocupa de esta elección? (Para quienes declaren preferencia por Ricardo Anaya- PAN-PRD-MC)

1. Que gane Andrés Manuel López Obrador
2. Que el PRI gane y siga en el poder
3. Que exista un pacto entre Peña y Obrador
88. No sabe
99. No contestó

(Filtro de indecisos)

5. Y aunque usted todavía no decide por quién votar, ¿con cuál de los siguientes candidatos se siente más identificado?

1. José Antonio Meade
2. Ricardo Anaya
3. Andrés Manuel López Obrador
4. Jaime Rodríguez "El Bronco"
5. No lo sabe
6. Ninguno

6. ¿Qué es lo que más le preocupa de esta elección?

(Respuesta de opción múltiple)

1. El futuro de México
2. Que haya conflictos después de la elección
3. Que los mexicanos terminemos peleados
4. Que aún no sé por quién votar
88. No sabe
99. No contestó

7. ¿Es posible que cambie su intención de voto en lo que resta de la campaña o ya tiene definido a su candidato?

1. Es posible, podría cambiar mi decisión
2. No voy a cambiar de decisión, estoy definido
88. No sabe
99. No contestó

8.1 (Para quienes declararon que podrían cambiar de voto [Voto útil]) Y usted que tiene ya definido a un candidato pero podría cambiar su voto ¿a cuál otro candidato le otorgaría su voto? (Encuestador, al aplicar esta pregunta se descartará de las opciones de respuesta, el candidato mencionado por el entrevistado en la pregunta de intención de voto)

1. Ricardo Anaya
2. José Antonio Meade
3. Andrés Manuel López Obrador
4. Jaime Rodríguez "El Bronco"
5. No lo sabe

**Género**

1. Masculino
2. Femenino

Edad

1. 18 a 24 años
2. 25 a 34 años
3. 35 a 44 años
4. 45 a 49 años
5. 50 a 59 años
6. 60 años o más

¿Cuál fue el último año de estudios que completó?

1. Primaria
2. Secundaria
3. Preparatoria
4. Carrera técnica
5. Licenciatura
6. Posgrado

NSE (Observacional)

1. A
2. B
3. C
4. C-/E

ANEXO 2

Informe general de costos ejercidos para el levantamiento de encuestas.

GASTOS REALIZADOS	COSTO
PAGO ENCUESTADORES	\$ 69,428
HOSPEDAJE	\$ 42,500
ALIMENTOS	\$ 40,500
TRANSPORTE	\$126,556
TELEFONIA, PAPELERIA	\$ 10,000
GRAN TOTAL	\$288,984

ANEXO 3

C.V. - FRANCISCO GRAUE
CEO POP GROUP

EXPERIENCIA PROFESIONAL:

Director Comercial Litografía Graue.
Director General Suministros Litográficos.
Director General de Imprentas Rápidas de México.
Vicepresidente de SCARPA Plásticos, Valencia España.
Director General Aluglass Packaging Products.
Director General de FGT Consulting & Trade.
Director General de OMD Digital.
Director General de POP GROUP