

Ciudad de México a 11 de marzo 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

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 MICHOACÁN** difundida el 7 de marzo de 2021 en El Heraldo TV y en El Heraldo Radio, y el 9 de marzo en el periódico El Heraldo de México y en el sitio [www.heraldodemexico.com.mx](http://www.heraldodemexico.com.mx), 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 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 electorales se utilizó una pregunta que corresponde al escenario más probable  
**Pregunta:**  
Las elecciones a gobernador de Michoacán 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.



## 8.- PRINCIPALES RESULTADOS.

Los resultados del estudio se difundieron el domingo 7 de marzo, en un programa transmitido en El Heraldó TV y en El Heraldó Radio, conducido por el periodista Alejandro Cacho, cuyo video y audio puede consultarse en la siguiente liga:

<https://we.tl/t-LINLFcl6Eo> y publicados en la edición del periódico

El Heraldó, el martes 9 de marzo, que puede consultarse en esta liga:

<https://heraldodemexico.com.mx/noticias/edicionimpresa.html>

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

también se difundió en el sitio de noticias de El Heraldó, con el título “Michoacán: se despega Morón en encuesta”, se puede consultar en la Liga

<https://heraldodemexico.com.mx/nacional/2021/3/9/michoacan-se-despega-moron-en-encuesta-267078.html>

Los resultados principales fueron los siguientes:

### MICHOACÁN

**Las elecciones a gobernador de Michoacán 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>Raúl Morón Orozco, por Morena y PT</i>	28.1%
<i>Carlos Herrera Tello, por PRI, PAN y PRD</i>	18.2%
<i>Cristóbal Arias Solís, por Fuerza por México</i>	10.3%
<i>Hipólito Mora, por Partido Encuentro Solidario</i>	2.5%
<i>Juan Antonio Magaña, por el Partido Verde</i>	2.7%
<i>Una candidata de Movimiento Ciudadano</i>	4.0%
<i>Otro</i>	5.5%
<i>No sabe, aún no decide</i>	28.7%
<i>Total</i>	100.0%

*Se levantaron 1000 encuestas telefónicas mediante robot el 27 de febrero.*

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.

*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*

# LAS ELECCIONES A GOBERNADOR DE CADA ESTADO SERÁN EN JUNIO DE 2021. SI HOY FUERAN ESTAS ELECCIONES, ¿POR QUIEN VOTARÍA SI LOS CANDIDATOS A GOBERNADOR FUERAN?

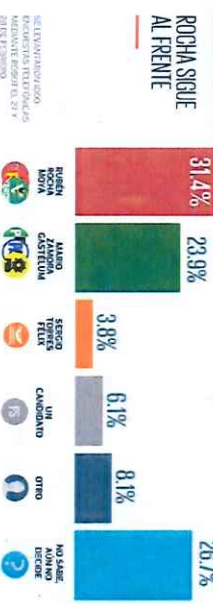
## B. CALIFORNIA



## BAJA CALIFORNIA SUR



## SINALOA



## CHIHUAHUA



## COLIMA



## GUERRERO



Consultoría en soluciones integradas / Encuestas telefónicas con muestra representativa a nivel estatal. Responder Solutions, S de RL de CV.

SE CONSOLIDA LA PREFERENCIA CIUDADANA EN 12 CANDIDATURAS, MIENTRAS QUE TRES ESTÁN EN EMPATE TÉCNICO, A MENOS DE TRES MESES DE LA JORNADA ELECTORAL.

**RUTA** 2021

HERALDO MEDINA GROUP

## QUERÉTARO



## NEUVO LEÓN



## NAVARRA



Encuestas telefónicas con muestra representativa a nivel estatal. Responder Solutions, S de RL de CV.

# LAS ELECCIONES A GOBERNADOR DE CADA ESTADO SERÁN EN JUNIO DE 2021. SI HOY FUERAN ESTAS ELECCIONES, ¿POR QUIÉN VOTARÍA SI LOS CANDIDATOS A GOBERNADOR FUERAN?

