



Ciudad de México a 13 de noviembre de 2020.

Lic. Fernando Chapetti Siordia  
Sub Director del Secretariado  
Instituto Estatal Electoral y de Participación Ciudadana de Sonora.  
Av Luis Donald Colosio #35, Centro, 83000, Hermosillo, Sonora.  
Presente

José Luis Ayoub Pérez, en mi calidad de apoderado legal de la empresa Operadora y Administradora de Información y Editorial, S.A. de C.V., personalidad que acredito con la escritura pública [REDACTED] volumen [REDACTED] del 14 de octubre de 2019, otorgada ante la fe del Notario Público 149 del Estado de México, misma que acompaño y, 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, vengo a presentar el informe de la ENCUESTA DE PREFERENCIAS ELECTORALES POR PARTIDO EN EL ESTADO DE SONORA publicado el 9 de noviembre en el periódico El Herald de México.

#### 1.-OBJETIVOS DEL ESTUDIO

Investigar, mediante una encuesta representativa, las tendencias electorales más importantes para la intención de voto por partido, para GOBERNADOR DE SONORA de junio 2021.

#### 2.-MARCO MUESTRAL

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

#### 3.-DISEÑO MUESTRAL

a) Definición de la población objetivo:

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

b) Procedimiento de selección de unidades:

Muestra representativa de un universo de teléfonos en SONORA.

c) Procedimiento de estimación:

Para determinar la estimación de las preferencias por partido se utilizó la siguiente pregunta: “Las elecciones a Gobernador de SONORA serán en 2021, ¿Si hoy fueran estas elecciones, por quién votaría?”

Los resultados publicados de la encuesta reflejan la estimación total del voto por partido considerando la proporción de personas que no declaró su preferencia, que respondió que “otro” o “aún no decide”

- 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 y 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 15,521 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 del 3 al 5 DE NOVIEMBRE EN EL ESTADO DE SONORA, operando el procedimiento desde Monterrey, donde tiene la empresa su base de operaciones.

#### 5.-CUESTIONARIO APLICADO

Las elecciones a gobernador de Sonora serán en junio de 2021. ¿Si hoy fueran estas elecciones a gobernador por cuál partido político votaría?

1) PAN 2) PRI 3) MORENA 4) Movimiento Ciudadano 5) PT 6) Partido Encuentro Solidario (PES) 7)Otro 8) No sabe, aún no decide.

#### 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 SONORA, de modo que los resultados no corresponden a las frecuencias brutas.

#### 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

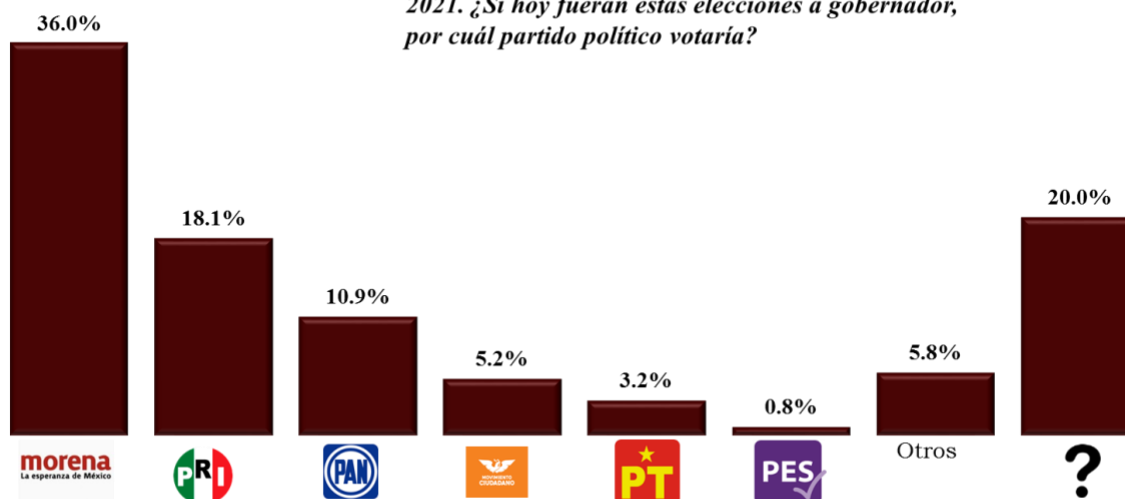
Los resultados del estudio se difundieron el domingo 8 de noviembre, en un programa del Heraldo TV, conducido por el periodista Alejandro Cacho, cuyo video puede consultarse en la siguiente liga <https://we.tl/t-g8mRyVqqRR> ; y publicados en la edición del periódico El Heraldo, el lunes 9 de noviembre, que puede consultarse en esta liga [https://heraldodemexico.com.mx/noticias/edicionimpresa.html?id\\_tapa=110](https://heraldodemexico.com.mx/noticias/edicionimpresa.html?id_tapa=110) (Se envía aparte, en Anexo 1, publicaciones El Heraldo)

