

Oficio: SE/1735/2020

Asunto: Informe en materia de encuestas y sondeos de opinión del proceso electoral local 2020-2021.

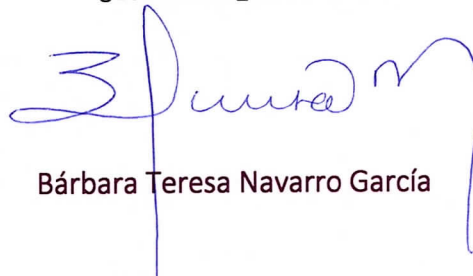
LIC. EDMUNDO JACOBO MOLINA
SECRETARIO EJECUTIVO DEL INSTITUTO NACIONAL ELECTORAL
P R E S E N T E

Por instrucciones del licenciado Mauricio Enrique Guzmán Yáñez, Consejero Presidente del Consejo General del Instituto Electoral del Estado de Guanajuato, con fundamento en lo dispuesto en el artículo 98 fracción IV de la *Ley de Instituciones y Procedimientos Electorales para el Estado de Guanajuato*, y en cumplimiento a lo señalado en el artículo 146 del *Reglamento de Elecciones del Instituto Nacional Electoral*, me permito remitir anexo al presente el **Informe en materia de encuestas y sondeos de opinión del proceso electoral local 2020-2021** correspondiente al periodo del **24 de octubre al 24 de noviembre de 2020**.

Preciso señalar que, dicho informe fue presentado al Consejo General de este Instituto en su Sesión Ordinaria del 30 de noviembre de 2020.

Sin otro particular, hago propicia la ocasión para enviarle un saludo.

Cordialmente
Guanajuato, Guanajuato, 1 de diciembre de 2020.
SECRETARIA EJECUTIVA



Bárbara Teresa Navarro García

C.c.p. Mauricio Enrique Guzmán Yáñez, consejero presidente del Instituto Electoral del Estado de Guanajuato – Conocimiento.
Archivo.
BTNG/lefc

Oficio: SE/1705/2020

Asunto: Informe en materia de encuestas y sondeos de opinión del proceso electoral local 2020-2021.

INTEGRANTES DEL CONSEJO GENERAL
P R E S E N T E.

Con fundamento en lo establecido en los artículos 78 fracción XII, 98 fracción XXVII y 204 de la *Ley de Instituciones y Procedimientos Electorales para el Estado de Guanajuato*, así como de los artículos 132 al 148 del *Reglamento de Elecciones del Instituto Nacional Electoral (REINE)*, remito anexo al presente el **Informe en materia de encuestas y sondeos de opinión del proceso electoral local 2020-2021** correspondiente al periodo del **24 de octubre al 24 de noviembre de 2020**.

El presente, se presenta para dar cumplimiento a lo previsto en el Capítulo VII en materia de encuestas y sondeos de opinión del REINE, mismo que prevé el monitoreo semanal de publicaciones en medios impresos realizado por la Coordinación de Comunicación y Difusión de este Instituto en colaboración con las Juntas Ejecutivas Regionales de este, y que comunica a esta Secretaría mediante oficio.

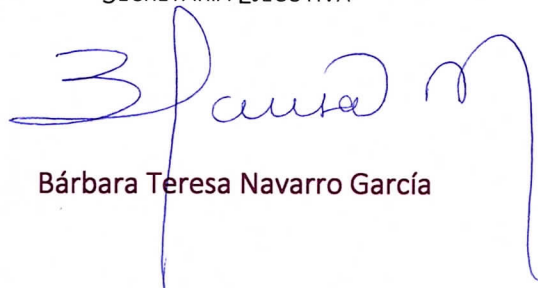
Preciso señalar que, el informe referido podrá ser visualizado en la página institucional, en el apartado del **Proceso Electoral 2020-2021, preparación de la elección** en: <https://ieeg.mx/preparacion-de-la-eleccion-2020-2021/>.

Sin más por el momento, reciban un afectuoso saludo.

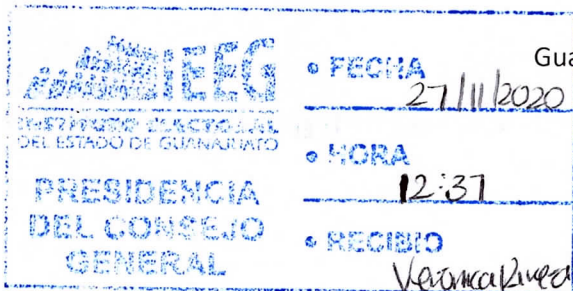
Cordialmente

Guanajuato, Guanajuato, 25 de noviembre de 2020.

SECRETARIA EJECUTIVA

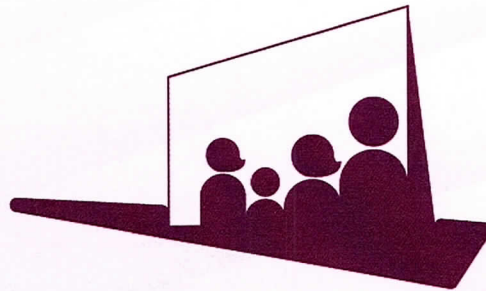


Bárbara Teresa Navarro García



C.c.p. Archivo.

BTNG/lefc



PROCESO ELECTORAL 2020-2021

GUANAJUATO

INFORME EN MATERIA DE ENCUESTAS Y SONDEOS DE OPINIÓN DEL PROCESO ELECTORAL LOCAL 2020-2021

DEL 24 DE OCTUBRE AL 24 DE NOVIEMBRE DE 2020

SECRETARÍA EJECUTIVA

Carretera Guanajuato-Puentecillas km 2+767
Col. Puentecillas. C.P. 36263 Guanajuato, Gto.

CONTENIDO

1. Introducción	3
2. Marco normativo	4
2.1 Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos (CPEUM)	4
2.2 Ley General de Instituciones y Procedimientos Electorales (LGIPE).....	4
2.3 Reglamento de Elecciones del Instituto Nacional Electoral (REINE).....	4
2.4 Ley de Instituciones y Procedimientos Electorales para el Estado de Guanajuato (LIPEEG)	5
2.5 Información en materia de encuestas electorales y sondeos de opinión	6
3. Informe de cumplimiento del IEEG	6
3.1 Listado y cantidad de las encuestas publicadas.....	6
3.2 Información de las encuestas o estudios	8
3.3 Listado de requerimientos.....	23

1. INTRODUCCIÓN

El 7 de septiembre del año en curso dio inicio el proceso electoral local 2020-2021, en el cual se renovarán las 36 diputaciones del Congreso del Estado de Guanajuato y los 46 ayuntamientos. Esto implica que se disputarán 552 cargos de elección popular: 22 diputaciones de mayoría relativa, 14 diputaciones de representación proporcional, 46 presidencias municipales, 52 sindicaturas y 418 regidurías.

