

Ciudad de México a 26 de noviembre de 2021.

Mtro. Luis Miguel Santibáñez Suárez
Secretaría ejecutiva
Instituto Estatal Electoral y de Participación Ciudadana de Oaxaca
Heroica Escuela Naval Militar 1212, Reforma, 68050 Oaxaca de Juárez, Oax.
Presente

Dileysi Josefina Morales González, en mi calidad de accionista de la empresa OPINIÓN PÚBLICA, MARKETING E IMAGEN S. A. de C.V, 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 OAXACA** difundida el 22 de noviembre de 2021 en El Heraldo TV y en El Heraldo Radio, y 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 partido, para GOBERNADOR de OAXACA de junio 2022.

2.-MARCO MUESTRAL

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

3.-DISEÑO MUESTRAL

a) Definición de la población objetivo:

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

b) Procedimiento de selección de unidades

Muestra representativa de un universo de teléfonos en OAXACA.

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 OAXACA serán en junio de 2022.

Si hoy fueran estas elecciones, ¿Por cuál partido 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 “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 14158 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 15 y 16 de noviembre EN EL ESTADO DE OAXACA, 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 OAXACA serán en junio de 2022.

Si hoy fueran estas elecciones, ¿Por cuál partido 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 OAXACA 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 Lunes 22 de noviembre, en un programa transmitido en El Heraldó TV, El Heraldó Radio, y publicados en la edición del periódico El Heraldó, que puede consultarse en esta liga:

<https://heraldodemexico.com.mx/nacional/2021/11/22/elecciones-mexico-2022-arrancan-con-morena-al-frente-355859.html> y publicado en Redes del periódico

El Heraldó, en la siguiente liga:

<https://twitter.com/heraldodemexico/status/1462834636242001922?s=20>

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

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 3, 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 \$120,000 (Ciento veinte mil pesos 00/100 M.N.) más el IVA correspondiente, que asciende a \$139,000 (Ciento treinta y nueve mil pesos 00/100 M.N) Se anexa copia de la factura correspondiente (**Anexo 3, factura**).

11.- PORCIÓN NORMATIVA FRACCIÓN C ARTÍCULO 136

(Se envía aparte, en ANEXO 4)

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

Atentamente

Opinión Pública, Marketing e Imagen, S. A. de C.V.



Lic. Dileysi Josefina Morales González
Accionista