

Ciudad de México a 10 de diciembre 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

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 [REDACTED], otorgada ante la fe del Lic. Salvador Godínez Viera, titular de la Notaría Pública número [REDACTED] 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, difundida el 6 de diciembre 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 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 utilizaron dos preguntas, que corresponden a dos escenarios probables de coaliciones:
Primera pregunta:

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

Segunda pregunta:

¿Y si estos fueran los partidos políticos que participaran en la elección a Gobernador, por cuál partido o coalición 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 29,230 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 1 de diciembre en el estado de Sonora, operando el procedimiento desde Monterrey, donde tiene la empresa su base de operaciones.

5.- CUESTIONARIO APLICADO

Para determinar la estimación de las preferencias por partido se utilizaron dos preguntas, que corresponden a dos escenarios probables de coaliciones:

Primera pregunta:

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

Segunda pregunta:

¿Y si estos fueran los partidos políticos que participaran en la elección a Gobernador, por cuál partido o coalición votaría?

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 6 de diciembre, en un programa del Heraldo TV, conducido por el periodista Alejandro Cacho, cuyo video puede consultarse en la [siguiente](https://www.pscp.tv/w/cpwB7HR3LTcxNTUzMDU5MTMyNDY3NjA5OHwxeW5LT0JiQnBOVnhSjyhygmaaXuPdcwuSQcbmAb-PZBXm0DGtUso-XCamnfM=?t=10s) [liga](https://www.pscp.tv/w/cpwB7HR3LTcxNTUzMDU5MTMyNDY3NjA5OHwxeW5LT0JiQnBOVnhSjyhygmaaXuPdcwuSQcbmAb-PZBXm0DGtUso-XCamnfM=?t=10s)

Los resultados principales fueron los siguientes:



HERALDO
MEDIA GROUP

SONORA

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

Primera opción

1) Morena, PT y PANAL	38.5%
2) PRI, PAN y PRD	29.2%
3) MC	10.3%
4) Otro	8.9%
5) No sabe, aun no lo decide	13.0%
	100.0%

¿Y si estos fueran los partidos políticos que participaran en la elección a Gobernador, por cuál partido o coalición votaría?

Segunda opción

1) Morena y PANAL	44.7%
2) PRI y PRD	26.2%
3) MC y PAN	10.1%
4) PT	3.1%
5) Otro	9.6%
6) No sabe, aun no lo decide	6.3%
	100.0%

Se levantaron 1000 encuestas telefónicas mediante robot el 1 de diciembre

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 [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]

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

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

Atentamente

Heraldo TV

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

Miguel Daniel Serrano Sugich

Apoderado legal



09:03

SONORA GOBERNADOR





09:03

SONORA GOBERNADOR



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:** [REDACTED]

B. **Logotipo o emblema institucional personalizado:** 

C. **Domicilio:** [REDACTED]

D. **Teléfono y correo (s) electrónico (s):** [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

Monterrey: [REDACTED]

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: 



Opinión Pública Marketing e imagen S.
A. de C. V.
RFC: [REDACTED]
Régimen Fiscal: 601 General de Ley Personas
Morales

FACTURA: [REDACTED]

Fecha: 2020-12-07T13:36:23

Tipo De Comprobante: I - Ingreso
Versión: 3.3
No. Certificado: [REDACTED]
Lugar de Expedición: 24000

RECEPTOR: R.R. TELEVISION Y VALORES PARA LA INNOVACION, S.A. DE C.V.. RFC: [REDACTED]

Uso CFDI: G03 - Gastos en general

Moneda: MXN - Peso Mexicano	Forma de Pago: 99 - Por definir	Método de Pago: PPD - Pago en parcialidades o diferido
---------------------------------------	---	---

CANTIDAD:	UNIDAD:	DESCRIPCIÓN:	UNITARIO:	IMPORTE:
1	E48	ENCUESTAS SOBRE ELECCIONES A GOBERNADORES, JUNIO 2021 [REDACTED]	\$ 300,000.00	\$ 300,000.00

Impuesto:	Base:	Tipo Impuesto:	TipoFactor:	TasaOCuota:	Importe:
Traslado	300000.00	002 IVA	Tasa	0.160000	\$ 48,000.00

Importe en letra:

Trescientos Cuarenta y Ocho Mil Pesos 00/100 M.N.

	Número de Serie del Certificado: [REDACTED]	SubTotal:	\$ 300,000.00
	Fecha y hora de Certificación: [REDACTED]	IVA 16%	\$ 48,000.00
	RFC Proveedor de Certificación: [REDACTED]	Total:	\$ 348,000.00
	UUID: [REDACTED]		

Sello CFDI:

Sello SAT:

Cadena Original del complemento de certificación digital del SAT: