

Ciudad de México a 15 de enero de 2021.

Lic. Erandi Reyes Pérez Casado  
Encargada del despacho de la Secretaría Ejecutiva  
Instituto Electoral de Michoacán  
Bruselas No.118, Villa Universidad, CP.58060 Morelia, Michoacán  
Presente

21 ENE 18 14:35

J. Desiderio Morales Pérez, en mi calidad de director y apoderado legal 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 PARTIDO EN EL ESTADO DE MICHOACÁN** difundida el 10 DE ENERO en El Heraldo TV, 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 más importantes para la intención de voto por partido, para GOBERNADOR DE MICHOACÁN de junio 2021.

### 2.-MARCO MUESTRAL

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

### 3.-DISEÑO MUESTRAL

a) **Definición de la población objetivo:**

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

b) **Procedimiento de selección de unidades**

Muestra representativa de un universo de teléfonos en MICHOACÁN.

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 MICHOACÁN serán en junio de 2021. ¿Si hoy fueran estas elecciones por cuál partido político o coalición votaría? / Se leyeron opciones*

**Segunda pregunta:**

*¿Y si estos fueran los candidatos a Gobernador de Michoacán, por quien votaría? / Se leyeron opciones*

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 13,403 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 2 y 3 DE ENERO EN EL ESTADO DE MICHOACÁN, 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 MICHOACÁN serán en junio de 2021. ¿Si hoy fueran estas elecciones por cuál partido político o coalición votaría? / Se leyeron opciones*

***Segunda pregunta:***

*¿Y si estos fueran los candidatos a Gobernador de Michoacán, por quien votaría? / 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 MICHOACÁN, 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 10 DE ENERO, en un programa del Heraldo TV, conducido por el periodista Alejandro Cacho, cuyo video puede consultarse en la siguiente liga <https://we.tl/t-6pJl4sB3XC>

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

Los resultados principales fueron los siguientes:

### MICHOACÁN

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

<i>Preferencia por partido o coalición</i>	%
Morena, PT y Verde	34.1%
PRI, PAN y PRD	32.3%
Movimiento Ciudadano	4.6%
Un candidato independiente	10.6%
Otro	3.1%
No sabe, aún no decide	15.3%
	100.0%

**¿Y si éstos fueran los candidatos a Gobernador de Michoacán, por quién votaría?**

<i>Careo 2</i>	%
Raúl Morón Orozco, por Morena, PT y Verde	39.0%
Alfonso Martínez, por PRI, PAN y PRD	25.0%
Un candidato de Movimiento Ciudadano	4.8%
Un candidato independiente	12.0%
Otro	6.1%
No sabe, aún no decide	13.1%
	100.0%

*Se levantaron 1000 encuestas telefónicas mediante robot el 2 y 3 de enero, con un margen estadístico de error de +-3-1%*

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 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**

**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. J. Desiderio Morales Pérez  
Director, y Apoderado Legal



**Opinión Pública Marketing e imagen S. A. de C. V.**  
 RFC: OPM011201A72  
 Régimen Fiscal: 601 General de Ley Personas Morales

**FACTURA: A-84**  
**Fecha: 2021-01-05T13:49:25**  
 Tipo De Comprobante: I - Ingreso  
 Versión: 3.3  
 No. Certificado: 00001000000407876246  
 Lugar de Expedición: 24000

**RECEPTOR: R.R. TELEVISION Y VALORES PARA LA INNOVACION, S.A. DE C.V.. RFC: RTV180613GZ3**  
 Uso CFDI: G01 - Adquisición de mercancías

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

CANTIDAD:	UNIDAD:	DESCRIPCIÓN:	UNITARIO:	IMPORTE:
1		ENCUESTAS SOBRE ELECCIONES A GOBERNADORES, JUNIO 2021 ClaveUnidad: H87 - Pieza ClaveProdServ: 01010101 - No existe en el catálogo	\$ 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:**  
00001000000410900451  
**Fecha y hora de Certificación:**  
2021-01-05T13:54:59  
**RFC Proveedor de Certificación:**  
FAC130626CP7  
**UUID:**  
5F5608A9-773D-4EBD-8501-EC2E16CA4374

**SubTotal: \$ 300,000.00**  
**IVA 16% \$ 48,000.00**  
**Total: \$ 348,000.00**

**Sello CFDI:**  
 UJWcVsm4pJDy5uRcGy+kSqGOIz9855V3bW9oCp67yUKdYzqdcSVnqKHngd3XdA8nPkK5eldU8uiTfnNSnfC1LH8roePbW0Oz9uYwdrHJ+LY1Z07YEvSpwomhLpGMeC8PvJjiP09JEbx5vok9DYNJP+cTC0ehTmgHe3bsJSvY/2yflVYjnfB72h7jm1KX9cZVtR9hZv+6Km0i/cSKwn5lx2sRcXZ8y6oOHLc36somhXHLdVtXxj/0qLc8+Yx1OPbPAWkEG22Uva0s54nF4xgvcS5OvwL9tTWgxvEjaSyW+GmOpZYR7He55BlevPkVtXFN3y0F7PWH+Xsv84UDKA==

**Sello SAT:**  
 TIGrB0Qfb384u0pSZlEotlaNp+BrkQhi+rLthC3gmM8aVj1j8AHkIv42u3X6Au5VMP2y1j0pfCTa2Z/WzuGhcVyuCh+vKZNH9i7hisbiws3HXqVhYCAAuVwYwyHD7ScwUJmvPKTIINRXUWTVit8Z78CGTgDbvctzo9AIOHtFFnmj+qJ3Lcc8HkzRHRi3jyk9NrsFIDQk1I5CfqaADhAylJ5j1TGYUE00X+7jpaI6QBInnC9ErIvT1Y+yLjNhmUDyc8anc7FD+1YRamPICIBBzuc2BXc/ggfo3EIZY1XtWl8qPfr96swE6/AVGDRxxD1fj/C HRxcezRYOjvQ==

**Cadena Original del complemento de certificación digital del SAT:**  
 ||1.1|5F5608A9-773D-4EBD-8501-EC2E16CA4374|2021-01-05T13:54:59|FAC130626CP7|UJWcVsm4pJDy5uRcGy+kSqGOIz9855V3bW9oCp67yUKdYzqdcSVnqKHngd3XdA8nPkK5eldU8uiTfnNSnfC1LH8roePbW0Oz9uYwdrHJ+LY1Z07YEvSpwomhLpGMeC8PvJjiP09JEbx5vok9DYNJP+cTC0ehTmgHe3bsJSvY/2yflVYjnfB72h7jm1KX9cZVtR9hZv+6Km0i/cSKwn5lx2sRcXZ8y6oOHLc36somhXHLdVtXxj/0qLc8+Yx1OPbPAWkEG22Uva0s54nF4xgvcS5OvwL9tTWgxvEjaSyW+GmOpZYR7He55BlevPkVtXFN3y0F7PWH+Xsv84UDKA==|00001000000410900451||

## **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:** 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](mailto: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

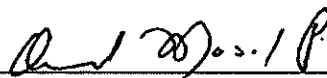
Subdirector editorial

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



J. Desiderio Morales Pérez

Director de Opinión Pública, Marketing e Imagen

HERALDO  
MEDIA GROUP

RU TA RUTA  
2021 2021

# MICHOACÁN

## GOBERNADOR

10 de mayo 2021



RAÚL MORÓN



39.0%

ALFONSO MARTÍNEZ



25.0%

CANDIDATO



4.8 %

CANDIDATO INDEPEDIENTE



12.0%



Social Research Solutions  
CONVULSION PERU



OPINIÓN  
PÚBLICA



