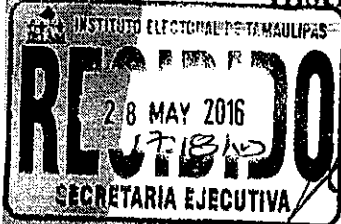
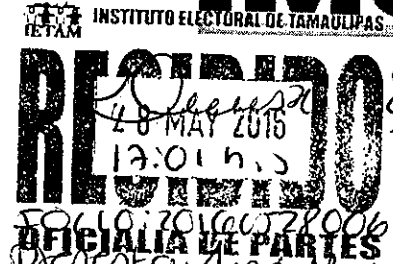
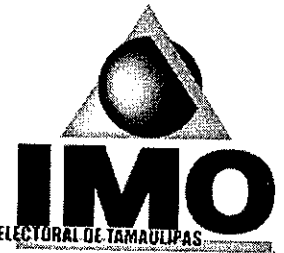


• Instituto de Mercadotecnia y Opinión •

• Institute of Marketing and Opinion •



LIC. JESUS EDUARDO HERNANDEZ ANGUIANO
PRESIDENTE DEL CONSEJO GENERAL
H. INSTITUTO ELECTORAL DE TAMAULIPAS
P R E S E N T E



501 Anexo d
84 hojas
TOMO COA.

FOLIO: 2016/07/006
Diciembre: Jose M. Legueta

AT'N: LIC. JUAN ESPARZA ORTIZ
SECRETARIO EJECUTIVO

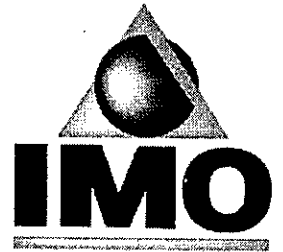
Con base en lo señalado en el Acuerdo del Consejo General del Instituto Electoral de Tamaulipas, IETAM/CG-17/2015, por el que se instruye a las personas físicas y morales que pretendan ordenar, realizar y/o publicar encuestas por muestreo, encuestas de salida y/o conteos rápidos; en el cual se emiten los criterios generales de carácter científico del Instituto Nacional Electoral que deberán satisfacer aquellas personas físicas o morales que pretendan llevar a cabo encuestas por muestreo para dar a conocer las preferencias electorales, tendencias de votación o preferencias sobre consultas populares de los ciudadanos, me permito hacer de su conocimiento la intención del **Instituto de Mercadotecnia y Opinión (IMO)** por participar mediante encuesta de salida en el actual proceso electoral para la elección de Diputados Locales, Presidentes Municipales y Gobernador, el próximo 5 de junio de 2016, motivo por el cual **solicito la acreditación y registro** de este Instituto para realizar el ejercicio estadístico señalado.

En el caso de la **encuesta de salida** pedimos considerar la presente como **solicitud formal** toda vez que en el **Anexo 1 se describen las características metodológicas** en donde se incluyen los niveles de confianza y error estadístico de la muestra seleccionada.

1. El IMO es miembro y único representante de México ante el Programa Internacional de Encuestas Sociales, ISSP por sus siglas en inglés, que agrupa 49 naciones representadas por los organismos de investigación de la opinión pública más destacados de sus respectivos países y altamente reconocidos en el mundo por su rigurosidad metodológica.



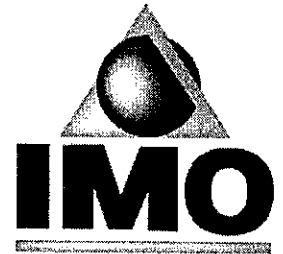
IMO Miembro y Representante en México del ISSP



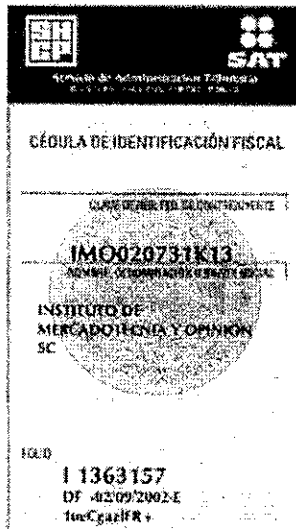
Así también nos manifestamos en conocimiento y disposición de atender a lo siguiente:

- Los entrevistadores deberán portar identificación visible en la que se especifique la empresa para la que laboran y copia de carta de acreditación del registro en tiempo y forma del ejercicio de medición expedida por el Consejo del IETAM.
- Presentar al Presidente del Consejo toda la información referente a la muestra y operaciones para determinarla, instrumentos de recolección y mecanismos de selección y además conservarlos y respaldarlos en nuestro poder junto con los medios magnéticos, programas de captura y bases de datos utilizados hasta que la elección se haya llevado a efecto y los resultados oficiales de la elección se hayan publicado.
- En caso de publicación entregar al Presidente del Consejo General los datos que permitan identificar fehacientemente la persona física o moral que ordenó su publicación o difusión, incluyendo sus datos legales y de contacto e incluir invariablemente en la publicación el error máximo estadístico implícito para cada estimador de proporciones o promedios publicados.
- En todos los casos la divulgación de encuestas de salida habrán de señalar clara y textualmente lo siguiente: "Los resultados oficiales de las elecciones en el Estado son exclusivamente aquellos que dé a conocer el Instituto Electoral de Tamaulipas y , en su caso, el Tribunal Electoral del Poder Judicial del Estado de Tamaulipas".
- En cumplimiento a lo dispuesto en el Acuerdo IETAM/CG-17/2015 y del Código de la materia, durante los 3 días previos a la elección y hasta la hora del cierre oficial de las casillas que se encuentren en los husos horarios más occidentales del país, queda prohibido publicar o difundir por cualquier medio, los resultados de encuestas o sondeos de opinión, de encuestas de salida y de conteos rápidos que tengan por objeto dar a conocer las preferencias electorales de los ciudadanos.





Para los fines legales a que haya lugar el Instituto de Mercadotecnia y Opinión, como responsable de los ejercicios estadísticos mencionados, hace de su conocimiento las siguientes generalidades:

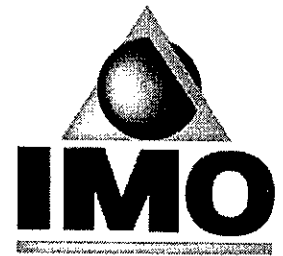


1. **Nombre o razón social del responsable y patrocinador de la investigación:** Instituto de Mercadotecnia y Opinión S.C.
2. **Domicilio legal:** Melchor Ocampo # 193 Torre A, piso 3, Despacho E, Col. Verónica Anzures, Delegación Miguel Hidalgo, México, D.F. C.P. 11300
3. **Domicilio Operativo:** Priv. Tepatitlán 690, Col. Nuevo México, C.P. 45138, Zapopan, Jalisco.
4. **Teléfono y Web:** (33) 3673-7140 – www.imocorp.com.mx
5. **Cédula de identificación fiscal (RFC):** IMO020731K13 con la cual se hace constar que es un organismo con más de 10 años de trayectoria que cuenta con más de 5000 investigaciones en su haber.



• Instituto de Mercadotecnia y Opinión •

• *Institute of Marketing and Opinion* •



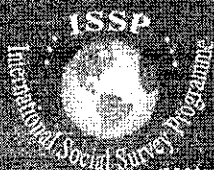
Finalmente y en virtud de que esta institución cuenta con los principios, normas, sistemas y procedimientos para llevar a cabo el estudio estadístico de referencia en el proceso electoral, y bajo protesta de conducirnos con apego estricto a las disposiciones contenidas en la Constitución Política para el Estado de Tamaulipas, el Código Electoral para el Estado de Tamaulipas, así como la normatividad y los acuerdos que para el efecto establezca ese H. Consejo General del Instituto Electoral de Tamaulipas, por mi conducto solicito además del registro correspondiente, el auxilio de las autoridades militares, civiles y administrativas, toda vez que con esta labor no se transgreden ni violentan disposiciones jurídicas y sí por el contrario se coadyuva para lograr la democratización y transparencia de los procesos electorales.

Sin otro particular agradezco las atenciones que sirva brindar a la solicitud planteada, quedando en espera de su amable respuesta.

ATENTAMENTE,

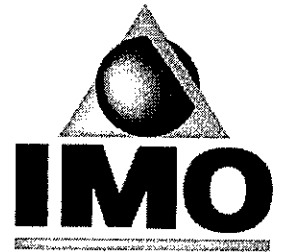
Guadalajara, Jal., a 29 de mayo de 2016.

LIC. CÉSAR AUGUSTO MORONES SERVIN
PRESIDENTE DE IMO



• Instituto de Mercadotecnia y Opinión •

• *Institute of Marketing and Opinion* •



ANEXO 1

REPORTE METODOLÓGICO PARA ENCUESTA DE SALIDA EN LAS ELECCIONES DE PRESIDENTE MUNICIPAL Y DIPUTADOS LOCALES EN LOS MUNICIPIOS DE MATAMOROS Y VICTORIA, TAMAULIPAS

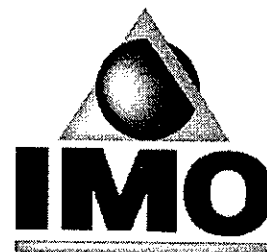
ENCUESTA DE SALIDA

OBJETIVO.- "Estimar las tendencias de votación a Presidentes Municipales de Matamoros y Victoria con sus respectivos distritos locales que los conforman (IX, X, XI y XII de Matamoros, así como XIV y XV de Victoria) durante el desarrollo oficial de la jornada electoral".

