



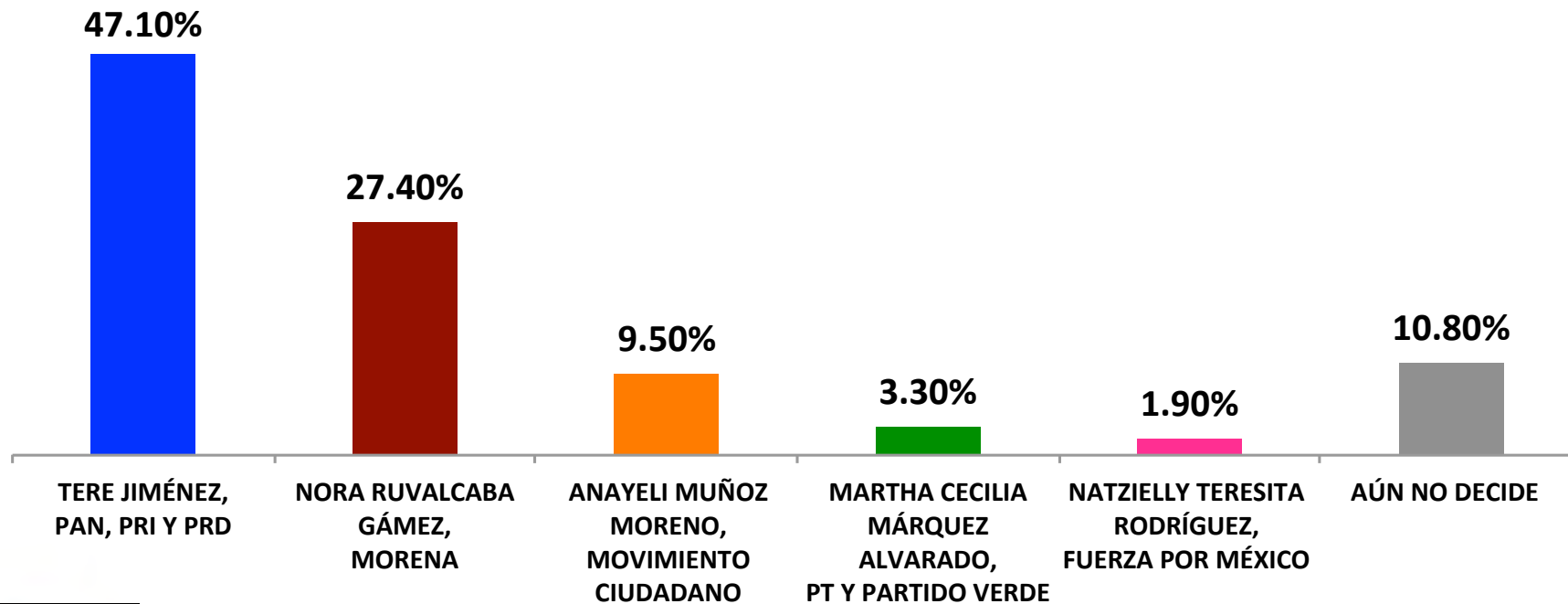
STIMMA

MIDIENDO IMPACTOS

GUBERNATURAS 2022

- ☑ INTENCIÓN DE VOTO PARA ELEGIR GOBERNADOR EN 6 ESTADOS:
 - ☑ AGUASCALIENTES
 - ☑ DURANGO
 - ☑ HIDALGO
 - ☑ OAXACA
 - ☑ QUINTANA ROO
 - ☑ TAMAULIPAS

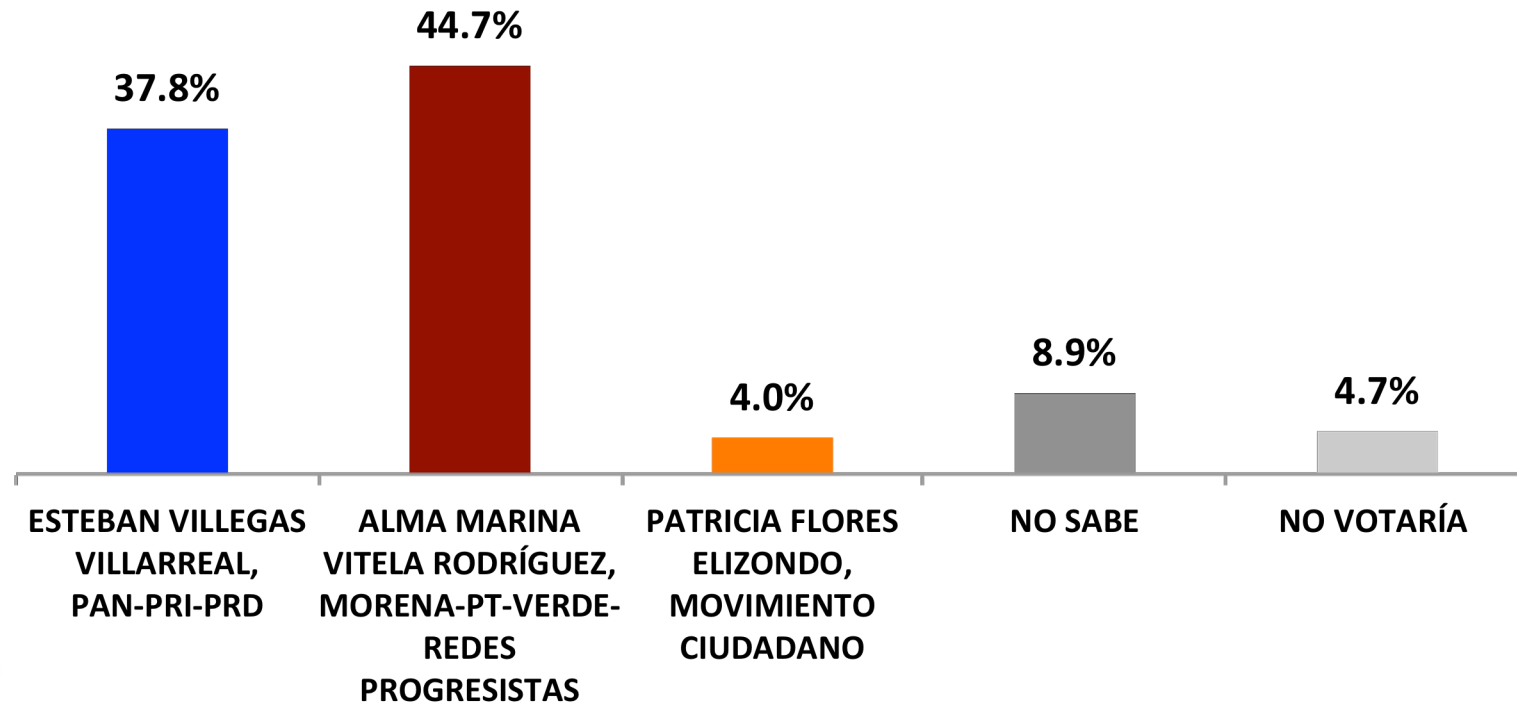
SI HOY FUERA LA ELECCIÓN PARA ELEGIR GOBERNADOR DE AGUASCALIENTES, ¿POR CUÁL PARTIDO O CANDIDATO VOTARÍA USTED?



| ENCUESTA TELEFÓNICA AUTOMATIZADA | |
|----------------------------------|------------------------|
| LUGAR | AGUASCALIENTES |
| FECHA | 18 Y 19 / ABRIL / 2022 |
| NO. DE CASOS | 1000 |
| M.E. | +/- 3.4% |