El resultado de la preferencia bruta por partido fue el siguiente:

### PREFERENCIAS PARA GOBERNADOR, EN SONORA



*Las elecciones a gobernador de Sonora serán en junio de 2021. ¿Si hoy fueran estas elecciones a gobernador, por cuál partido político votaría?*



*Las encuestas fueron llevadas a cabo para el Heraldo de México, por Opinión Pública Marketing e imagen, en coordinación con Social Research Solutions del 1 al 6 de noviembre, mediante una muestra representativa de 1000 casos en cada uno de los estados donde habrá elecciones en 2021, a través de encuestas telefónicas mediante robot, con hombres y mujeres mayores de 18 años con teléfonos fijos en sus hogares, y teléfonos celulares. El margen de error estadístico es  $\pm 3.1\%$ .*

### 9.-BASE DE DATOS EN FORMATO ELECTRÓNICO, SIN CONTRASEÑAS NI CANDADOS

Se envía en ANEXO 2.

### 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 [REDACTED] Monterrey, Nuevo León, entre [REDACTED]

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

Nombre o denominación social: Operadora y Administradora de Información y Editorial, S.A. de C.V., con domicilio en [REDACTED], [REDACTED] 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 15,000 cuestionarios en los 15 estados donde habrá elecciones a Gobernador en junio de 2021.

11.-EXPERIENCIA PROFESIONAL Y FORMACIÓN ACADÉMICA DE LA EMPRESA ENCUESTADORA

Se envía aparte, en ANEXO 4.

Atentamente  
El Heraldo de México  
Operadora y Administradora de Información  
y Editorial, S.A. de C.V.

[REDACTED]  
Dr. José Luis Ayoub Pérez  
Apoderado legal

Ciudad de México a 13 de noviembre de 2020.

Lic. Fernando Chapetti Siordia  
Sub Director del Secretariado  
Instituto Estatal Electoral y de Participación Ciudadana de Sonora  
Av Luis Donaldo Colosio #35, Centro, 83000 Hermosillo, Sonora  
Presente

Miguel Daniel Serrano Sugich, en mi calidad de apoderado legal de la empresa R.R. Televisión y Valores para la Innovación, S.A. de C.V., personalidad que acredito con la escritura pública [REDACTED] de fecha 26 de noviembre del 2018, otorgada ante la fe del Lic. Salvador Godínez Viera, titular de la Notaría Pública número 42 de la Ciudad de México, misma que acompañó y, 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, vengo a presentar el informe de la ENCUESTA DE PREFERENCIAS ELECTORALES POR PARTIDO EN EL ESTADO DE SONORA, difundida el 8 de noviembre de 2020, en El Heraldo TV.

#### 1.-OBJETIVOS DEL ESTUDIO

Investigar, mediante una encuesta representativa, las tendencias electorales más importantes para la intención de voto por partido, para GOBERNADOR DE SONORA de junio 2021.

#### 2.-MARCO MUESTRAL

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

#### 3.-DISEÑO MUESTRAL

a) Definición de la población objetivo:

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

b) Procedimiento de selección de unidades:

Muestra representativa de un universo de teléfonos en SONORA.

c) Procedimiento de estimación:

Para determinar la estimación de las preferencias por partido se utilizó la siguiente pregunta: "Las elecciones a Gobernador de SONORA serán en 2021, ¿Si hoy fueran estas elecciones, por quién votaría?"

Los resultados publicados de la encuesta reflejan la estimación total del voto por partido considerando la proporción de personas que no declaró su preferencia, que respondió que "otro" o "aún no decide"





**HERALDO**  
MEDIA GROUP

- 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 y 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 15,521 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 del 3 al 5 DE NOVIEMBRE EN EL ESTADO DE SONORA, operando el procedimiento desde Monterrey, donde tiene la empresa su base de operaciones.

#### 5.-CUESTIONARIO APLICADO

Las elecciones a gobernador de Sonora serán en junio de 2021. ¿Si hoy fueran estas elecciones a gobernador por cuál partido político votaría?

1) PAN 2) PRI 3) MORENA 4) Movimiento Ciudadano 5) PT 6) Partido Encuentro Solidario (PES) 7)Otro 8) No sabe, aún no decide.

#### 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 SONORA, de modo que los resultados no corresponden a las frecuencias brutas.

#### 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 8 de noviembre, en un programa del Heraldo TV, conducido por el periodista Alejandro Cacho, cuyo video puede consultarse en la siguiente liga <https://we.tl/t-g8mRyVqqRR> ; y publicados en la edición del periódico El Heraldo, el lunes 9 de noviembre, que puede consultarse en esta liga [https://heraldodemexico.com.mx/noticias/edicionimpresa.html?id\\_tapa=110](https://heraldodemexico.com.mx/noticias/edicionimpresa.html?id_tapa=110) (Se envía aparte, en Anexo 1, publicaciones El Heraldo)

El resultado de la preferencia bruta por partido fue el siguiente:

PREFERENCIAS PARA GOBERNADOR, EN SONORA



*Las elecciones a gobernador de Sonora serán en junio de 2021. ¿Si hoy fueran estas elecciones a gobernador, por cuál partido político votaría?*



*Las encuestas fueron llevadas a cabo para el Heraldo de México, por Opinión Pública Marketing e imagen, en coordinación con Social Research Solutions del 1 al 6 de noviembre, mediante una muestra representativa de 1000 casos en cada uno de los estados donde habrá elecciones en 2021, a través de encuestas telefónicas mediante robot, con hombres y mujeres mayores de 18 años con teléfonos fijos en sus hogares, y teléfonos celulares. El margen de error estadístico es +-3.1%.*

9.-BASE DE DATOS EN FORMATO ELECTRÓNICO, SIN CONTRASEÑAS NI CANDADOS

Se envía en ANEXO 2.

10.-AUTORÍA Y FINANCIAMIENTO DE LA EMPRESA

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



HERALDO  
MEDIA GROUP

Nombre o denominación Social: Opinión Pública, Marketing e Imagen, S. A. de C.V, con domicilio en [REDACTED] Monterrey, Nuevo León, entre [REDACTED]

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 [REDACTED]

[REDACTED]  
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 15,000 cuestionarios en los 15 estados donde habrá elecciones a Gobernador en junio de 2021.

11.-EXPERIENCIA PROFESIONAL Y FORMACIÓN ACADÉMICA DE LA EMPRESA ENCUESTADORA

Se envía aparte, en ANEXO 4.

Atentamente

Heraldo TV

R.R. Televisión y Valores para la Innovación, S.A. de C.V.

Miguel Ángel Sugich  
[REDACTED]



## OFICIO DE REMISIÓN

Monterrey, Nuevo León a 18 de noviembre de 2020

El pasado 8 y 9 de noviembre, en un programa de TV y en el periódico respectivamente, el Heraldo de México, publicó una encuesta de preferencias electorales para gobernador para las elecciones de junio de 2021.

Como marca la norma, cuando hay publicaciones sobre estudios electorales iniciado ya el proceso, es obligación informar a la autoridad estatal electoral.

A continuación, enviamos la información anexa solicitada:

Como el estudio fue publicado en el canal de TV, y el periódico, incluimos dos informes, uno para la compañía televisiva y otro la del periódico. De la misma forma, se anexan los poderes, de ambas compañías.

En cuanto a los detalles técnicos se envía como anexo:

En el Anexo 1, capturas de imagen de las publicaciones

El archivo de SPSS correspondiente al estudio (anexo 2) **(SE REENVÍA, EN ANEXO APARTE, EL ARCHIVO EN FORMATO EXCEL, TRAS ESTA ACLARACIÓN)**

La factura que ampara el trabajo, expedida por la casa encuestadora Opinión Pública Marketing e Imagen, quien llevó a cabo el estudio, en el anexo 3

Y en el anexo 4, el currículum personal y profesional de la casa encuestadora.

El envío se da dentro de los cinco días que marca la ley luego de publicada la información.

Muchas gracias y estamos a la orden para cualquier duda.

Atentamente

  
\_\_\_\_\_  
J. Desiderio Morales Pérez  
Director de Opinión Pública, Marketing e Imagen

Monterrey: 

## PORCIÓN NORMATIVA

*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:** [REDACTED] México

D. **Teléfono y correo (s) electrónico (s):** [REDACTED] Cel. Del director [REDACTED]  
Correo: [REDACTED]

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 POLÍTICA, 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

  
\_\_\_\_\_  
J. Desiderio Morales Pérez  
Director de Opinión Pública, Marketing e Imagen

Monterrey: 