DESCRIPCION.- Una encuesta de salida, es aquella que se realiza a los electores después de haber emitido su voto y que de manera voluntaria, libre y anónima accedan a ministrar información respecto a las preferencias electorales garantizando con ello la libertad y el secreto del voto.

MARCO Y DISEÑO MUESTRAL.- Se aplicará un Muestreo Aleatorio Estratificado Bietápico para seleccionar la muestra aleatoria de las secciones electorales y seleccionar a los votantes, con un tamaño de: (56 secciones electorales para Matamoros y 38 secciones electorales para Victoria), con este tamaño se garantiza una confianza de 95% y un error estadístico de +/-4%. Este diseño tiene como propósito estimar la proporción de votos a favor de los partidos políticos mayoritarios de la elección para presidentes municipales y diputados locales, se esperan 80 entrevistas por cada sección electoral. La cantidad de secciones electorales por distrito y municipio se visualiza a continuación al igual que con la confianza y un error estadístico.





MUNICIPIO DE MATAMOROS	
Distrito Local	Secciones Electorales en muestra
IX	9
X	12
XI	9
XII	26
Municipio	56

MUNICIPIO DE VICTORIA	
Distrito Local	Secciones Electorales en muestra
XIV	21
XV	17
Municipio	38

ESTIMADOR PUNTUAL Y POR INTERVALO

El estimador presentado corresponde a un submuestreo aleatorio estratificado con unidades de primera etapa de tamaño diferente n_j

Estimador global para el municipio:

$$\hat{P} = \sum_{i=1}^n W_i \hat{P}_i$$

En cada estrato (distrito) tenemos un muestreo aleatorio bietápico donde el estimador aplicado es de razón,

y es el siguiente:

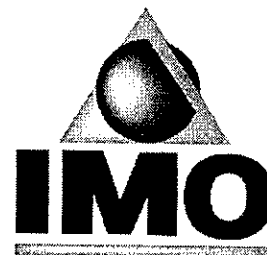
$$\hat{P}_i = \frac{\sum_{j=1}^{n_i} M_{ij} \hat{P}_{ij}}{\sum_{j=1}^{n_i} M_{ij}}$$

$\hat{P}_{ij} = \frac{\text{entrevistados a favor de un partido en la seccion } i \text{ del estrato } t}{\text{entrevistados totales en la seccion } i \text{ del estrato } t}$



• Instituto de Mercadotecnia y Opinión •

• Institute of Marketing and Opinion •



Una aproximación del estimador de la varianza para cada estrato será:

donde

$$s_{ip}^2 = \frac{m_{ii}}{m_{ii} - 1} P_{ii} (1 - P_{ii})$$

$$\hat{V}(\hat{P}_i) = \left(\frac{1}{n_i} - \frac{1}{N_i} \right) \frac{1}{(n_i - 1)} \sum_{i=1}^{n_i} \left(\frac{M_{ii}}{M_{i, n_i}} \right)^2 |P_{ii} - \hat{P}_i|^2$$

$$+ \frac{1}{n_i N_i} \sum_{i=1}^{n_i} \left(\frac{1}{m_{ii}} - \frac{1}{M_{ii}} \right) \left(\frac{M_{ii}}{M_{i, n_i}} \right)^2 s_{ip}^2$$

el estimador de la varianza del estimador es:

$$\hat{V}(\hat{P}) = \sum_{i=1}^n W_i^2 \hat{V}(\hat{P}_i)$$

y el intervalo de confianza para aquellas proporciones entre 20% y 80%, se aproximan con la expresión siguiente:

$$\hat{P} \pm 1.96 \sqrt{\hat{V}(\hat{P})}$$

Dada la pretensión del Instituto de Mercadotecnia y Opinión, IMO de acreditarnos debidamente para participar mediante encuestas de salida en el actual proceso electoral para la elección de Diputados Locales y Presidentes Municipales en los municipios de Matamoros y Victoria, adjunto la documentación solicitada referente a:

Documentación que acredite su especialización y formalización académica, en la cual demuestre su conocimiento en el área de la investigación de la opinión pública; y 2) Documentación que pruebe su permanencia a asociaciones nacionales o internacionales del gremio de la opinión pública.



• Instituto de Mercadotecnia y Opinión •

• *Institute of Marketing and Opinion* •



En cumplimiento de lo anterior, encontrará anexo el documento denominado: Soporte Profesional que contiene la semblanza biográfica y acreditaciones profesionales del personal directivo del IMO, así como la acreditación del nuestro Instituto como Miembro del Programa Internacional de Encuestas Sociales que puede verificar en línea en la página web: <http://www.issp.org>.

Sin otro particular, quedo de Usted en espera de su amable respuesta.

ATENTAMENTE,
Guadalajara, Jal., a 29 de mayo de 2016.



LIC. CÉSAR AUGUSTO MORONES SERVIN
PRESIDENTE DE IMO