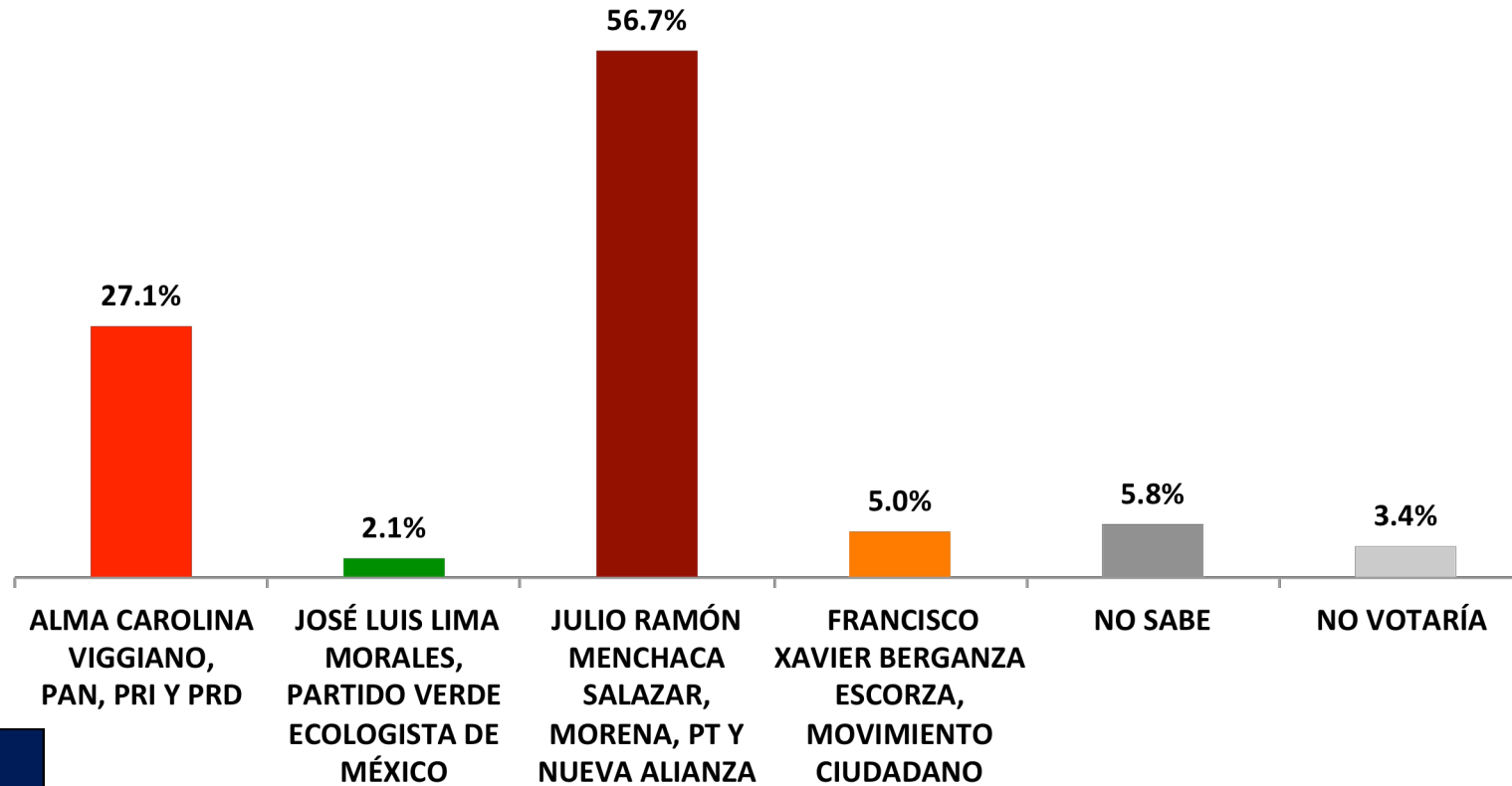
SI HOY FUERA LA ELECCIÓN PARA ELEGIR GOBERNADOR DE DURANGO, ¿POR CUÁL PARTIDO O CANDIDATO VOTARÍA USTED?



| ENCUESTA TELEFÓNICA AUTOMATIZADA | |
|----------------------------------|------------------------|
| LUGAR | DURANGO |
| FECHA | 18 Y 19 / ABRIL / 2022 |
| NO. DE CASOS | 1000 |
| M.E. | +/- 3.4% |