El Instituto Electoral del Estado de Guanajuato (IEEG) es la autoridad electoral responsable de dar certeza a las actividades que comprenden las etapas del proceso electoral local: planeación, preparación de la elección, jornada electoral, y resultados y validez de las elecciones. Dentro de estas actividades se encuentra lo previsto en materia de encuestas por muestreo, sondeos de opinión, encuestas de salida o conteos rápidos. El objeto de su regulación consiste en que se logre el respeto a los principios de equidad en la contienda electoral, transparencia y máxima publicidad, ofreciendo a la sociedad los insumos necesarios, de naturaleza objetiva, clara e imparcial, para que la ciudadanía cuente con elementos que le permita valorar, por sí misma, dichas encuestas y sondeos de opinión, y así contribuir a la construcción del voto razonado y de una opinión pública mejor informada.

Para facilitar el cumplimiento por parte de los sujetos obligados se mantiene publicada la normatividad en materia de encuestas electorales en la página electrónica del Instituto: <https://ieeg.mx/documentos/normatividad-vigente-materia-encuestas-electorales-2020-pdf/>.

Por ello, en cumplimiento al artículo 144, numeral 1 del Reglamento de Elecciones del Instituto Nacional Electoral (REINE), durante el proceso electoral la Secretaría Ejecutiva presentará en cada sesión ordinaria del Consejo General del IEEG un informe que dé cuenta del cumplimiento a lo previsto en el reglamento mencionado en materia de encuestas y sondeos de opinión. Este informe se integra de tres apartados:

- a) Listado y cantidad de las encuestas publicadas en el periodo.
- b) Información de las encuestas o estudios.

c) Listado de requerimientos.

2. MARCO NORMATIVO

2.1 Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos (CPEUM)

De conformidad con el artículo 41, fracción V, apartado B, inciso a, numeral 5, de la CPEUM, el Instituto Nacional Electoral tiene a su cargo emitir las reglas, lineamientos, criterios y formatos en materia de encuestas o sondeos de opinión.

2.2 Ley General de Instituciones y Procedimientos Electorales (LGIPE)

La LGIPE, en el artículo 213, dispone que el Consejo General del INE emitirá las reglas, lineamientos y criterios que las personas físicas o morales deberán adoptar para realizar encuestas o sondeos de opinión en el marco de los procesos electorales federales y locales. Los Organismos Públicos Locales realizarán las funciones en esta materia de conformidad con las citadas reglas, lineamientos y criterios. Asimismo, que durante los tres días previos a la elección y hasta la hora de cierre de las casillas, queda estrictamente prohibido publicar, difundir o dar a conocer por cualquier medio de comunicación, los resultados de las encuestas o sondeos de opinión, que tengan como fin dar a conocer las preferencias electorales.

2.3 Reglamento de Elecciones del Instituto Nacional Electoral (REINE)

El artículo 132, numeral 1, del Reglamento de Elecciones, prevé que las disposiciones son aplicables para las personas físicas y morales que realicen, o bien, que publiquen encuestas por muestreo, sondeos de opinión, encuestas de salida o conteos rápidos, cuyo objetivo sea dar a conocer preferencias o tendencias electorales durante los procesos electorales federales y locales.

El artículo 133 dispone que los criterios generales de carácter científico que deberán adoptar las personas físicas o morales que pretendan llevar a cabo encuestas por muestreo o sondeos de opinión, así como encuestas de salida o conteos rápidos, se contienen en el Anexo 3 del Reglamento.

Por otra parte, el artículo 143, numerales 1 y 2, menciona que el OPL, a través de sus respectivas áreas de comunicación social a nivel central y desconcentrado, deberán llevar a cabo desde el inicio de su proceso electoral hasta tres días posteriores al de la jornada electoral, un monitoreo de publicaciones impresas sobre las encuestas por muestreo, sondeos de opinión, encuestas de salida o conteos rápidos que tengan como fin dar a conocer preferencias electorales. Siendo el área de comunicación social responsable de realizar el monitoreo deberá informar semanalmente de sus resultados a la Secretaría Ejecutiva del OPL.

Ahora bien, el artículo 144 establece que, durante procesos electorales ordinarios, la Secretaría Ejecutiva del Instituto o del OPL correspondiente, presentará en cada sesión ordinaria del Consejo General respectivo, un informe que dé cuenta del cumplimiento a lo previsto en el Libro Tercero, Título I, Capítulo VII en materia de encuestas y sondeos de opinión.

2.4 Ley de Instituciones y Procedimientos Electorales para el Estado de Guanajuato (LIPEEG)

Con fundamento en el artículo 78 fracción XII, corresponde al Instituto, verificar el cumplimiento de los criterios generales que emita el Instituto Nacional en materia de encuestas o sondeos de opinión sobre preferencias electorales que deberán adoptar las personas físicas o morales que pretendan llevar a cabo este tipo de estudios en el estado.

Asimismo, con base en el artículo 98 fracción XXVII, son atribuciones de la Secretaría Ejecutiva verificar e informar el cumplimiento de los criterios generales que emita el Instituto Nacional, en materia de encuestas y sondeos de opinión sobre preferencias electorales.

Por otra parte, el artículo 204 señala que, de conformidad con las reglas, lineamientos y criterios que emita el Consejo General del Instituto Nacional, las personas físicas o morales deberán adoptarlas para realizar encuestas o sondeos de opinión durante el proceso electoral local, así como el Instituto Estatal para realizar las funciones en la materia.

2.5 Información en materia de encuestas electorales y sondeos de opinión

Documentación emitida por el INE a través del Sistema de Vinculación con los Organismos Públicos Locales Electorales (SIVOPLE)" con folio GTO/2020/1044/00231:

1. Guía para los Organismos Públicos Locales electorales (OPL) sobre la regulación de encuestas electorales.
2. Criterios para el monitoreo de publicaciones en materia de encuestas, sondeos, conteos rápidos, y encuestas de salida sobre preferencias electorales en medios impresos.

3. INFORME DE CUMPLIMIENTO DEL IEEG

El presente se emite para dar cumplimiento a lo previsto en el Libro Tercero, Título I, Capítulo VII en materia de encuestas y sondeos de opinión del REINE, mismo que prevé el monitoreo semanal de publicaciones en medios impresos realizado por la Coordinación de Comunicación y Difusión de este Instituto en colaboración con las Juntas Ejecutivas Regionales de este, dentro del periodo comprendido del **24 de octubre al 24 de noviembre de 2020**. Por ello, en atención al artículo 144 numeral 3 del *Reglamento*, se informa:

3.1 Listado y cantidad de las encuestas publicadas

Derivado del monitoreo semanal en publicaciones impresas, realizado por la Coordinación de Comunicación y Difusión, se reportó la siguiente encuesta:

No.	Fecha de Publicación	Municipio	Medio publicado	Realizador de la encuesta	Sección	Página
1	25-oct-2020	León	Periódico AM León	Inmersa Marketing Group	Local	1 y 3

