

Lic. Ignacio Alejandro Holguín Rodríguez
Encargado del despacho de la Secretaría Ejecutiva
Instituto Estatal Electoral de Chihuahua
Av. Division del Norte #2104 Col. Altavista Chihuahua Chihuahua CP. 31200.
Presente

Dileysi Josefina Morales González, en mi calidad de accionista de la empresa OPINIÓN PÚBLICA, MARKETING E IMAGEN, personalidad que acredito con la escritura pública 12784 volumen 2, del 30 de noviembre de 2001, otorgada ante la fe del Notario Público 109 del Estado de Nuevo León misma que adjunto, vengo a presentar el informe de la **ENCUESTA DE PREFERENCIAS ELECTORALES POR CANDIDATO EN EL ESTADO DE CHIHUAHUA** difundida el 2 de mayo de 2021 en El Heraldo TV y en El Heraldo Radio, y el 3 de mayo en el periódico El Heraldo de México, con fundamento en el artículo 251, párrafo 5 de la Ley General de Instituciones y Procedimientos Electorales (LEGIPE); así como los artículos 132, párrafo primero, 133, 136 y 147 del Reglamento de Elecciones del Instituto Nacional Electoral.

1.-OBJETIVOS DEL ESTUDIO:

Investigar, mediante una encuesta representativa, las tendencias electorales de la intención de voto por candidato, para GOBERNADOR DE CHIHUAHUA de junio 2021.

2.-MARCO MUESTRAL

Universo de teléfonos fijos y celulares en el estado de CHIHUAHUA.

3.-DISEÑO MUESTRAL

a) Definición de la población objetivo:

Hombres y mujeres, mayores de 18 años, en el estado de CHIHUAHUA, con teléfonos en sus hogares

b) Procedimiento de selección de unidades

Muestra representativa de un universo de teléfonos en el estado de CHIHUAHUA.

c) Procedimiento de estimación

- Para determinar la estimación de las preferencias por electorales se utilizó una pregunta que corresponde al escenario más probable

Pregunta:

Las elecciones a gobernador de Chihuahua serán en junio de 2021. Si hoy fueran estas elecciones, ¿por quién votaría si los candidatos a gobernador fueran? / Se leyeron opciones

Los resultados publicados de la encuesta reflejan la estimación total del voto por candidato-partido considerando la proporción de personas que no declaró su preferencia, que respondió que “no sabe, aún no he decidido”

d) Tamaño y forma de obtención de la muestra

Se determinó un tamaño de muestra de 1000 encuestas.

e) **Calidad de la estimación: confianza y error implícito en la muestra seleccionada para cada distribución de preferencias o tendencias.**

Se definieron los parámetros con un margen de error máximo tolerable de cerca de 3.1 puntos de porcentaje, nivel de confianza del 95 por ciento.

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.**

En la pregunta electoral se preguntó, además de las preferencias por partido las opciones de “otro” y “aún no sabe”

g) **Tasa de rechazo general de la entrevista.**

Se hicieron 11,179 LLAMADAS TELEFÓNICAS de las cuales contestaron 1000, cumpliéndose el objetivo del estudio. Las restantes colgaron antes, por lo que en sentido estricto éstas últimas no pueden considerarse como rechazo.

4.- MÉTODO Y FECHA DE RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN.

Las encuestas fueron levantadas mediante el método telefónico de robot, a través de un procedimiento aleatorio, enviando mensajes pregrabados, con la pregunta determinada para este propósito, que contestó el entrevistado en su teclado telefónico. Las entrevistas fueron levantadas el 23 de abril EN EL ESTADO DE CHIHUAHUA, operando el procedimiento desde Monterrey, donde tiene la empresa su base de operaciones.

5.- CUESTIONARIO APLICADO

- Para determinar la estimación de las preferencias por electorales se utilizó una pregunta que corresponde al escenario más probable

Pregunta:

Las elecciones a gobernador de Chihuahua serán en junio de 2021. Si hoy fueran estas elecciones, ¿por quién votaría si los candidatos a gobernador fueran? / Se leyeron opciones

6.- FORMA DE PROCESAMIENTO E INTERVALOS DE CONFIANZA.

La base de datos captada en el procedimiento de levantamiento con robot, en Excel, se pasó a una base de datos de SPSS - el programa de procesamiento utilizado por la empresa-, el cual se “corrió” obteniendo las frecuencias.

Los resultados, una vez que se hicieron pruebas estadísticas, fueron ponderados por las características de sexo y edad de los entrevistados correspondientes a la lista nominal de CHIHUAHUA, y escolaridad reportada por el INEGI, de modo que los resultados no corresponden a las frecuencias brutas

El intervalo de confianza máximo es +/- 3.1 puntos de porcentaje, con un nivel de confianza del 95 por ciento.

7.-DENOMINACIÓN DE SOFTWARE

El software para la recopilación de la información es propio de la empresa, y se relaciona con la técnica de levantamiento por robot, donde el entrevistado contesta una grabación en base a su teclado telefónico. Para el procesamiento de resultados, se utilizó el programa SPSS.

8.- PRINCIPALES RESULTADOS.

Los resultados del estudio se difundieron el domingo 2 de mayo, en un programa transmitido en El Heraldo TV y en El Heraldo Radio, conducido por el periodista Alejandro Cacho, cuyo video y audio puede consultarse en la siguiente liga:

<https://adm.heraldodemexico.com.mx/elecciones/2021/5/3/se-intensifican-las-campanas-descarga-nuestra-encuesta-sobre-la-eleccion-de-gobernadores-291322.html> y publicados en la edición del periódico El Heraldo, el lunes 3 de mayo, que puede consultarse en esta liga: https://heraldodemexico.com.mx/noticias/edicionimpresa.html?id_tapa=408

(Se envía aparte, en **Anexo 1, publicaciones El Heraldo**)

Los resultados principales fueron los siguientes:

CHIHUAHUA

Las elecciones a gobernador de Chihuahua serán en junio de 2021. Si hoy fueran estas elecciones, ¿por quién votaría si los candidatos a gobernador fueran?

<i>Preferencia por candidato</i>	<i>%</i>
<i>María Eugenia Campos, por PAN y PRD</i>	32.8%
<i>Graciela Ortiz, por PRI</i>	4.3%
<i>Brenda Ríos Prieto, por Partido Verde</i>	3.4%
<i>Juan Carlos Loera, por Morena, PT y Nueva Alianza</i>	33.3%
<i>Alfredo Lozoya, por Movimiento Ciudadano</i>	9.2%
<i>Luis Carlos Arrieta Lavenant, por Partido Encuentro Solidario</i>	1.0%
<i>Otro candidato</i>	4.1%
<i>No sabe o aún no lo decide</i>	11.9%
<i>Total</i>	100.0%

Se levantaron 1000 encuestas telefónicas mediante robot el 23 de abril.

Se tiene un margen de error máximo de +/- 3.10% con un nivel de confianza del 95%

Las bases de datos en SPSS fueron ponderadas por las preguntas de sexo y edad, que se hicieron en el cuestionario.

9.- BASE DE DATOS EN FORMATO ELECTRÓNICO, SIN CONTRASEÑAS NI CANDADOS (Se envía en ANEXO 2) EN EXCEL.

10.- AUTORÍA Y FINANCIAMIENTO DE LA EMPRESA

A. Personas físicas o morales que diseñaron y llevaron a cabo la encuesta o sondeo

Nombre o denominación Social: Opinión Pública, Marketing e Imagen, S. A. de C.V, con domicilio en Albino Espinoza, No. 1154 Ote, Col. Centro, Código Postal 6400, Monterrey, Nuevo León, entre Luis Carvajal y de la Cueva y Diego de Montemayor.