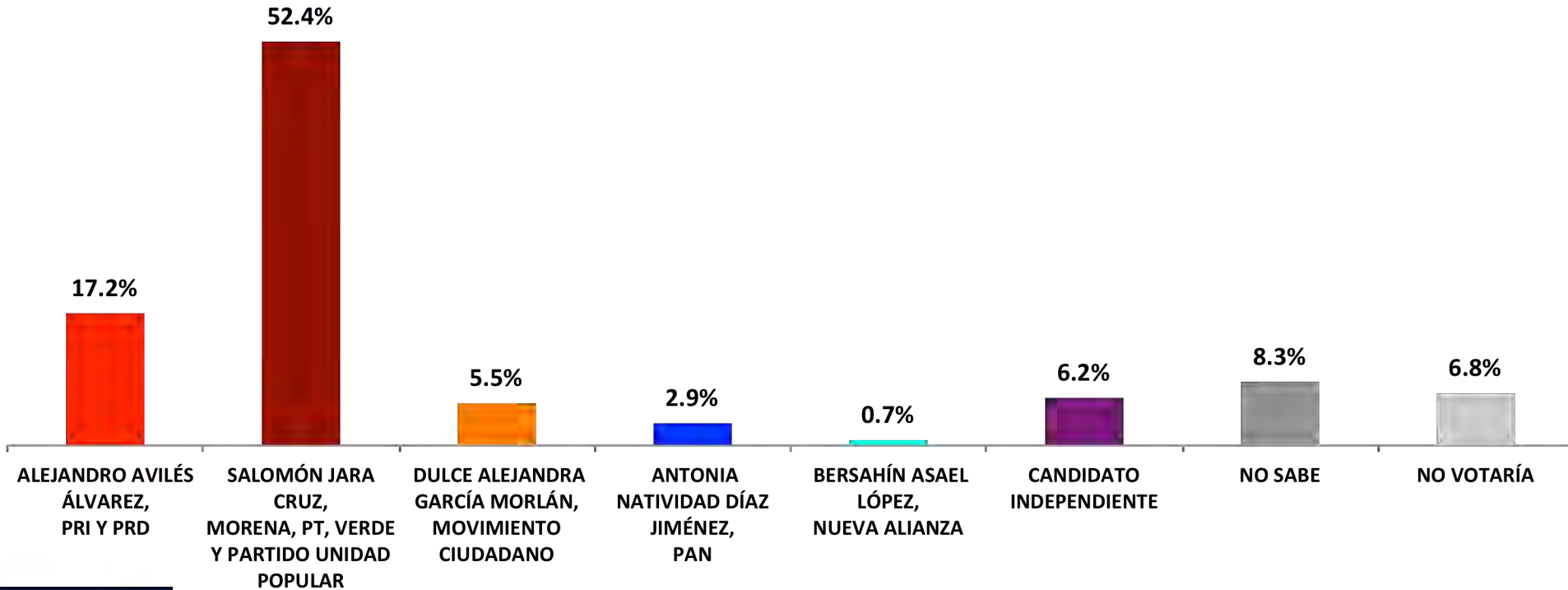
SI HOY FUERA LA ELECCIÓN PARA ELEGIR GOBERNADOR DE HIDALGO, ¿POR CUÁL PARTIDO O CANDIDATO VOTARÍA USTED?



| ENCUESTA TELEFÓNICA AUTOMATIZADA | |
|----------------------------------|------------------------|
| LUGAR | HIDALGO |
| FECHA | 18 Y 19 / ABRIL / 2022 |
| NO. DE CASOS | 1000 |
| M.E. | +/- 3.4% |



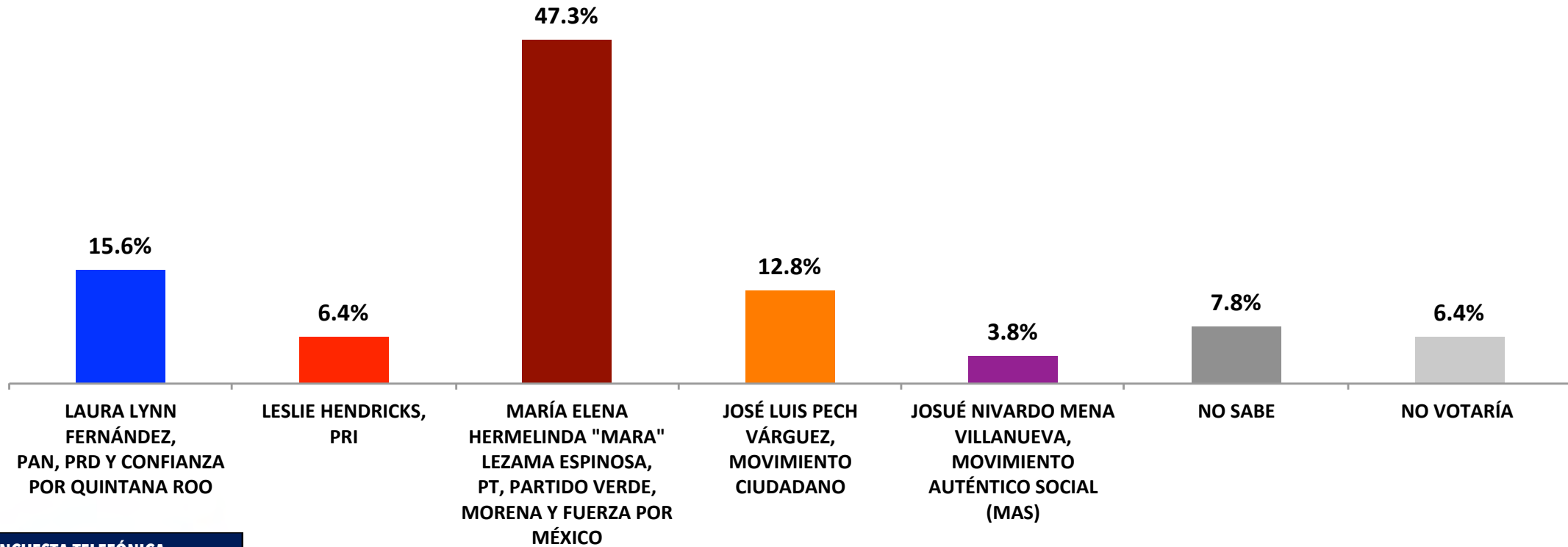
SI HOY FUERA LA ELECCIÓN PARA ELEGIR GOBERNADOR DE OAXACA, ¿POR CUÁL PARTIDO O CANDIDATO VOTARÍA USTED?