## B. CALIFORNIA



## Baja California Sur



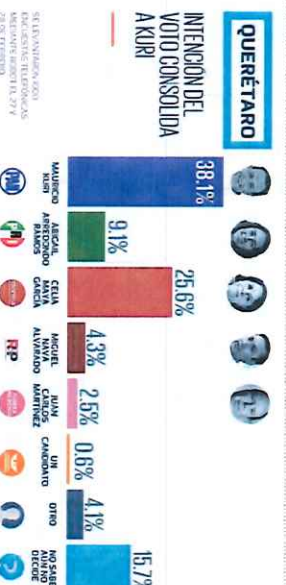
## SINALOA



## CHIHUAHUA



## QUERÉTARO



## COLIMA



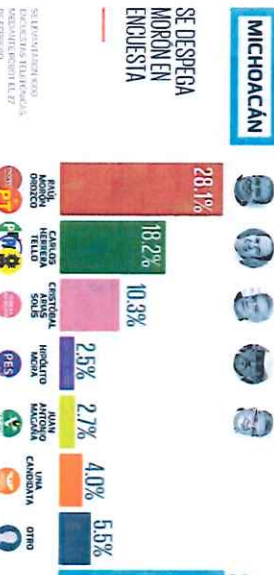
## NUEVO LEÓN



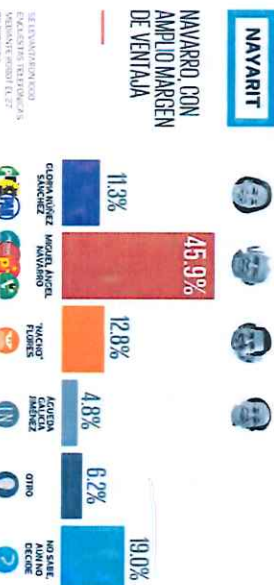
## GUERRERO



## MICHOACÁN



## NAVARRIT



# RUTA

SE CONSOLIDADA LA PREFERENCIA CIUDADANA EN 12 CANDIDATURAS, MIENTRAS QUE TRES ESTÁN EN EMPATE TÉCNICO, A MENOS DE TRES MESES DE LA JORNADA ELECTORAL.

HERALDO MEDIA GROUP

california@heraldomedia.com

El estudio de opinión fue realizado por el equipo de investigación de la empresa de estudios de mercado y análisis de comportamiento de los consumidores, HERALDO MEDIA GROUP, en un periodo del 27 de febrero al 27 de febrero de 2021.

El estudio de opinión fue realizado por el equipo de investigación de la empresa de estudios de mercado y análisis de comportamiento de los consumidores, HERALDO MEDIA GROUP, en un periodo del 27 de febrero al 27 de febrero de 2021.

El estudio de opinión fue realizado por el equipo de investigación de la empresa de estudios de mercado y análisis de comportamiento de los consumidores, HERALDO MEDIA GROUP, en un periodo del 27 de febrero al 27 de febrero de 2021.



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

**FACTURA: A-95**  
**Fecha: 2021-03-09T13:15:34**  
 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: G03 - Gastos en general

<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:**  
2021-03-09T13:20:08  
**RFC Proveedor de Certificación:**  
FAC130626CP7  
**UUID:**  
B83E2E9D-241B-468F-A395-1E4F7C27D3F8

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

**Sello CFD:**

aloGlsj38nmeyOpeko8y55RT2EDQ0ovCgzz/8aauYvopQug/gMRb8j4mDILFa9QEX4ySGeAfdFiqVpzwSRihr9A5wxp4EeaBB/PKDK6JkrROnqQbW0iR79ozbZd38RqLJrWVa9SPGuWBilcLDCg6HThrxo67tyeEzpuDIzVpPh8nsgYLf8NEEKThTD7GMz+ssRZmn8gedCSb2lZkiTmEoRmsT5P0ILLb3mUDZhhESVIGjI59B2tHwpdJ2FwEeX8nZKsRV1f7MfBNbMr+9fQ/Ag113Ue0gvoR5XE3ewfP2ciZQwUWqz+zFm399cmidZAWXXmAtMzFxfQPgVV3kA==

**Sello SAT:**

PLINibRhUGfou3kVZPO4vRY4/p3uvPEr3ZDJNFQjQgSEK4QcQdfqBKkcOeJ8ebMkkcQ+BNp8KYWN2rdDzJos0ZuMWxdnpPFN2teyweBqJoD18D43vHcHQK3qtPtghL2sZV/U7oJUto+104ToeBo1FFeUhl0sYTQ0cfnRgGqTwdknVMCEfcM5IioVnybmFB1NYOlytu2Pmzozpwnh7yhA3ScEKXHpJf4vBPIKmyEabRT4iDKIX6IS1yxVVF/4gpFfNv+a5EKcyfiMxH2QDo/5CgXs+XHohY5wQtTzeWIPtCNJYy++29Q7EGg1KwVHlpK9QOsRreaYv0iil9/+8J3w==

**Cadena Original del complemento de certificación digital del SAT:**

||1.1|B83E2E9D-241B-468F-A395-1E4F7C27D3F8|2021-03-09T13:20:08|FAC130626CP7|aloGlsj38nmeyOpeko8y55RT2EDQ0ovCgzz/8aauYvopQug/gMRb8j4mDILFa9QEX4ySGeAfdFiqVpzwSRihr9A5wxp4EeaBB/PKDK6JkrROnqQbW0iR79ozbZd38RqLJrWVa9SPGuWBilcLDCg6HThrxo67tyeEzpuDIzVpPh8nsgYLf8NEEKThTD7GMz+ssRZmn8gedCSb2lZkiTmEoRmsT5P0ILLb3mUDZhhESVIGjI59B2tHwpdJ2FwEeX8nZKsRV1f7MfBNbMr+9fQ/Ag113Ue0gvoR5XE3ewfP2ciZQwUWqz+zFm399cmidZAWXXmAtMzFxfQPgVV3kA==|00001000000410900451||