Además, en atención a las disposiciones generales y a las obligaciones en materia de encuestas por muestreo o sondeos de opinión aplicables a personas físicas y morales que realizan o bien publican (artículos 132 al 136 del REINE), se recibió comunicado de fecha 19 de noviembre de los corrientes de la persona moral Grupo RACPEN S.A. de C.V. bajo su marca registrada TRESEARCH, en el que da aviso de las siguientes encuestas publicadas:

Encuestas publicadas						
No.	Fecha de Publicación ¹	Municipio	Medio publicado	Realizador de la encuesta		
2	12-nov-20	San Miguel de Allende	Sitio oficial www.TResearch.Mx y redes sociales de la empresa @TResearchMx https://www.facebook.com/TResearch	Grupo RACPEN S.A. de C.V. @TRESEARCH		
3	13-nov-20	Celaya	Sitio oficial www.TResearch.Mx y redes sociales de la empresa @TResearchMx https://www.facebook.com/TResearch	Grupo RACPEN S.A. de C.V. @TRESEARCH		
4	14-nov-20	Guanajuato	Sitio oficial www.TResearch.Mx y redes sociales de la empresa @TResearchMx https://www.facebook.com/TResearch	Grupo RACPEN S.A. de C.V. @TRESEARCH		
5	15-nov-20	Irapuato	Sitio oficial www.TResearch.Mx y redes sociales de la empresa @TResearchMx https://www.facebook.com/TResearch	Grupo RACPEN S.A. de C.V. @TRESEARCH		
6	16-nov-20	León	Sitio oficial www.TResearch.Mx y redes sociales de la empresa @TResearchMx	Grupo RACPEN S.A. de C.V. @TRESEARCH		

¹ Fecha de referencia tomada de la red social Facebook.

			https://www.facebook.com/TRResearch	
7	17-nov-20	Salamanca	Sitio oficial www.TRResearch.Mx y redes sociales de la empresa @TRResearchMx https://www.facebook.com/TRResearch	Grupo RACPEN S.A. de C.V. @TRESEARCH

Asimismo, el 24 de noviembre de este, se informó sobre la encuesta publicada por Massive Caller S.A. de C.V., quien remitió a la Secretaría Ejecutiva la documentación siguiente:

Encuestas publicadas				
No.	Fecha de Publicación	Municipio	Medio publicado	Realizador de la encuesta
8	23-nov-20	León	Whatsaap y redes sociales (Twitter, Instagram y Facebook)	Massive Caller S.A. de C.V.

3.2 Información de las encuestas o estudios

Respecto de la información recibidas, se identifica lo siguiente:

Publicación 1. Imbatible, Luis Ernesto	
I. Patrocinó, solicitó, ordenó y pagó	No se cuenta con la información
II. Realizó	Inmersa Marketing Group, INVERMEC S.C.
III. Publicó	Editorial Martinica S.A. de C.V.
IV. Medio de publicación	Periódico AM León
V. Original o reproducción	Reproducción/Cita De acuerdo con los <i>Criterios para el monitoreo de publicaciones en materia de encuestas, sondeos, conteos rápidos, y encuestas de salida sobre preferencias electorales en medios impresos</i> , esta publicación se clasifica como Cita al reproducir solo algunos de los resultados referidos, no muestra las características metodológicas completas de acuerdo con la información obtenida, se basa en resultados de un estudio realizado por un tercero y no fue elaborada para o por quien lo publica.

Publicación 1. Imbatible, Luis Ernesto	
VI. Cumplimiento de criterios científicos	<p>La información que se cita es reproducida del contenido recibido mediante oficio de fecha 23 de octubre de los corrientes que ya se informó en el periodo anterior.</p> <p>De acuerdo con la información recibida, se cumplen de manera parcial. No se identificó: una base de datos, la autoría y financiamiento, así como los recursos económicos/financieros aplicados.</p> <p>La información proporcionada se encuentra disponible en: https://ieeg.mx/documentos/periodico-am-editorial-martinica-081020-pdf/</p>
VII. Características generales	<p>El estudio de opinión se realizó para conocer la rentabilidad de partidos políticos y posibles escenarios.</p> <p>La encuesta se enfocó en obtener la percepción e intención del voto en población residente de la ciudad de León.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Universo: población residente en la ciudad de León, mayor de 18 años con credencial para votar. • Instrumento de recolección: cuestionario estructurado. • Método de levantamiento: cara a cara en colonias con cuestionario digital. • Sistema de sorteo: probabilístico aleatorio simple, tomadas al 100% de manera aleatoria y sin ningún tipo de conveniencia. • Margen de error: +-4% • Nivel de confianza 95% • Técnica de procesamiento: software propio • Muestra: 600 encuestas <p>La información se recolectó los días 8, 9 y 11 de septiembre del 2020.</p>
VIII. Principales resultados	<p>De acuerdo con la publicación, los principales resultados publicados son:</p> <ul style="list-style-type: none"> • La rentabilidad electoral de los posibles candidatos <ul style="list-style-type: none"> - Luis Ernesto Ayala del PAN 46% y Jorge Marcelino Trejo de Morena 19%. - Rentabilidad electoral del PAN: Ayala Torres 46%, Juan Carlos Muñoz 40% y 33% Alejandra Gutiérrez. - Rentabilidad electoral de Morena: Jorge Marcelino Trejo 19%, Ricardo Sheffield y Eugenio Martínez 12%. - Intención del voto: Pan 35%, Morena 14%, PRI 10%, PVEM 3%, PRD 1%, el 25% no sabe por quién votar y 11% por ningún partido.
X. Formación académica y experiencia profesional del encuestador	<p>De acuerdo con la información proporcionada en la información curricular se destaca lo siguiente:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Empresa de inteligencia de mercados y opinión pública, que realiza sus estudios bajo estándares de calidad ESIMM (Estándar de Servicio para la Investigación de Mercados en México) y bajo procesos certificados en ISO 9001:20252.

Publicación 2. ¿QUIÉN GANA LA ALCALDÍA? *GTO., SAN MIGUEL DE ALLENDE*	
I. Patrocinó, solicitó, ordenó y pagó	TRESEARCH
II. Realizó	TRESEARCH
III. Publicó	Grupo RACPEN S.A. de C.V. bajo su marca registrada TRESEARCH
IV. Medio de publicación	Por medio digital en el sitio www.TResearch.mx y las redes sociales de la empresa @TResearchMx https://www.facebook.com/TResearch
V. Original o reproducción	Original
VI. Cumplimiento de criterios científicos	Sí, se verificó con base en la información recibida y se identificó el contenido de los estudios respecto de los elementos que se establecen en los criterios generales de carácter científico aprobados por el INE. La información proporcionada se encontrará disponible en: https://ieeg.mx/preparacion-de-la-eleccion-2020-2021/
VII. Características generales	Respecto de la información recibida se resume en lo siguiente: <ul style="list-style-type: none"> • El estudio se realizó para conocer la opinión ciudadana sobre diversas variables de preferencia y percepción. La encuesta se enfocó en conocer las variaciones en los individuos investigados. Así como conocer las preferencias partidistas para la elección de alcaldía. • Universo: mayores de 18 años residentes en la ubicación del estudio con acceso a internet en dispositivos fijos o móviles, municipio de San Miguel de Allende, Gto. • Instrumento de recolección: cuestionarios personalizados y estructurados. • Método de levantamiento: auto aplicación en línea utilizando el modelo de Muestreo Multicuotas Propensity Weighting, que hace énfasis en la calidad de la muestra más que en la cantidad de entrevistas, estableciendo restricciones para garantizar que solo se permita a las personas requeridas participar en cada conglomerado. Para la recolección de entrevistas, se recluta utilizando Real Time Bidding (RTB). • Margen de error: los Estudios Self Selected Sample (SSS) u Opt In son diseños no probabilísticos al no existir un marco de muestreo bien definido. Por lo tanto, para evitar confusiones, no se informa "margen de error" sino en ocasiones una "estimación de error modelada" que se calcula presumiendo que el estudio fue realizado bajo un esquema probabilístico sin estratificación ni conglomeración y que según la Asociación de Investigación de Opinión Pública es una mejor práctica para los Estudios no probabilísticos. • Muestra: 1,000 casos.

Publicación 2. ¿QUIÉN GANA LA ALCALDÍA? *GTO., SAN MIGUEL DE ALLENDE*	
	<ul style="list-style-type: none"> • Técnica de procesamiento: Statistical Package for the Social Sciences (SPSS®) y Tableau Software®, Flourish® y Microsoft Office® para la tabulación y graficado de los datos. La información se recolectó del 5 al 9 de noviembre del 2020.
VIII. Principales resultados	<p>De acuerdo con la publicación, los principales resultados se resumen en: Si hoy fuera la elección ¿por cuál partido votaría para elegir...? ALCALDE DE *GTO., SAN MIGUEL DE ALLENDE*</p> <ul style="list-style-type: none"> • Partido con más porcentaje: PAN 27.6%, Morena 17.3%, Candidatura independiente 6.1%, otro 12.6%, PRI 4.2%, PT 1.6%, Movimiento Ciudadano 1.0%, PRD 0.3%, PVEM 0.0% y personas que no contestaron 29.3%. • Voto según sexo <ul style="list-style-type: none"> - Hombres: PAN 18.4%, Morena 30.1%, otro 0.8% y PRI: 1.1%. - Mujeres: PAN 35.6%, Morena 6.3%, otro 22.9% y PRI 6.8%. • Voto según edad <ul style="list-style-type: none"> - Generación Z/Millennials: Morena 25.5%, PAN 26.3%, PRI 0.0% y otro 29.9%. - Generación X: PAN 18.2%, Morena 12.8%, otro 6.0%, PRI 4.7%. - Baby Boomers: PAN 42.1%, otro 2.7%, Morena 14.8% y PRI 8.0%.
IX. Pertenencia a asociaciones del gremio de la opinión pública	<p>Sí, conforme a lo plasmado en su currículo informa ser miembro de las asociaciones: Latinoamericana de Consultores Políticos (ALACOP http://alacoplatam.org) y miembro del Colegio de Investigadores de Mercados y Opinión (CIMO https://cimo.mx/).</p>
X. Formación académica y experiencia profesional del encuestador	<p>De acuerdo con la información proporcionada en la información curricular se destaca lo siguiente:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Carlos Penna Charolet es director general de Grupo RACPEN S.A. de C.V. bajo su marca registrada TRESEARCH, es un ejecutivo en áreas afines al sector público y negocios, mercadólogo y especialista en comunicación política por el ITAM y en negocios por el Tecnológico de Monterrey. Fue coordinador de comunicación del Gobierno de Aguascalientes y participó en papeles clave en CONSULTA MITOFSKY, llegando a ser director general en Centroamérica. Actualmente impulsa el nuevo proyecto de investigación de mercados online (TResearch.Mx), la cual es una de las primeras compañías en implementar la metodología de muestreo Active Sampling vía Real Time Bidding. Ofrece el alcance más amplio en muestras globales disponibles, así como también servicios globales de recolección de datos en línea. Tiene experiencia con medios de comunicación además de contar con clientes como gobiernos, universidades, empresas, consultoras, agencias de publicidad e investigación y marcas globales. Opera en una única plataforma tecnológica integrada que simplifica la entrega de datos, productos y servicios.

Publicación 3. ¿QUIÉN GANA LA ALCALDÍA? *GTO., CELAYA*	
I. Patrocinó, solicitó, ordenó y pagó	TRESEARCH
II. Realizó	TRESEARCH
III. Publicó	Grupo RACPEN S.A. de C.V. bajo su marca registrada TRESEARCH
IV. Medio de publicación	Por medio digital en el sitio www.TResearch.mx y las redes sociales de la empresa @TResearchMx https://www.facebook.com/TResearch
V. Original o reproducción	Original
VI. Cumplimiento de criterios científicos	Sí, se verificó con base en la información recibida y se identificó el contenido de los estudios respecto de los elementos que se establecen en los criterios generales de carácter científico aprobados por el INE. La información proporcionada se encontrará disponible en: https://ieeg.mx/preparacion-de-la-eleccion-2020-2021/
VII. Características generales	<p>El estudio se realizó para conocer la opinión ciudadana sobre diversas variables de preferencia y percepción. La encuesta se enfocó en conocer las variaciones en los individuos investigados. Así como conocer las preferencias partidistas para la elección de alcaldía.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Universo: mayores de 18 años residentes en la ubicación del estudio con acceso a internet en dispositivos fijos o móviles, municipio de Celaya, Gto. • Instrumento de recolección: cuestionarios personalizados y estructurados. • Método de levantamiento: auto aplicación en línea utilizando el modelo de Muestreo Multicuotas Propensity Weighting, que hace énfasis en la calidad de la muestra más que en la cantidad de entrevistas, estableciendo restricciones para garantizar que solo se permita a las personas requeridas participar en cada conglomerado. Para la recolección de entrevistas, se recluta utilizando Real Time Bidding (RTB). • Margen de error: los Estudios Self Selected Sample (SSS) u Opt In son diseños no probabilísticos al no existir un marco de muestreo bien definido. Por lo tanto, para evitar confusiones, no se informa "margen de error" sino en ocasiones una "estimación de error modelada" que se calcula presumiendo que el estudio fue realizado bajo un esquema probabilístico sin estratificación ni conglomeración y que según la Asociación de Investigación de Opinión Pública es una mejor práctica para los Estudios no probabilísticos. • Muestra: 1,000 casos. • Técnica de procesamiento: Statistical Package for the Social Sciences (SPSS®) y Tableau Software®, Flourish® y Microsoft Office® para la