| ENCUESTA TELEFÓNICA AUTOMATIZADA | |
|----------------------------------|------------------------|
| LUGAR | OAXACA |
| FECHA | 18 Y 19 / ABRIL / 2022 |
| NO. DE CASOS | 1000 |
| M.E. | +/- 3.4% |



SI HOY FUERA LA ELECCIÓN PARA ELEGIR GOBERNADOR DE QUINTANA ROO, ¿POR CUÁL PARTIDO O CANDIDATO VOTARÍA USTED?

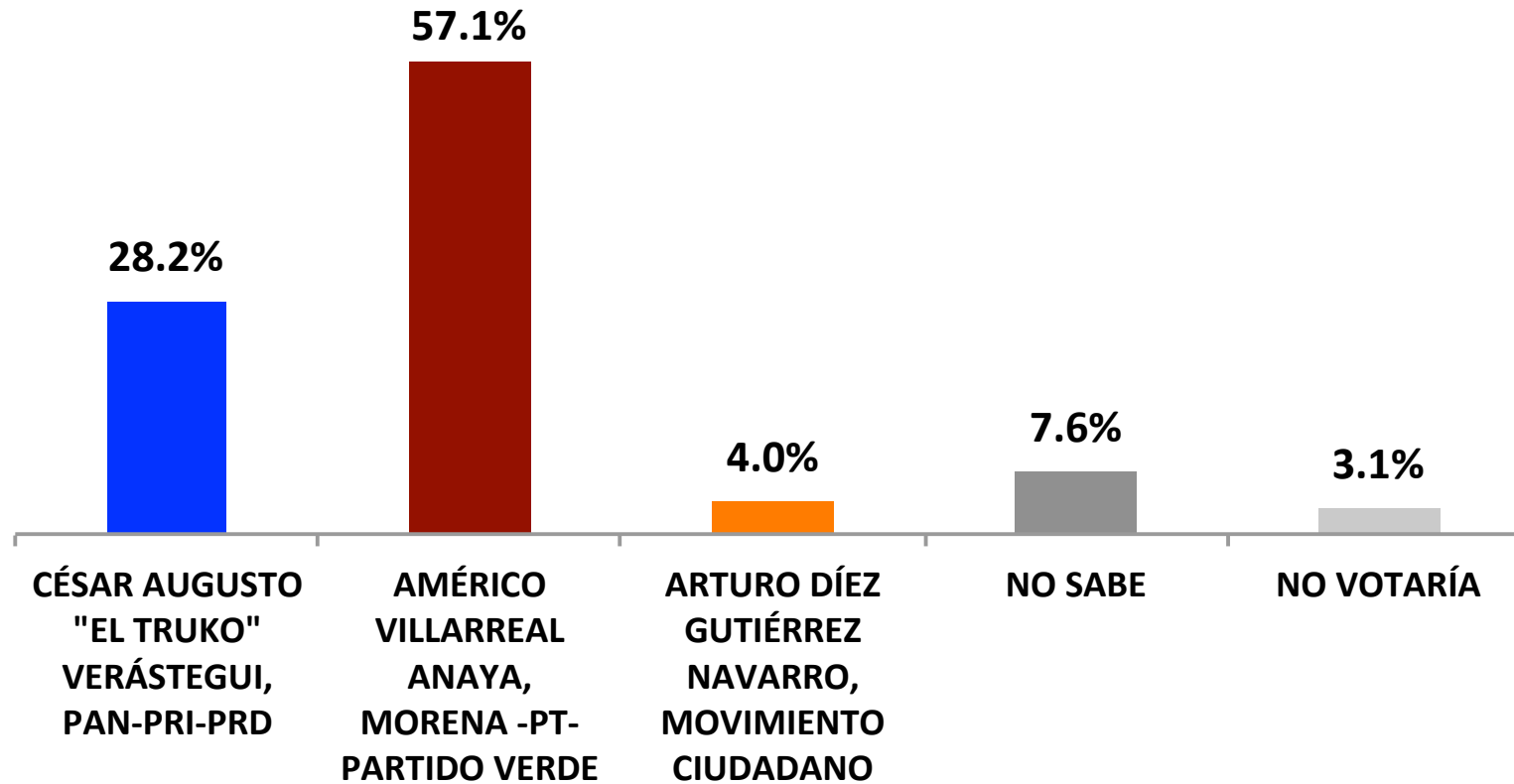


ENCUESTA TELEFÓNICA AUTOMATIZADA

| | |
|--------------|------------------------|
| LUGAR | QUINTANA ROO |
| FECHA | 18 Y 19 / ABRIL / 2022 |
| NO. DE CASOS | 1000 |
| M.E. | +/- 3.4% |



SI HOY FUERA LA ELECCIÓN PARA ELEGIR GOBERNADOR DE TAMAULIPAS, ¿POR CUÁL PARTIDO O CANDIDATO VOTARÍA USTED?



| ENCUESTA TELEFÓNICA AUTOMATIZADA | |
|----------------------------------|------------------------|
| LUGAR | TAMAULIPAS |
| FECHA | 18 Y 19 / ABRIL / 2022 |
| NO. DE CASOS | 1000 |
| M.E. | +/- 3.4% |



TIPO DE ENCUESTA: TELEFÓNICA AUTOMATIZADA DE OPCIÓN MÚLTIPLE.

POBLACION OBJETIVO: HOMBRES Y MUJERES CON TELÉFONOS FIJOS Y MÓVILES, MAYORES DE 18 AÑOS.

TIPO DE MUESTREO: REPRESENTATIVO- CUANTITATIVO.

MARCO MUESTRAL: AGUASCALIENTES, DURANGO, HIDALGO, OAXACA, QUINTANA ROO Y TAMAULIPAS.

MECÁNICA DE LEVANTAMIENTO: LAS ENCUESTAS FUERON LEVANTADAS POR MEDIO DE LLAMADAS A HOGARES Y CELULARES DE FORMA ALEATORIA A FIN DE SER REPRESENTATIVAS AL LUGAR; SON CONTESTADAS POR EL PROPIO ENTREVISTADO OPRIMIENDO EN SU TECLADO TELEFÓNICO SU RESPUESTA DESEADA.

FECHA DE LEVANTAMIENTO: 18 Y 19 DE ABRIL DEL 2022.

NUMERO DE ENCUESTAS LEVANTADAS: 1000 MUESTRAS EN CADA ESTADO.

