

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

DEL 27 FEBRERO AL 26 DE MARZO DE 2021

SECRETARÍA EJECUTIVA

Carretera Guanajuato-Puentecillas km 2+767
Col. Puentecillas. C.P. 36263 Guanajuato, Gto.
Tel.: (473) 735-3000.

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)	5
2.4 Ley de Instituciones y Procedimientos Electorales para el Estado de Guanajuato (LIPEEG)	6
2.5 Información en materia de encuestas electorales y sondeos de opinión.	7
3. Informe de cumplimiento del IEEG	7
3.1 Listado y cantidad de las encuestas publicadas	7
3.2 Información de las encuestas o estudios	8
3.3 Listado de requerimientos	16

1. Introducción

El 7 de septiembre del 2020 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 **23 de enero al 26 de febrero 2021**. 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	06-mar-2021	León	Whatsapp y redes sociales (Twitter, Instagram y Facebook)	Massive Caller S.A. de C.V.	No aplica	No aplica
2	08-mar-2021	Celaya	Whatsapp y redes sociales (Twitter, Instagram y Facebook)	Massive Caller S.A. de C.V.	No aplica	No aplica
3	16-mar-2021	Irapuato	Whatsapp y redes sociales (Twitter, Instagram y Facebook)	Massive Caller S.A. de C.V.	No aplica	No aplica
4	16-mar-2021	Irapuato	Periódico Correo	Tag Strategy Partners S.C. /Tag Research	Local	1, 14 y 15

3.2 Información de las encuestas o estudios

Respecto de la información recibida, se identifica lo siguiente:

Publicación 1. Intención del voto para elegir a la próxima presidenta o presidente municipal de León	
I. Patrocinó, solicitó, ordenó y pagó	Massive Caller S.A. de C.V.
II. Realizó	Massive Caller S.A. de C.V.
III. Publicó	Massive Caller S.A. de C.V.
IV. Medio de publicación	Whatsapp, redes sociales (Twitter, Instagram y Facebook)
V. Original o reproducción	De acuerdo con los Criterios para el monitoreo de publicaciones en materia de encuestas, sondeos, conteos rápidos, y encuestas de salida sobre preferencias electorales en medios impresos, esta publicación se clasifica como original puesto que da a conocer resultados de preferencias electorales que se publican por primera vez en medios impresos.

Publicación 1. Intención del voto para elegir a la próxima presidenta o presidente municipal de León

<p>VI. Cumplimiento de criterios científicos</p>	<p>Se cumple con todos los criterios, 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.</p> <p>La información proporcionada se encuentra disponible en:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Hipervínculo a la información recibida: https://ieeg.mx/documentos/encuesta-leon-massive-caller-060321-pdf/ • Hipervínculo a la base de datos: https://ieeg.mx/documentos/bd-encuesta-leon-massive-caller-060321-xlsx/
<p>VII. Características generales</p>	<p>El estudio de opinión se realizó para dar a conocer la intención de voto para elegir alcalde en el municipio de León. Se utilizaron números telefónicos aleatorios pertenecientes a la región geográfica del municipio.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Universo: ciudadano adultos (mayores de 18 años) residentes del Municipio. • Instrumento de recolección: llamada telefónica automáticas de forma aleatoria para números fijos y móviles de la población objetivo donde se realizan preguntas grabadas y la persona contesta por medio de su teclado telefónico. • Método de levantamiento: telefónico. • Margen de error: +/-4.3%. • Nivel de confianza 95%. • Técnica de procesamiento: Paquete Microsoft Office de Windows y el Software llamado María DB. • Muestra: 600 muestras, números telefónicos pertenecientes a la región geográfica del municipio. • El estudio se realizó el 6 de marzo de 2021.
<p>VIII. Principales resultados</p>	<p>De acuerdo con información remitida por la encuestadora, los principales resultados publicados son:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Preferencias por partidos: PAN encabeza la ventaja con 47.0%, MORENA la segunda con 27.7%, PRI con 6.7%, Movimiento Ciudadano con 3.3%, PVEM 1.0%, PRD 0.7% y existe un 11.0% que aún no decide. • En cuanto a candidatos, la candidata del PAN encabeza la encuesta con 47.1% y el segundo candidato es de MORENA con 25.3%, posteriormente el PRI, MC, PVEM y PRD.