Publicación 3. ¿QUIÉN GANA LA ALCALDÍA? *GTO., CELAYA*	
	<p>tabulación y graficado de los datos. La información se recolectó del 5 al 9 de noviembre del 2020.</p>
VIII. Principales resultados	<p>De acuerdo con la publicación, los principales resultados son: Si hoy fuera la elección ¿por cuál partido votaría para elegir...? ALCALDE DE *GTO., CELAYA*</p> <ul style="list-style-type: none"> • Partido con más porcentaje: PAN 32.1%, Morena 19.0%, candidatura independiente 9.9%, otro 7.0%, PRI 2.8%, PT 1.3%, Movimiento Ciudadano 0.4%, PRD 0.3%, PVEM 0.0% y personas que no contestaron 27.3%. • Voto según sexo <ul style="list-style-type: none"> - Hombres: PAN 30.8%, Morena 22.6%, otro 6.9% y PRI 2.6%. - Mujeres: PAN 33.2%, Morena 15.8%, otro 7.0% y PRI 2.9%. • Voto según edad <ul style="list-style-type: none"> - Generación Z/Millennials: Morena 30.0%, PAN 25.4%, PRI 5.0% y otro 4.7%. - Generación X: PAN 35.3%, Morena 16.0%, otro 5.8% y PRI 2.3%. - Baby Boomers: PAN 34.9%, otro 11.5%, Morena 10.6% y PRI 0.9%.
IX. Pertenencia a asociaciones del gremio de la opinión pública	<p>Sí, conforme a lo plasmado en su currículum informa ser miembro de las asociaciones: Latinoamericana de Consultores Políticos (ALACOP http://alacoplatam.org) y miembro del Colegio de Investigadores de Mercados y Opinión (CIMO https://cimo.mx/).</p>
X. Formación académica y experiencia profesional del encuestador	<p>De acuerdo con la información proporcionada en la información curricular se destaca lo siguiente:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Carlos Penna Charolet es director general de Grupo RACPEN S.A. de C.V. bajo su marca registrada TRESEARCH, es un ejecutivo en áreas afines al sector público y negocios, mercadólogo y especialista en comunicación política por el ITAM y en negocios por el Tecnológico de Monterrey. Fue coordinador de comunicación del Gobierno de Aguascalientes y participó en papeles clave en CONSULTA MITOFSKY, llegando a ser director general en Centroamérica. Actualmente impulsa el nuevo proyecto de investigación de mercados online (TResearch.Mx), la cual es una de las primeras compañías en implementar la metodología de muestreo Active Sampling vía Real Time Bidding. Ofrece el alcance más amplio en muestras globales disponibles, así como también servicios globales de recolección de datos en línea. Tiene experiencia con medios de comunicación además de contar con clientes como gobiernos, universidades, empresas, consultoras, agencias de publicidad e investigación y marcas globales. Opera en una única plataforma tecnológica integrada que simplifica la entrega de datos, productos y servicios.

Publicación 4. ¿QUIÉN GANA LA ALCALDÍA? *GTO., GUANAJUATO*	
I. Patrocinó, solicitó, ordenó y pagó	TRESEARCH
II. Realizó	TRESEARCH
III. Publicó	Grupo RACPEN S.A. de C.V. bajo su marca registrada TRESEARCH
IV. Medio de publicación	Por medio digital en el sitio www.TResearch.mx y las redes sociales de la empresa @TResearchMx https://www.facebook.com/TResearch
V. Original o reproducción	Original
VI. Cumplimiento de criterios científicos	<p>Sí, se verificó con base en la información recibida y se identificó el contenido de los estudios respecto de los elementos que se establecen en los criterios generales de carácter científico aprobados por el INE. La información proporcionada se encontrará disponible en: https://ieeg.mx/preparacion-de-la-eleccion-2020-2021/</p>
VII. Características generales	<p>El estudio se realizó para conocer la opinión ciudadana sobre diversas variables de preferencia y percepción. La encuesta se enfocó en conocer las variaciones en los individuos investigados. Así como conocer las preferencias partidistas para la elección de alcaldía.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Universo: mayores de 18 años residentes en la ubicación del estudio con acceso a internet en dispositivos fijos o móviles, municipio de Guanajuato, Gto. • Instrumento de recolección: cuestionarios personalizados y estructurados. • Método de levantamiento: auto aplicación en línea utilizando el modelo de Muestreo Multicuotas Propensity Weighting, que hace énfasis en la calidad de la muestra más que en la cantidad de entrevistas, estableciendo restricciones para garantizar que solo se permita a las personas requeridas participar en cada conglomerado. Para la recolección de entrevistas, se recluta utilizando Real Time Bidding (RTB). • Margen de error: los Estudios Self Selected Sample (SSS) u Opt In son diseños no probabilísticos al no existir un marco de muestreo bien definido. Por lo tanto, para evitar confusiones, no se informa "margen de error" sino en ocasiones una "estimación de error modelada" que se calcula presumiendo que el estudio fue realizado bajo un esquema probabilístico sin estratificación ni conglomeración y que según la Asociación de Investigación de Opinión Pública es una mejor práctica para los Estudios no probabilísticos. • Muestra: 1,000 casos. • Técnica de procesamiento: Statistical Package for the Social Sciences (SPSS®) y Tableau Software®, Flourish® y Microsoft Office® para la tabulación y graficado de los datos. La información se recolectó del 5 al 9 de noviembre del 2020.

Publicación 4. ¿QUIÉN GANA LA ALCALDÍA? *GTO., GUANAJUATO*	
VIII. Principales resultados	<p>De acuerdo con la publicación, los principales resultados son: Si hoy fuera la elección ¿por cuál partido votaría para elegir...? ALCALDE DE *GTO., GUANAJUATO*</p> <ul style="list-style-type: none"> • Partido con más porcentaje: PAN 30.2%, Morena 23.4%, candidatura independiente 6.0%, otro 6.5%, PRI 5.7%, PT 0.6%, Movimiento Ciudadano 1.3%, PRD 1.0%, PVEM 0.1% y personas que no contestaron 25.1%. • Voto según sexo <ul style="list-style-type: none"> - Hombres: PAN 28.0%, Morena 29.0%, otro 5.1% y PRI 8.2%. - Mujeres: PAN 32.1%, Morena 18.4%, otro 7.8% y PRI 3.4%. • Voto según edad <ul style="list-style-type: none"> - Generación Z/Millennials: Morena 31.3%, PAN 17.4%, PRI 5.3% y otro 3.0%. - Generación X: PAN 37.7%, Morena 22.7%, otro 7.2% y PRI 4.6%. - Baby Boomers: PAN 35.0%, otro 9.9%, Morena 14.6% y PRI 7.7%.
IX. Pertenencia a asociaciones del gremio de la opinión pública	<p>Sí, conforme a lo plasmado en su currículum informa ser miembro de las asociaciones: Latinoamericana de Consultores Políticos (ALACOP http://alacoplatam.org) y miembro del Colegio de Investigadores de Mercados y Opinión (CIMO https://cimo.mx/).</p>
X. Formación académica y experiencia profesional del encuestador	<p>De acuerdo con la información proporcionada en la información curricular se destaca lo siguiente:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Carlos Penna Charolet es director general de Grupo RACPEN S.A. de C.V. bajo su marca registrada TRESEARCH, es un ejecutivo en áreas afines al sector público y negocios, mercadólogo y especialista en comunicación política por el ITAM y en negocios por el Tecnológico de Monterrey. Fue coordinador de comunicación del Gobierno de Aguascalientes y participó en papeles clave en CONSULTA MITOFSKY, llegando a ser director general en Centroamérica. Actualmente impulsa el nuevo proyecto de investigación de mercados online (TRearch.Mx), la cual es una de las primeras compañías en implementar la metodología de muestreo Active Sampling vía Real Time Bidding. Ofrece el alcance más amplio en muestras globales disponibles, así como también servicios globales de recolección de datos en línea. Tiene experiencia con medios de comunicación además de contar con clientes como gobiernos, universidades, empresas, consultoras, agencias de publicidad e investigación y marcas globales. Opera en una única plataforma tecnológica integrada que simplifica la entrega de datos, productos y servicios.

Publicación 5. ¿QUIÉN GANA LA ALCALDÍA? *GTO., IRAPUATO*	
I. Patrocinó, solicitó, ordenó y pagó	TRESEARCH
II. Realizó	TRESEARCH
III. Publicó	Grupo RACPEN S.A. de C.V. bajo su marca registrada TRESEARCH
IV. Medio de publicación	Por medio digital en el sitio www.TResearch.mx y las redes sociales de la empresa @TResearchMx https://www.facebook.com/TResearch
V. Original o reproducción	Original
VI. Cumplimiento de criterios científicos	<p>Sí, se verificó con base en la información recibida y se identificó el contenido de los estudios respecto de los elementos que se establecen en los criterios generales de carácter científico aprobados por el INE. La información proporcionada se encontrará disponible en: https://ieeg.mx/preparacion-de-la-eleccion-2020-2021/</p>
VII. Características generales	<p>El estudio se realizó para conocer la opinión ciudadana sobre diversas variables de preferencia y percepción. La encuesta se enfocó en conocer las variaciones en los individuos investigados. Así como conocer las preferencias partidistas para la elección de alcaldía.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Universo: mayores de 18 años residentes en la ubicación del estudio con acceso a internet en dispositivos fijos o móviles, municipio de Irapuato, Gto. • Instrumento de recolección: cuestionarios personalizados y estructurados. • Método de levantamiento: auto aplicación en línea utilizando el modelo de Muestreo Multicuotas Propensity Weighting, que hace énfasis en la calidad de la muestra más que en la cantidad de entrevistas, estableciendo restricciones para garantizar que solo se permita a las personas requeridas participar en cada conglomerado. Para la recolección de entrevistas, se recluta utilizando Real Time Bidding (RTB). • Margen de error: los Estudios Self Selected Sample (SSS) u Opt In son diseños no probabilísticos al no existir un marco de muestreo bien definido. Por lo tanto, para evitar confusiones, no se informa "margen de error" sino en ocasiones una "estimación de error modelada" que se calcula presumiendo que el estudio fue realizado bajo un esquema probabilístico sin estratificación ni conglomeración y que según la Asociación de Investigación de Opinión Pública es una mejor práctica para los Estudios no probabilísticos. • Muestra: 1,000 casos. • Técnica de procesamiento: Statistical Package for the Social Sciences (SPSS®) y Tableau Software®, Flourish® y Microsoft Office® para la tabulación y graficado de los datos. La información se recolectó del 5 al 9 de noviembre del 2020.

Publicación 5. ¿QUIÉN GANA LA ALCALDÍA? *GTO., IRAPUATO*	
VIII. Principales resultados	<p>De acuerdo con la publicación, los principales resultados son: Si hoy fuera la elección ¿por cuál partido votaría para elegir...? ALCALDE DE *GTO., IRAPUATO*</p> <ul style="list-style-type: none"> • Partido con más porcentaje: PAN 31.1%, Morena 21.7%, candidatura independiente 3.3%, otro 9.3%, PRI 4.1%, PT 1.4%, Movimiento Ciudadano 0.8%, PRD 0.6%, PVEM 0.1% y personas que no contestaron 27.5%. • Voto según sexo <ul style="list-style-type: none"> - Hombres: PAN 31.0%, Morena 26.6%, otro 11.0% y PRI 4.3%. - Mujeres: PAN 31.1%, Morena 17.4%, otro 7.8% y PRI 3.9%. • Voto según edad <ul style="list-style-type: none"> - Generación Z/Millennials: Morena 26.3%, PAN 23.7%, PRI 3.5% y otro 6.7%. - Generación X: PAN 38.5%, Morena 22.4%, otro 10.9% y PRI 3.1%. - Baby Boomers: PAN 29.2%, otro 10.3%, Morena 15.2% y PRI 6.1%.
IX. Pertenencia a asociaciones del gremio de la opinión pública	<p>Sí, conforme a lo plasmado en su currículo informa ser miembro de las asociaciones: Latinoamericana de Consultores Políticos (ALACOP http://alacoplatam.org) y miembro del Colegio de Investigadores de Mercados y Opinión (CIMO https://cimo.mx/).</p>
X. Formación académica y experiencia profesional del encuestador	<p>De acuerdo con la información proporcionada en la información curricular se destaca lo siguiente:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Carlos Penna Charolet es director general de Grupo RACPEN S.A. de C.V. bajo su marca registrada TRESEARCH, es un ejecutivo en áreas afines al sector público y negocios, mercadólogo y especialista en comunicación política por el ITAM y en negocios por el Tecnológico de Monterrey. Fue coordinador de comunicación del Gobierno de Aguascalientes y participó en papeles clave en CONSULTA MITOFSKY, llegando a ser director general en Centroamérica. Actualmente impulsa el nuevo proyecto de investigación de mercados online (TResearch.Mx), la cual es una de las primeras compañías en implementar la metodología de muestreo Active Sampling vía Real Time Bidding. Ofrece el alcance más amplio en muestras globales disponibles, así como también servicios globales de recolección de datos en línea. Tiene experiencia con medios de comunicación además de contar con clientes como gobiernos, universidades, empresas, consultoras, agencias de publicidad e investigación y marcas globales. Opera en una única plataforma tecnológica integrada que simplifica la entrega de datos, productos y servicios.