EMPRESA QUE LEVANTO LA ENCUESTA: ESTIMMA®

MARGEN DE ERROR ESTADISTICO DE LA MUESTRA: +/- 3.4%

RESPONSABLE: MARISABEL DEL REAL



MARISABEL DEL REAL

DIRECCIÓN GENERAL

marisabeldelreal@gmail.com



(+52) 33 13 63 93 20



/ESTIMMA.MX



@ESTIMMA.MX



WWW.ESTIMMA.COM.MX

ESTIMMA®

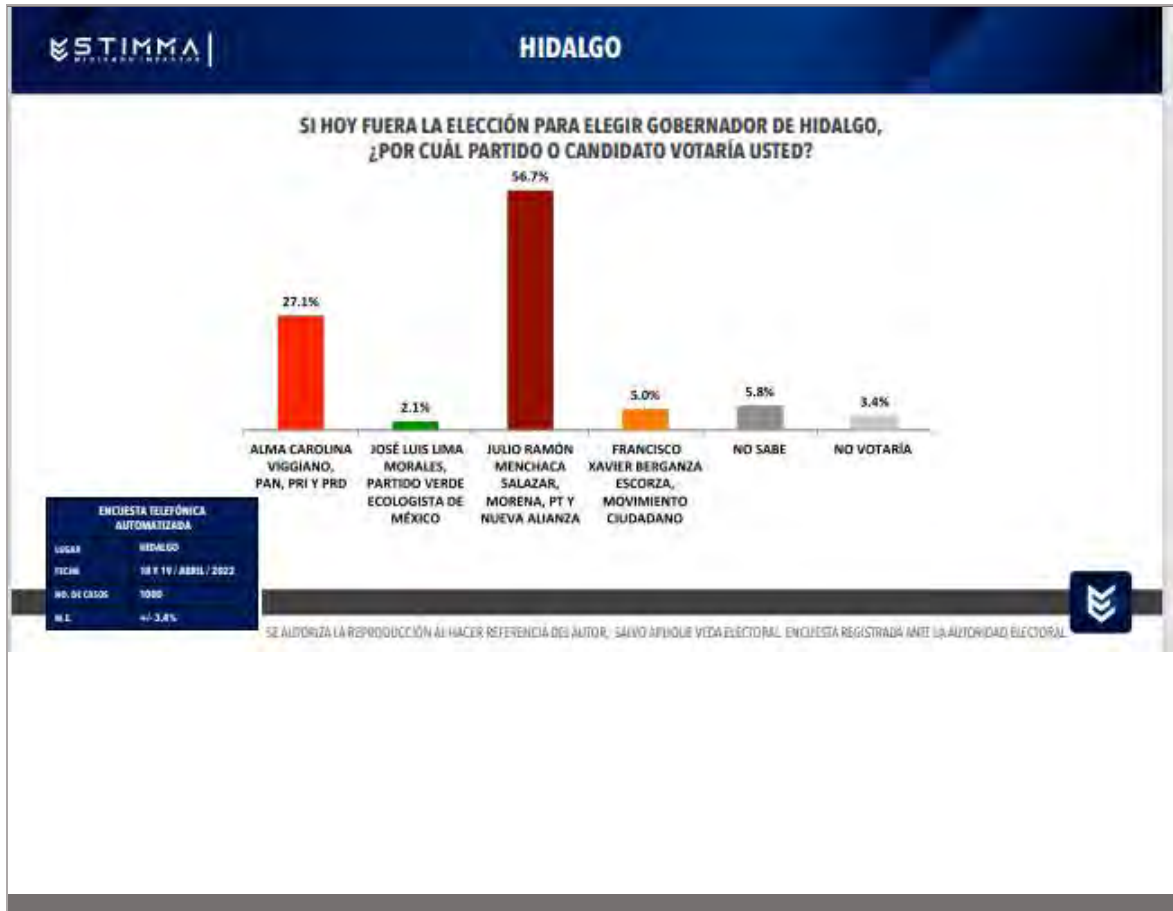
a 24 de abril de 2022

Metodología encuesta de intención de voto para **Gobernador de Hidalgo**

| | |
|-----------------------------|---|
| Fecha de entrega: | 24 de Abril de 2022 |
| Quién entregó | Reyna Marisabel Del Real Guzmán Representando de la marca ESTIMMA MIDIENDO IMPACTOS |
| Quién realizó | Reyna Marisabel Del Real Guzmán Representando de la marca ESTIMMA MIDIENDO IMPACTOS |
| Quién patrocinó | Reyna Marisabel Del Real Guzmán Representando de la marca ESTIMMA MIDIENDO IMPACTOS |
| Quién ordenó | Reyna Marisabel Del Real Guzmán Representando de la marca ESTIMMA MIDIENDO IMPACTOS |
| Medio de publicación | Medios: RRSS: Facebook, Instagram, Whats app |
| Fecha de publicación | 21 de abril 2022 |
| | |

| Características metodológicas del estudio | |
|---|---|
| Objetivo | Conocer de forma cuantitativa la opinión general de la gente, principalmente la opinión de los votantes respecto la intención de voto a gobernador de Hidalgo. |
| Marco muestral Definición de la población | Habitantes con teléfono fijo y móvil. Se utilizó el listado telefónico del estado de Hidalgo. |