B. Personas físicas o morales que solicitaron, ordenaron y/o pagaron su publicación o difusión.

Nombre o denominación social: R.R. Televisión y Valores para la Innovación, S.A. de C.V, con domicilio en Avenida Insurgentes Sur número exterior 1271, piso 2 oficina 202, de la colonia Extremadura Insurgentes, entre calles Luis Carracci y Calle de Empresa, código postal 03740, delegación Benito Juárez, en la Ciudad de México

C.- Recursos económicos / financieros aplicados

Por llevar a cabo este estudio, Opinión Pública, Marketing e Imagen, S. A. de C.V. cobró la cantidad de \$300,000 (Trescientos mil pesos 00/100 M.N.) más el IVA correspondiente, que asciende a \$348,000 (Trescientos cuarenta y ocho mil pesos 00/100 M.N) Se anexa copia de la factura correspondiente (**Anexo 3, factura**). Dicha factura cubre el levantamiento de encuestas sobre elecciones a Gobernadores, Junio 2021.

**11.- .- PORCIÓN NORMATIVA FRACCIÓN C ARTÍCULO 136
(Se envía aparte, en ANEXO 4)**

12.- ACTA CONSTITUTIVA (Se envía aparte en ANEXO 4 B)

PD.- Como fue su indicación en los envíos previos, correspondientes a encuestas levantadas en octubre, se procede –simultáneamente a esta remisión electrónica- enviar, también, la información por DHL.

Atentamente
Opinión Pública, Marketing e Imagen



Lic. Dileysi Josefina Morales González
Accionista

Porción normativa, relativa a los datos de identificación de la empresa encuestadora, contenida en la fracción 4, del artículo 136, contenida en el capítulo VIII, de las disposiciones del INE concernientes a “Encuestas por muestreo, sondeos de opinión, encuestas de salida y conteos rápidos no institucionales”:

A. Nombre completo o denominación social: Opinión Pública Marketing e Imagen S.A de C.V

B. Logotipo o emblema institucional personalizado:  OPINIÓN
PÚBLICA

C. Domicilio: Albino Espinosa 1154, Zona Centro, Monterrey Nuevo León, C.P. 64000, México

D. Teléfono y correo (s) electrónico (s): 81 11338268, 69 y 70 Cel. Del director 8180104205,
Correo: dmopinionpublica@gmail.com

E. Experiencia profesional y formación académica de quien o quienes signen el estudio:

I. FORMACIÓN ACADÉMICA

1976-1981

LICENCIATURA EN ECONOMIA, FACULTAD DE ECONOMIA UANL.

2015

DIPLOMADO EN MARKETING POLITICO EN EL CENTRO INTERAMERICANO DE GERENCIA POLITICA, MIAMI FLORIDA.

II. ÁMBITOS DE EXPERIENCIA

- Experto en estudios de opinión e imagen pública, mediante encuestas
- Consultor en campañas electorales
- Periodista financiero especializado en temas económicos
- Periodista con experiencia en columnismo político
- Analista político

III. EXPERIENCIA PROFESIONAL

2016 a la fecha

SDP NOTICIAS

Realización de encuestas para SDP NOTICIAS, el portal digital de información más importante de México, donde también es columnista.

1997 a la fecha

OPINIÓN PÚBLICA, MARKETING E IMAGEN

Fundador de esta casa encuestadora que ha llevado a cabo estudios de opinión en la mayoría de los estados de la república, participando en una decena de campañas electorales y desempeñándose además como consultor en estrategia.

2013 a la fecha

PHONECT

Fundador de una empresa orientada a encuestas telefónicas mediante un Call Center en Monterrey Nuevo León

2015

CAMPAÑA DE LA CANDIDATA DEL PAN A LA GUBERNATURA DE SAN LUIS POTOSÍ
Consultor y encuestólogo.

2014

ASTL.tv

Conductor de televisión en este canal de internet del programa "Percepciones y Realidades" sobre temas de política, economía y emprendedurismo

2014

NOTICIERO RADIOFÓNICO "LA OTRA OPINIÓN", DE RICARDO ALEMÁN

Comentarista de una encuesta telefónica nacional diaria sobre temas de interés nacional, en el programa del periodista en IMAGEN RADIO

2008

INDIGO

*Editor del área de negocios, en **Indigonómics**, en este medio, pionero en el periodismo digital multimedia, encabezado por el periodista Ramón Alberto Garza.*

1998

CANAL 2 DE MONTERREY

Comentarista de temas económicos, y en "Foro", programa de debate político.