Publicación 6. ¿QUIÉN GANA LA ALCALDÍA? *GTO., LEÓN*	
I. Patrocinó, solicitó, ordenó y pagó	TRESEARCH
II. Realizó	TRESEARCH
III. Publicó	Grupo RACPEN S.A. de C.V. bajo su marca registrada TRESEARCH
IV. Medio de publicación	Por medio digital en el sitio www.TResearch.mx y las redes sociales de la empresa @TResearchMx https://www.facebook.com/TResearch
V. Original o reproducción	Original
VI. Cumplimiento de criterios científicos	<p>Sí, se verificó con base en la información recibida y se identificó el contenido de los estudios respecto de los elementos que se establecen en los criterios generales de carácter científico aprobados por el INE. La información proporcionada se encontrará disponible en: https://ieeg.mx/preparacion-de-la-eleccion-2020-2021/</p>
VII. Características generales	<p>El estudio se realizó para conocer la opinión ciudadana sobre diversas variables de preferencia y percepción. La encuesta se enfocó en conocer las variaciones en los individuos investigados. Así como conocer las preferencias partidistas para la elección de alcaldía.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Universo: mayores de 18 años residentes en la ubicación del estudio con acceso a internet en dispositivos fijos o móviles, municipio de León, Gto. • Instrumento de recolección: cuestionarios personalizados y estructurados. • Método de levantamiento: auto aplicación en línea utilizando el modelo de Muestreo Multicuotas Propensity Weighting, que hace énfasis en la calidad de la muestra más que en la cantidad de entrevistas, estableciendo restricciones para garantizar que solo se permita a las personas requeridas participar en cada conglomerado. Para la recolección de entrevistas, se recluta utilizando Real Time Bidding (RTB). • Margen de error: los Estudios Self Selected Sample (SSS) u Opt In son diseños no probabilísticos al no existir un marco de muestreo bien definido. Por lo tanto, para evitar confusiones, no se informa "margen de error" sino en ocasiones una "estimación de error modelada" que se calcula presumiendo que el estudio fue realizado bajo un esquema probabilístico sin estratificación ni conglomeración y que según la Asociación de Investigación de Opinión Pública es una mejor práctica para los Estudios no probabilísticos. • Muestra: 1,000 casos. • Técnica de procesamiento: Statistical Package for the Social Sciences (SPSS®) y Tableau Software®, Flourish® y Microsoft Office® para la tabulación y graficado de los datos. La información se recolectó del 5 al 9 de noviembre del 2020.

Publicación 6. ¿QUIÉN GANA LA ALCALDÍA? *GTO., LEÓN*	
VIII. Principales resultados	<p>De acuerdo con la publicación, los principales resultados son: Si hoy fuera la elección ¿por cuál partido votaría para elegir...? ALCALDE DE *GTO., LEÓN*</p> <ul style="list-style-type: none"> • Partido con más porcentaje: PAN 43.9%, Morena 15.3%, candidatura independiente 3.4%, otro 8.8%, PRI 2.3%, PT 1.6%, Movimiento Ciudadano 1.6%, PRD 0.3%, PVEM 0.1% y personas que no contestaron 22.6%. • Voto según sexo <ul style="list-style-type: none"> - Hombres: PAN 41.1%, Morena 19.6%, otro 9.9% y PRI 1.9%. - Mujeres: PAN 46.6%, Morena 11.4%, otro 7.8% y PRI 2.6%. • Voto según edad <ul style="list-style-type: none"> - Generación Z/Millennials: Morena 18.4%, PAN 36.9%, PRI 0.3% y otro 8.7%. - Generación X: PAN 45.7%, Morena 18.0%, otro 8.6% y PRI 3.3%. - Baby Boomers: PAN 50.5%, otro 9.3%, Morena 6.4% y PRI 3.2%.
IX. Pertenencia a asociaciones del gremio de la opinión pública	<p>Sí, conforme a lo plasmado en su currículo informa ser miembro de las asociaciones: Latinoamericana de Consultores Políticos (ALACOP http://alacoplatam.org) y miembro del Colegio de Investigadores de Mercados y Opinión (CIMO https://cimo.mx/).</p>
X. Formación académica y experiencia profesional del encuestador	<p>De acuerdo con la información proporcionada en la información curricular se destaca lo siguiente:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Carlos Penna Charolet es director general de Grupo RACPEN S.A. de C.V. bajo su marca registrada TRESEARCH, es un ejecutivo en áreas afines al sector público y negocios, mercadólogo y especialista en comunicación política por el ITAM y en negocios por el Tecnológico de Monterrey. Fue coordinador de comunicación del Gobierno de Aguascalientes y participó en papeles clave en CONSULTA MITOFSKY, llegando a ser director general en Centroamérica. Actualmente impulsa el nuevo proyecto de investigación de mercados online (TRearch.Mx), la cual es una de las primeras compañías en implementar la metodología de muestreo Active Sampling vía Real Time Bidding. Ofrece el alcance más amplio en muestras globales disponibles, así como también servicios globales de recolección de datos en línea. Tiene experiencia con medios de comunicación además de contar con clientes como gobiernos, universidades, empresas, consultoras, agencias de publicidad e investigación y marcas globales. Opera en una única plataforma tecnológica integrada que simplifica la entrega de datos, productos y servicios.

Publicación 7 ¿QUIÉN GANA LA ALCALDÍA? *GTO., SALAMANCA*	
I. Patrocinó, solicitó, ordenó y pagó	TRESEARCH
II. Realizó	TRESEARCH
III. Publicó	Grupo RACPEN S.A. de C.V. bajo su marca registrada TRESEARCH
IV. Medio de publicación	Por medio digital en el sitio www.TResearch.mx y las redes sociales de la empresa @TResearchMx https://www.facebook.com/TResearch
V. Original o reproducción	Original
VI. Cumplimiento de criterios científicos	<p>Sí, se verificó con base en la información recibida y se identificó el contenido de los estudios respecto de los elementos que se establecen en los criterios generales de carácter científico aprobados por el INE. La información proporcionada se encontrará disponible en: https://ieeg.mx/preparacion-de-la-eleccion-2020-2021/</p>
VII. Características generales	<p>El estudio se realizó para conocer la opinión ciudadana sobre diversas variables de preferencia y percepción. La encuesta se enfocó en conocer las variaciones en los individuos investigados. Así como conocer las preferencias partidistas para la elección de alcaldía.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Universo: mayores de 18 años residentes en la ubicación del estudio con acceso a internet en dispositivos fijos o móviles, municipio de Salamanca, Gto. • Instrumento de recolección: cuestionarios personalizados y estructurados. • Método de levantamiento: auto aplicación en línea utilizando el modelo de Muestreo Multicuotas Propensity Weighting, que hace énfasis en la calidad de la muestra más que en la cantidad de entrevistas, estableciendo restricciones para garantizar que solo se permita a las personas requeridas participar en cada conglomerado. Para la recolección de entrevistas, se recluta utilizando Real Time Bidding (RTB). • Margen de error: los Estudios Self Selected Sample (SSS) u Opt In son diseños no probabilísticos al no existir un marco de muestreo bien definido. Por lo tanto, para evitar confusiones, no se informa "margen de error" sino en ocasiones una "estimación de error modelada" que se calcula presumiendo que el estudio fue realizado bajo un esquema probabilístico sin estratificación ni conglomeración y que según la Asociación de Investigación de Opinión Pública es una mejor práctica para los Estudios no probabilísticos. • Muestra: 1,000 casos. • Técnica de procesamiento: Statistical Package for the Social Sciences (SPSS®) y Tableau Software®, Flourish® y Microsoft Office® para la tabulación y graficado de los datos. La información se recolectó del 5 al 9 de noviembre del 2020.