| Diseño muestral a) Definición de la población b) Procedimiento de selección de unidades c) Procedimiento de estimación d) Tamaño y forma de obtención de la muestra. e) Calidad de la estimación: confianza y error máximo implícito en la muestra seleccionada para cada distribución de preferencias o tendencias. 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. g) Tasa general de rechazo | <p>La población objetivo de la encuesta son los ciudadanos adultos, mayores de 18 años, por lo cual se utilizó un filtro de selección preguntando rango de edad del entrevistado; con teléfonos fijos y móviles; La muestra utilizada en el estudio está diseñada para reflejar las características de esa población, en términos de su distribución de forma aleatoria estratificada (geográfica, sociodemográfica (sexo y edad).</p> <p>Se realizó una marcación aleatoria simple de números telefónicos fijos y móviles que pertenecen a la región geográfica de Hidalgo, se asigna marcación proporcional a la población y se integra la muestra por cuotas de estratos programadas en el sistema integrador de respuestas.</p> <p>Se recaban 1000 casos de manera telefónica,</p> <p>Con un nivel de confianza de 95% por ciento, el margen de error teórico es de +/-3.4 %.</p> <p>Se contempla la opción de "indecisos" y "aún no decide"</p> <p>La tasa de rechazo es el 70% de las solicitudes de entrevista y un 10% de abandono. Por consiguiente, la tasa de aceptación es del 20%. se descarta la no respuesta del marco muestral.</p> |