1981-1997

PERIÓDICO EL NORTE

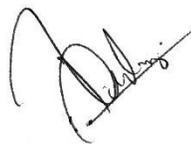
Editor de la sección de negocios

Subdirector editorial

Director Editorial Adjunto

Encabezó el proyecto de periodismo financiero de este periódico líder en el norte el país. Como director adjunto, se hizo cargo del área de investigación en el área de encuestas, y fue columnista. Participó dentro del grupo de periodistas fundadores del periódico Reforma en 1994.

F. Pertenencia a asociaciones del gremio de la opinión pública, en su caso: No se pertenece a ninguna asociación de gremio



Atentamente

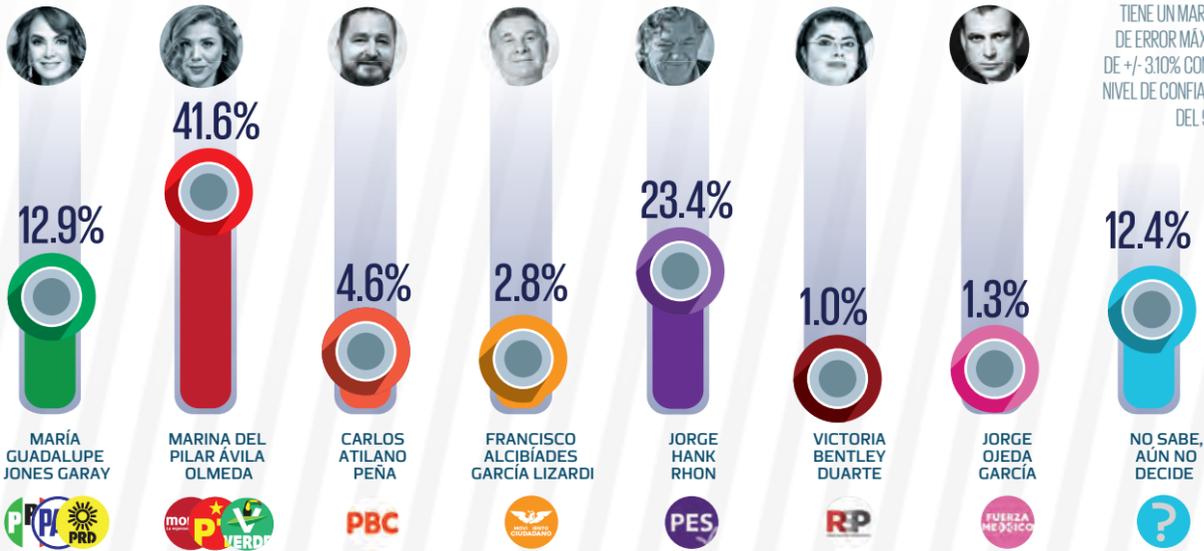
Dileysi Josefina Morales González

Accionista de Opinión Pública, Marketing e Imagen

LAS ELECCIONES A GOBERNADOR SON EN JUNIO DE 2021. SI HOY FUERAN ESTAS EL

BAJA CALIFORNIA

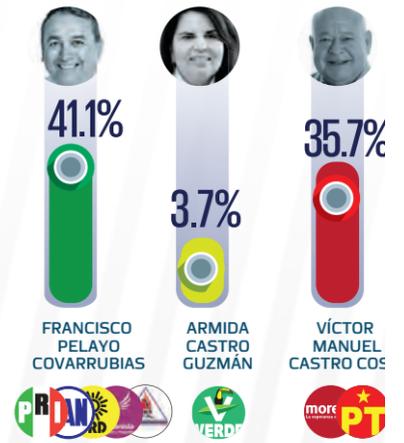
SE CONSOLIDA INTENCIÓN DEL VOTO PARA MARINA DEL PILAR



SE LEVANTARON 1000 ENCUESTAS TELEFÓNICAS MEDIANTE ROBOT EL 22 DE ABRIL. SE TIENE UN MARGEN DE ERROR MÁXIMO DE +/- 3.10% CON UN NIVEL DE CONFIANZA DEL 95%

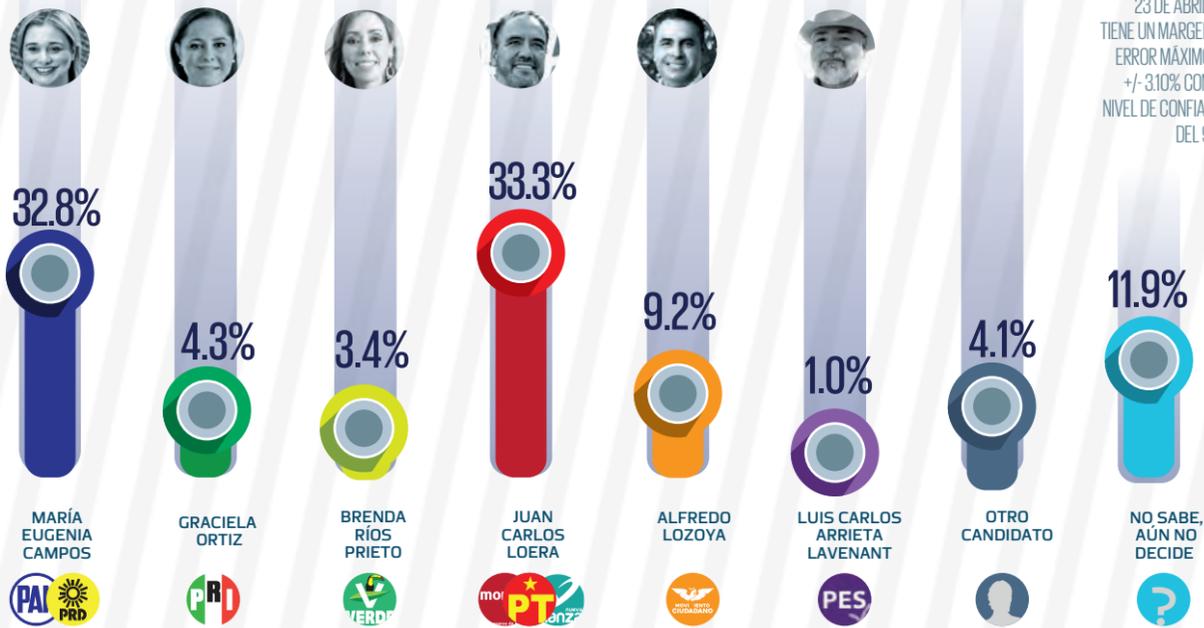
BCS

PELAYO GANA EN TENDENCIA ELECTORAL



CHIHUAHUA

LOERA Y MARU, EN MEDIO DE REÑIDA BATALLA

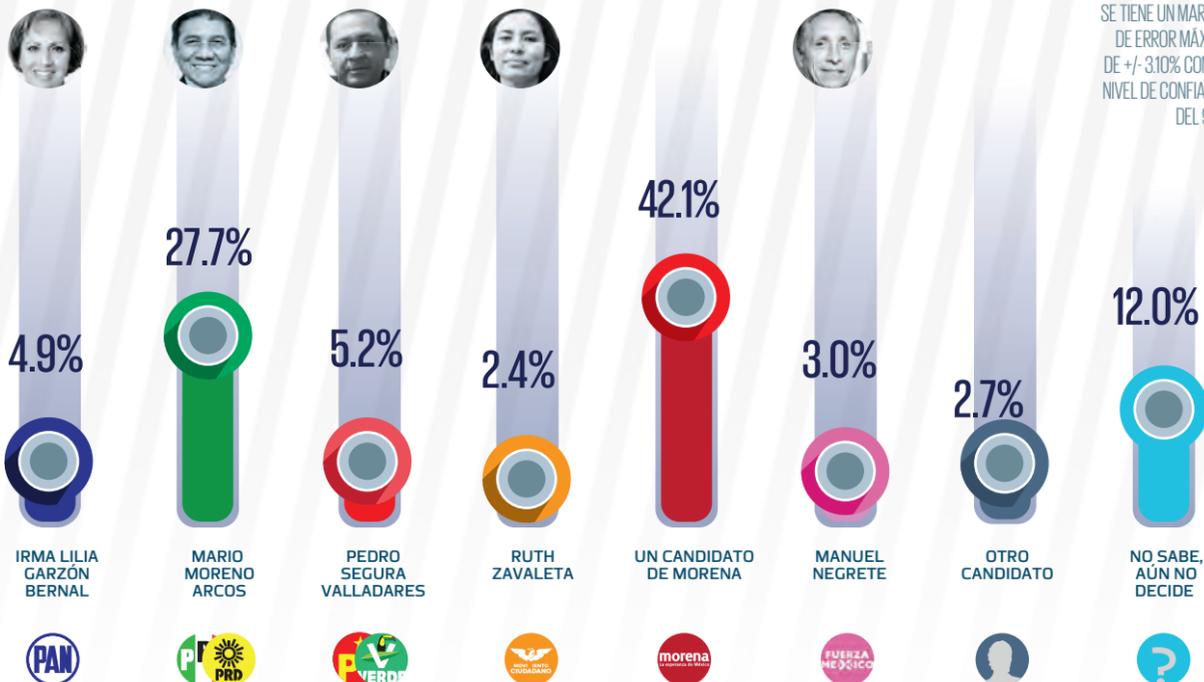


SE LEVANTARON 1000 ENCUESTAS TELEFÓNICAS MEDIANTE ROBOT EL 23 DE ABRIL. SE TIENE UN MARGEN DE ERROR MÁXIMO DE +/- 3.10% CON UN NIVEL DE CONFIANZA DEL 95%

A 33 DÍAS DE LA JORNADA INTENSIFICAN Y LAS TENDENCIAS SE VUELVEN MÁS CLARAS EN QUERÉTARO Y A...

GUERRERO

MORENA SIN CANDIDATO, DISPUTA GUERRERO



SE LEVANTARON 1000 ENCUESTAS TELEFÓNICAS MEDIANTE ROBOT EL 22 Y EL 23 DE ABRIL. SE TIENE UN MARGEN DE ERROR MÁXIMO DE +/- 3.10% CON UN NIVEL DE CONFIANZA DEL 95%

MICHOACÁN

PESE A REVÉS DEL TRIBUNAL, MORENA PUNTEA EN ENCUESTA

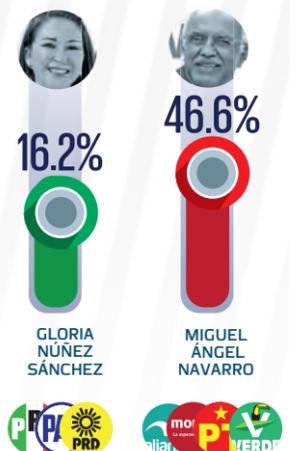