Publicación 1. Intención del voto para elegir a la próxima presidenta o presidente municipal de León

IX. Pertenencia a asociaciones del gremio de la opinión pública	De acuerdo con la información recibida, no hace referencia.
X. Formación académica y experiencia profesional del encuestador	De acuerdo con la información recibida, en la información curricular se destaca lo siguiente: <ul style="list-style-type: none"> • José Carlos Campos Riojas es fundador de Massive Caller, casa encuestadora que utiliza una innovadora herramienta que le permite medir la opinión pública sobre cualquier tema de dominio general de manera rápida y confiable. 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. Ha participado en mediciones en países como Brasil, España, Perú y Argentina logrando internacionalizar su método y prestigio.

Publicación 2. Intención del voto para elegir al próxima presidenta o presidente municipal de Celaya

I. Patrocinó, solicitó, ordenó y pagó	Massive Caller S.A. de C.V.
II. Realizó	Massive Caller S.A. de C.V.
III. Publicó	Massive Caller S.A. de C.V.
IV. Medio de publicación	Whatsapp, redes sociales (Twitter, Instagram y Facebook)
V. Original o reproducción	De acuerdo con los Criterios para el monitoreo de publicaciones en materia de encuestas, sondeos, conteos rápidos, y encuestas de salida sobre preferencias electorales en medios impresos, esta publicación se clasifica como original puesto que da a conocer resultados de preferencias electorales que se publican por primera vez en medios impresos.
VI. Cumplimiento de criterios científicos	Se cumple con todos los criterios, 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 encuentra disponible en:

Publicación 2. Intención del voto para elegir al próxima presidenta o presidente municipal de Celaya

	<ul style="list-style-type: none"> • Hipervínculo a la información recibida: https://ieeg.mx/documentos/encuesta-celaya-massive-caller-080321-pdf/ • Hipervínculo a la base de datos: https://ieeg.mx/documentos/bd-encuesta-celaya-massive-caller-080321-xlsx/
VII. Características generales	<p>El estudio de opinión se realizó para dar a conocer la intención de voto en la elección de la próxima presidenta o presidente Municipal de Celaya, se utilizaron números telefónicos aleatorios pertenecientes a la región geográfica del municipio.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Universo: ciudadanos adultos (mayores de 18 años) residentes en Celaya. • Instrumento de recolección: llamadas automáticas de forma aleatoria para números fijos y móviles de la población objetivo (hombres y mujeres mayores de 18 años) donde se realizan preguntas grabadas y la persona contesta por medio de su teclado telefónico. • 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 8 de marzo de 2021.
VIII. Principales resultados	<p>De acuerdo con la información recibida, los principales resultados son:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Si hoy fuera la elección para elegir presidenta o presidente municipal el partido por el que más votarían es: PAN con 33.7%, MORENA con 31.7%, PRI con 12.3%, MC y PVEM con 3.0%, RSP con 1.0%, Fuerza México con el 0.3% y existe un 15.0% que aún no decide. • Si hoy fuera la elección para elegir presidenta o presidente municipal en Celaya, el partido o candidato por el que votarían sería: por parte del PAN Francisco Javier Mendoza Márquez con 34.3%, por MORENA Antonio Chaurand Sorzano con 26.7%, por el PRI Francisco Javier Contreras Ramírez con 12.4%, por MC Luis Guillermo Ortiz Alva con 5.6%, PVEM Carlos Trejo Díaz con 3.2%, RSP Leopoldo Mireles Durán con 0.8%, PxM Leonardo Gutiérrez Silva con 0.4%, otro 3.5% y 13.1% aún no decide.

Publicación 2. Intención del voto para elegir al próxima presidenta o presidente municipal de Celaya

IX. Pertenencia a asociaciones del gremio de la opinión pública	De acuerdo con la información recibida, no hace referencia.
X. Formación académica y experiencia profesional del encuestador	De acuerdo con la información proporcionada, en la información curricular se destaca lo siguiente: <ul style="list-style-type: none"> • José Carlos Campos Riojas es fundador de Massive Caller, casa encuestadora que utiliza una innovadora herramienta que le permite medir la opinión pública sobre cualquier tema de dominio general de manera rápida y confiable. 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. Ha participado en mediciones en países como Brasil, España, Perú y Argentina logrando internacionalizar su método y prestigio.

Publicación 3. Intención del voto para elegir al próxima presidenta o presidente municipal de Irapuato

I. Patrocinó, solicitó, ordenó y pagó	Massive Caller S.A. de C.V.
II. Realizó	Massive Caller S.A. de C.V.
III. Publicó	Massive Caller S.A. de C.V.
IV. Medio de publicación	Whatsapp, redes sociales (Twitter, Instagram y Facebook)
V. Original o reproducción	De acuerdo con los Criterios para el monitoreo de publicaciones en materia de encuestas, sondeos, conteos rápidos, y encuestas de salida sobre preferencias electorales en medios impresos, esta publicación se clasifica como original puesto que da a conocer resultados de preferencias electorales que se publican por primera vez en medios impresos.
VI. Cumplimiento de criterios científicos	Se cumple con todos los criterios, 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 encuentra disponible en:

Publicación 3. Intención del voto para elegir al próxima presidenta o presidente municipal de Irapuato

	<ul style="list-style-type: none"> Hipervínculo a la información recibida: https://ieeg.mx/documentos/encuesta-irapuato-massive-caller-140321-pdf/ Hipervínculo a la base de datos: https://ieeg.mx/documentos/bd-encuesta-irapuato-massive-caller-140321-xlsx/
VII. Características generales	<p>El estudio de opinión se realizó para dar a conocer la intención de voto en la elección de la próxima presidenta o presidente Municipal de Irapuato, se utilizaron números telefónicos aleatorios pertenecientes a la región geográfica del municipio.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Universo: ciudadanos adultos (mayores de 18 años) residentes en Irapuato. • Instrumento de recolección: llamadas automáticas de forma aleatoria. • 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 13 de marzo de 2021.
VIII. Principales resultados	<p>De acuerdo con la información recibida, los principales resultados son:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Si hoy fuera la elección para elegir presidenta o presidente municipal el partido por el que más votarían es: PAN 35.0%, Morena 32.2%, Independiente 8.7%, PRI 6.8%, MC 3.0% y PRD 0.8%. • Si hoy fuera la elección para elegir presidenta o presidente municipal en Irapuato, el partido o candidato por el que votarían sería: Lorena Alfaro García PAN 37.2%, Gerardo Zavala Procell Morena 24.5%, Karen Guerra Ramírez PRI 8.9%, Francisco Martínez Arredondo MC 6.0%, Lupita Solís PRD 1.9%, otro 7.6% y aún no dedice 8.9%.
IX. Pertenencia a asociaciones del gremio de la opinión pública	De acuerdo con la información recibida, no hace referencia.
X. Formación académica y experiencia profesional del encuestador	De acuerdo con la información proporcionada, en la información curricular se destaca lo siguiente:

Publicación 3. Intención del voto para elegir al próxima presidenta o presidente municipal de Irapuato

	<p>• José Carlos Campos Riojas es fundador de Massive Caller, casa encuestadora que utiliza una innovadora herramienta que le permite medir la opinión pública sobre cualquier tema de dominio general de manera rápida y confiable.</p> <p>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. Ha participado en mediciones en países como Brasil, España, Perú y Argentina logrando internacionalizar su método y prestigio.</p>
--	--

Publicación 4. Crece ventaja del PAN para ganar Irapuato. Amplía PAN ventaja para ganar el Irapuato

I. Patrocinó, solicitó, ordenó y pagó	Periódico Correo, diario publicado y distribuido por VIMARSA, S.A. de C.V.
II. Realizó	Tag Strategy Partners S.C.
III. Publicó	Periódico Correo, diario publicado y distribuido por VIMARSA, S.A. de C.V.
IV. Medio de publicación	Periódico Correo, diario publicado y distribuido por VIMARSA, S.A. DE C.V.
V. Original o reproducción	De acuerdo con los Criterios para el monitoreo de publicaciones en materia de encuestas, sondeos, conteos rápidos, y encuestas de salida sobre preferencias electorales en medios impresos, esta publicación se clasifica como original puesto que da a conocer resultados de preferencias electorales que se publican por primera vez en medios impresos.
VI. Cumplimiento de criterios científicos	<p>Se cumple con todos los criterios, 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.</p> <p>La información proporcionada se encuentra disponible en:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Hipervínculo a la información recibida: https://ieeg.mx/documentos/encuesta-irapuato-correo-tag-research-160321-pdf/ • Hipervínculo a la base de datos: https://ieeg.mx/documentos/bd-encuesta-irapuato-correo-tag-research-160321-xlsx/

