

Ficha técnica

Recolección de la Información	El estudio fue llevado a cabo en viviendas a través de entrevistas “cara a cara” en el municipio de Victoria, utilizando un cuestionario estructurado a través del Sistema CAPI (Computer Assisted Personal Interview)
Objetivo general del estudio	Conocer la opinión de los residentes de Ciudad Victoria sobre situación económica, social y política
Objetivo particular del estudio	Medir la opinión de los votantes en relación a las elecciones que se realizarán en 2021 para renovar la alcaldía, su preferencia partidista y escenarios de posibles candidatos.
Marco Muestral	Se utilizó como marco muestral el listado de secciones electorales en el municipio de Victoria, publicados en la página del IETAM
Diseño de Muestra	<p>Población Objetivo Hombres y mujeres de 18 años y más, residentes en el municipio de Ciudad Victoria, que cuentan con credencial de elector vigente con domicilio en la Sección Electoral</p> <p>Procedimiento de Selección En la primera etapa se seleccionaron la totalidad de las secciones electorales, que fueron denominados “estratos” y se hizo el muestreo aleatorio estratificado con afijación proporcional, considerando el peso electoral de los seccionales- En la segunda etapa se determinó cuántos sujetos con igual posibilidades se deberían de entrevistar por cada estrato seleccionado. En la tercera etapa se seleccionaron manzanas, dividiendo las existentes en el seccional por la cantidad de cuestionarios a aplicarse. En la cuarta etapa se seleccionó un domicilio particular habitado, eligiéndose el centro de esta, en la que se seleccionó a una persona de 18 años y más, buscando equilibrar el sexo del entrevistado. Se tomó en referencia quien vivía en el centro de las calles de esa manzana.</p>
Tamaño de la muestra	El diseño de muestra establecido para este estudio dio como resultado un tamaño de muestra de 384 entrevistas y estas fueron realizadas cara a cara en viviendas particulares. En total se realizaron 368, la diferencia fue quienes rechazaron el ejercicio.
Confianza y error máximo	Manteniendo fijo el nivel de confianza del 95%, las estimaciones del estudio tienen una precisión del 5%
Tratamiento de la No Respuesta y Rechazo	Se establece en las variables y está establecida en los resultados. El porcentaje de Rechazo fue solo en 16 domicilios que por ningún motivo desearon participar en esta encuesta. En porcentaje fue el 4.4%

Ficha técnica

Ejecución de Entrevista	El encuestador debía de llegar a la vivienda seleccionada y presentarse, y para dar confianza al entrevistado se le ofrecía el dispositivo electrónico (Tablet) para que en total secreto respondiera el cuestionario. Solo en caso de duda, el encuestador le resolvía el cuestionamiento.
Procesamiento de datos	Las entrevistas fueron realizadas en tiempo real a través de la plataforma Survio. Tas concluir el proceso se procesó la información en el Statistical Package for the Social Sciences (SPSS)
Fecha de levantamiento	Los cuestionarios se aplicaron del 11 al 13 de noviembre de 2020
Preguntas electorales	Primeramente nos gustaría saber con qué partido político se siente más identificado. Si hoy fuera 6 de junio ¿Por qué partido político votaría? ¿Y por cuál partido nunca votaría? Se presentaron seis escenarios de posibles candidatos por partidos políticos.
Autoría y Financiamiento	La encuesta fue patrocinada por HT Comunicación, S.A. de C.V., propietaria de las marcas HOYTamaulipas y Marketing & Estrategias. El diseño de la encuesta fue realizada por el Mtro. Marco Esquivel, presidente del Consejo de Administración. Este ejercicio fue por interés propio de esta encuesta, por tanto no hubo un tercero interesado.
Recursos Financieros aplicados	Para este ejercicio se contrató: 1 Supervisor 10 encuestadores Representando una inversión de 14,250 pesos en el pago del equipo de encuestadores y 4,500 pesos por pago del supervisor. Además, 5,000 pesos mexicanos para viáticos del equipo de trabajo de campo. En total el costo de la inversión fue de \$23,750.00 pesos mexicanos.
Experiencia profesional	El C. Mtro. Marco Esquivel, cuenta con un Máster en Asesoramiento de Imagen y Consultoría Política por la Universidad Camilo José Cela (Madrid). Cuenta con experiencia en el campo de la comunicación política y estudios cuanti y cualitativos.