Publicación 7 ¿QUIÉN GANA LA ALCALDÍA? *GTO., SALAMANCA*	
VIII. Principales resultados	<p>De acuerdo con la publicación, los principales resultados son: Si hoy fuera la elección ¿por cuál partido votaría para elegir...? ALCALDE DE *GTO., SALAMANCA*</p> <ul style="list-style-type: none"> • Partido con más porcentaje: PAN 24.5%, Morena 23.9%, candidatura independiente 9.4%, otro 5.6%, PRI 4.2%, PT 1.0%, Movimiento Ciudadano 0.7%, PRD 0.3%, PVEM 0.1% y personas que no contestaron 30.3%. • Voto según sexo <ul style="list-style-type: none"> - Hombres: PAN 20.8%, Morena 38.0%, otro 5.5% y PRI 3.3%. - Mujeres: PAN 27.8%, Morena 11.2%, otro 5.7% y PRI 5.0%. • Voto según edad <ul style="list-style-type: none"> - Generación Z/Millennials: Morena 18.6%, PAN 13.3%, PRI 8.5% y otro 3.0%. - Generación X: PAN 34.6%, Morena 24.9%, otro 6.6% y PRI 3.7%. - Baby Boomers: PAN 21.4%, otro 6.8%, Morena 27.3% y PRI 0.8%.
IX. Pertenencia a asociaciones del gremio de la opinión pública	<p>Sí, conforme a lo plasmado en su currículo informa ser miembro de las asociaciones: Latinoamericana de Consultores Políticos (ALACOP http://alacoplatam.org) y miembro del Colegio de Investigadores de Mercados y Opinión (CIMO https://cimo.mx/).</p>
X. Formación académica y experiencia profesional del encuestador	<p>De acuerdo con la información proporcionada en la información curricular se destaca lo siguiente:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Carlos Penna Charolet es director general de Grupo RACPEN S.A. de C.V. bajo su marca registrada TRESEARCH, es un ejecutivo en áreas afines al sector público y negocios, mercadólogo y especialista en comunicación política por el ITAM y en negocios por el Tecnológico de Monterrey. Fue coordinador de comunicación del Gobierno de Aguascalientes y participó en papeles clave en CONSULTA MITOFSKY, llegando a ser director general en Centroamérica. Actualmente impulsa el nuevo proyecto de investigación de mercados online (TResearch.Mx), la cual es una de las primeras compañías en implementar la metodología de muestreo Active Sampling vía Real Time Bidding. Ofrece el alcance más amplio en muestras globales disponibles, así como también servicios globales de recolección de datos en línea. Tiene experiencia con medios de comunicación además de contar con clientes como gobiernos, universidades, empresas, consultoras, agencias de publicidad e investigación y marcas globales. Opera en una única plataforma tecnológica integrada que simplifica la entrega de datos, productos y servicios.

Publicación 8. INTENCIÓN DEL VOTO PARA ELEGIR AL PRÓXIMO ALCALDE DEL MUNICIPIO DE LEÓN	
I. Patrocinó, solicitó, ordenó y pagó	Massive Caller
II. Realizó	Massive Caller
III. Publicó	Massive Caller
IV. Medio de publicación	Whatsapp, redes sociales (Twitter, Instagram, Facebook)
V. Original o reproducción	Original
VI. Cumplimiento de criterios científicos	Sí, se verificó con base en la información recibida y se identificó el contenido de los estudios respecto de los elementos que se establecen en los criterios generales de carácter científico aprobados por el INE. La información proporcionada se encontrará disponible en: https://ieeg.mx/preparacion-de-la-eleccion-2020-2021/
VII. Características generales	El estudio de opinión se realizó para dar a conocer la intención de voto en la elección de alcalde en el municipio de León, se utilizaron números telefónicos aleatorios pertenecientes a la zona del municipio de León. <ul style="list-style-type: none"> • Universo: ciudadanos adultos (mayores de 18 años) residentes del municipio de León. • Instrumento de recolección: llamadas automáticas de forma aleatoria para números fijos y móviles de la población objetivo. • Método de levantamiento: telefónico. • Margen de error: +/- 4.3 por ciento. • Muestra: 600 muestras, números telefónicos pertenecientes a la región geográfica del municipio. • Nivel de confianza: 95%. • Técnica de procesamiento: Paquete Microsoft Office de Windows y el Software llamado Maria DB. • La información se recolectó el 21 de noviembre de 2020.
VIII. Principales resultados	De acuerdo con la publicación, los principales resultados son: <ul style="list-style-type: none"> • Si hoy fuera la elección para alcalde el partido por el que más votarían es el: <ul style="list-style-type: none"> - PAN con 42.6%, 26.5% son personas que aún no deciden, enseguida es el partido de Morena con 14.0%, la categoría de otro es por 8.7% y el PRI tiene 8.2%. • De las personas que se cree deben ser candidatos para presidente municipal, destacan: <ul style="list-style-type: none"> - por parte del PAN Alejandra Gutiérrez con 20.8%, por el PRI Danny Méndez con 26.7% y por Morena Martha Lucía Micher Camarena con 35.9%.
IX. Pertenencia a asociaciones del gremio de la opinión pública	No aplica.

Publicación 8. INTENCIÓN DEL VOTO PARA ELEGIR AL PRÓXIMO ALCALDE DEL MUNICIPIO DE LEÓN

X. Formación académica y experiencia profesional del encuestador

De acuerdo con la información proporcionada en la información curricular se destaca lo siguiente:

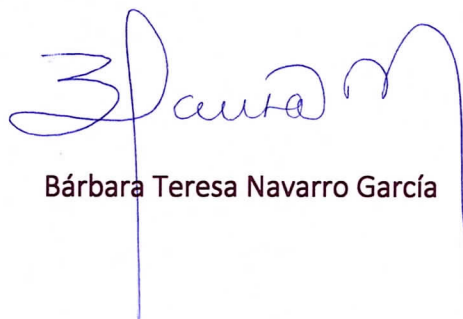
- José Carlos Campos Riojas es fundador de Massive Caller, casa encuestadora que utiliza una herramienta que le permite medir la opinión pública sobre cualquier tema de dominio general de manera rápida y confiable. Dicha empresa es líder en sondeos de opinión pública.

Ha recibido premios como “Reed Latino Awards” por el mejor uso de call center en campaña electoral y como la mejor aplicación de innovación digital implementada a una campana electoral. Han elaborado encuestas telefónicas electorales de varios estados de la república mexicana.

3.3 Listado de requerimientos

No fue necesario emitir requerimientos.

Guanajuato, Guanajuato, 25 de noviembre de 2020.
SECRETARIA EJECUTIVA



Bárbara Teresa Navarro García