SE LEVANTARON 1000 ENCUESTAS TELEFÓNICAS MEDIANTE ROBOT EL 22 Y EL 23 DE ABRIL. SE TIENE UN MARGEN DE ERROR MÁXIMO DE +/- 3.10% CON UN NIVEL DE CONFIANZA DEL 95%



NAYARIT

NAVARRO, SIN COMPETENCIA A LA VISTA

SE LEVANTARON 1000 ENCUESTAS TELEFÓNICAS MEDIANTE ROBOT EL 21 DE ABRIL. SE TIENE UN MARGEN DE ERROR MÁXIMO DE +/- 3.10% CON UN NIVEL DE CONFIANZA DEL 95%



Opinión Pública, Marketing e Imagen Consultoría en soluciones integrales / Diseño y análisis de resultados: Social Research Solutions, S.A. de C.V.

METODOLOGÍA: Encuestas telefónicas con robot, enviando preguntas con mensaje pregrabado que contesta el entrevistado en su teclado telefónico marcando opciones.

UNIVERSO: Muestratos representativos en 15 estados (hombres y mujeres mayores de 18 años con teléfonos fijos en sus hogares y teléfonos celulares).

LUNES
/ 03 / 05 / 2021
HERALDO DE MEXICO.COM.MX

4E/5E