| | |
|---|--|
| Método y fecha de recolección de la información | Entrevistas telefónicas automatizadas (marcación automática) respuesta de opción múltiple mediante el teclado telefónico el día 18 y 19 de Abril de 2022. |
| Cuestionario o instrumentos de captación | Se anexa. |
| Forma de procesamiento, estimadores e intervalos de confianza. | Los resultados sobre preferencias electorales se basan en las respuestas de 1000 entrevistados/ número de casos. El procesamiento es una codificación de respuestas y su totalización en expresiones de porcentaje sobre el total de la muestra. |
| Denominación del software | Sistema propio de interfase de comunicación digital IP. Formato Excel y para el procesamiento de paquetes estadísticos. |
| Base de datos entregable | Sí, se anexó al estudio. |
| Principales resultados (%) | |
| ANEXAR IMAGEN/ DIAPOSITIVA DE INTENCIÓN DE VOTO | |



| | |
|---|--|
| <p>Autoría</p> <p>Datos que permitan identificar fehacientemente a la persona física o moral que ordenó, realizó, público y/o difundió los estudios, incluyendo nombre o denominación social, logotipo, domicilio, teléfono y correos electrónicos donde puedan responder requerimientos sobre los estudios mismos. En específico deberá informar:</p> <p>Estudios de formación académica y experiencia profesional.</p> <p>Marca</p> | <p>Reyna Marisabel Del Real Guzmán</p> <p>Persona Física</p> <p>Dir. Circuito Emperador Maximiliano 157-4</p> <p>Col. Jardines del Valle, Zapopan, Jalisco. Cp. 45138</p> <p>marisabel.delreal@estimma.com.mx</p> <p>33 13639320</p> <p>Cuenta con licenciatura en mercadotecnia por la Universidad Vizcaya de las Américas; maestría en Comunicación estratégica, por la Universidad Panamericana con tres especialidades de la misma; diplomados en programación neurolingüística, branding, imagen pública, marketing digital, comercialización, etc; Profesionalmente ha participado en más de 30 elecciones municipales y estatales en México desde el 2010, en áreas como publicidad y estrategia política, marketing político digital y encuestas y estudios de opinión pública.</p> <p>Pertenece a alguna asociación de opinión pública: No</p>  |
| <p>Financiamiento:</p> | <p>\$10,000.00 (diez mil pesos mexicanos). Este monto es aproximado, tomando en cuenta los recursos materiales y humanos utilizados para realizar la encuesta.</p> |

| | |
|---|--|
| | No aplica factura. |
| Publicación | Se publicó el día 21 de Abril de 2022 RRSS www.instagram.com/estimma.mx/ www.facebook.com/ESTIMMA.MX/ Página web www.estimma.com.mx Medios: |
| Verificación | |
| Entregó los criterios de carácter metodológico (Sí/No) | Sí |

a 24 de abril del 2022

INSTITUTO ESTATAL

ELECTORAL DE HIDALGO

PRESENTE.

Por medio del presente se le informa que Reyna Marisabel del Real Guzmán, en carácter de persona física publicó una encuesta con la marca registrada ESTIMMA MIDIENDO IMPACTOS, del proceso electoral 2022 para conocer la opinión respecto a la intención de voto para Gobernador del estado de Hidalgo.

Por lo cual tengo a bien remitir a usted en formato digital lo siguiente.

1. Reporte completo del estudio realizado en el municipio de Guadalajara, el cual fue publicado el día 21 de abril del presente año, en los siguientes medios: Facebook, Instagram, Whats app
2. Base de datos.
3. Cuestionario.

Quedamos a sus órdenes para cualquier información, duda o aclaración.

Sin más por el momento reciba un cordial saludo.

MARISABEL DEL REAL
Dirección General