Publicación 4. Crece ventaja del PAN para ganar Irapuato. Amplía PAN ventaja para ganar el Irapuato

<p>VII. Características generales</p>	<p>El estudio de opinión se realizó para dar a conocer la opinión ciudadana sobre sus preferencias políticas en el Municipio de Irapuato al momento de la aplicación de la encuesta.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Población objetivo: mexicanos mayores de 18 años con residencia electoral en el municipio de Irapuato y con credencial de votar vigente al momento de la entrevista. • Instrumento de recolección: 600 entrevistas, a través de dispositivos electrónicos tabletas las cuales tenían el cuestionario cargado en un sistema de procesamiento. • Método de levantamiento: cara a cara en el domicilio de cada entrevistado. • Sistema de sorteo: muestreo probabilístico polietápico. Las secciones electorales se seleccionaron de manera aleatoria simple. • Margen de error: $\pm 4.00\%$ • Taza de rechazo: 34.98% • Nivel de confianza 95% • Técnica de procesamiento: procesada y analizada en sistema SPSS. • Muestra: 600 encuestas en vivienda <p>Las fechas de realización del estudio fueron del 28 al 30 de enero del 2021.</p>
<p>VIII. Principales resultados</p>	<p>De acuerdo con la información recibida, los principales resultados son:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Preferencias en contienda por la presidencia municipal: PAN 34.86%, PRI 12.80%, PPRD 3.56%, PT 2.24%, PVEM 1.32%, MC 0.26%, Morena 15.52%, Independiente 2.35%, No sabe 18.42% y ninguno 8.49%. • Preferencias electorales para presidente municipal (Brutas) comparativo enero-marzo: PAN 23.60% a 34.86%, PRI 7.30% a 12.80%, PRD 0.40% a 3.56%, PT 0.00% a 2.24%, PVEM 2.50% a 1.32%, MC 0.10% a 0.26%, Morena 16.30% a 15.52%, Independiente 4.40% a 2.35%, No sabe 38.90% a 18.42% y ninguna 6.40% a 8.49%. • Conocimiento de precandidatos (con ayuda): Lorena Alfaro García 77.4%, Karen Guerra Ramírez 26.1%, Guadalupe Solís 26.1%, Gerardo Zavala 30.2%, Francisco Martínez 18.0%, Ricardo Castro 25.7% y Víctor Saavedra 37.5%. • Percepción del ganador de la elección a presidente municipal (enero-marzo): PAN 36.3% a 51.9%, PRI 5.3% a 6.9%, Morena

Publicación 4. Crece ventaja del PAN para ganar Irapuato. Amplía PAN ventaja para ganar el Irapuato

	7.5% a 8.2%, Independiente 1.3% a 1.6% a 1.3%, resto 13.0% a 11.8% y no sabe 11.8% a 18.3%.
IX. Pertenencia a asociaciones del gremio de la opinión pública	De acuerdo con la información recibida, es una empresa afiliada a la Asociación Mexicana de Agencias de Inteligencia de Mercado (AMAI).
X. Formación académica y experiencia profesional del encuestador	De acuerdo con la información proporcionada en la información curricular se destaca lo siguiente: <ul style="list-style-type: none"> • Empresa con 20 años de experiencia en la investigación de mercados. Actualmente rankeada por la revista especializada Merca2.0 como una de las empresas más importantes del país. • El responsable del diseño y realización de la encuesta es Daniel Aguilar, con maestría en Marketing Estratégico por la Universidad Iberoamericana de León, es licenciado en Economía por el Tecnológico de Monterrey, Campus Monterrey. • Ha dirigido y coordinado más de 1,500 estudios de opinión pública e investigaciones de mercado tanto en México con en otros países como Colombia, Argentina, Estados Unidos entre otros.

3.3 Listado de requerimientos

No fue necesario emitir requerimientos.

Guanajuato, Guanajuato, 29 de marzo de 2021.



Indira Rodríguez Ramírez
Secretaria Ejecutiva