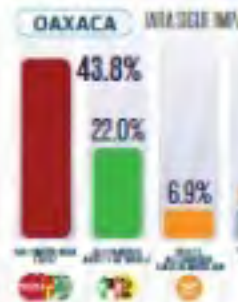
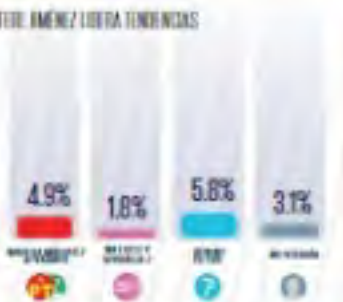


LA ELECCIÓN DE GOBERNADOR SERÁ EL 5 DE JUNIO DE 2022. ¿SI HOY FUERA LA ELECCIÓN POR QUIÉN VOTARÍA?



La difusión de TV, radio y redes sociales de los partidos políticos, así como la difusión de los candidatos, serán medidos en una encuesta.

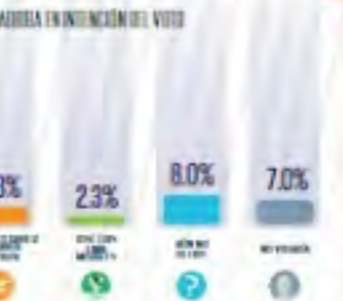
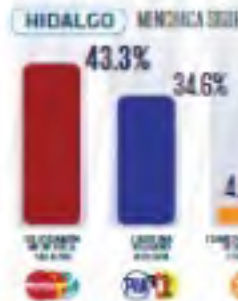
¿CÓMO SE MEDIRÁ LA DIFUSIÓN EN CANCHA ELECTORAL?
Se medirá la difusión de los partidos políticos y de los candidatos en una encuesta que se realizará el día de hoy.



RUTA 2022

POSICIÓN CONTINÚA AL FRENTE EN HIDALGO, OAXACA, Q. ROO Y TAMAULIPAS. EL PAN LIDERA EN AGUASCALIENTES, Y EN DURANGO SIGUIEN MUY CERRADAS LAS TENDENCIAS

H



Se publica en la revista y se publica en la revista, se publica en la revista y se publica en la revista.

¿CÓMO SE MEDIRÁ LA DIFUSIÓN EN CANCHA ELECTORAL?
Se medirá la difusión de los partidos políticos y de los candidatos en una encuesta que se realizará el día de hoy.

La difusión de TV, radio y redes sociales de los partidos políticos, así como la difusión de los candidatos, serán medidos en una encuesta.

La difusión de TV, radio y redes sociales de los partidos políticos, así como la difusión de los candidatos, serán medidos en una encuesta.

El día de hoy se publica en la revista y se publica en la revista, se publica en la revista y se publica en la revista.

2E/3E

H

MÉTRICO

El día de hoy se publica en la revista y se publica en la revista, se publica en la revista y se publica en la revista.

El día de hoy se publica en la revista y se publica en la revista, se publica en la revista y se publica en la revista.

Ciudad de México a 27 de abril de 2022.

Mtro. Uriel Lugo Huerta
Secretaría ejecutiva
Instituto Estatal Electoral de Hidalgo
Boulevard Everardo Márquez #115, Ex-Hacienda de Coscotitlán, Pachuca de Soto
Hidalgo, C.P. 42064
Presente

Adrián Laris Casas, en mi calidad de apoderado de la empresa GA Radiocomunicaciones, S.A. de C.V., personalidad que acredito con la escritura pública 10,802 del 22 de noviembre de 2019, otorgada ante la fe del Lic. José Manuel Gómez del Campo Gurza, titular de la Notaría Pública 149, Estado de México, vengo a presentar el informe de la **ENCUESTA DE PREFERENCIAS ELECTORALES POR CANDIDATO EN EL ESTADO DE HIDALGO** difundida el 25 de abril de 2022 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 candidato, para GOBERNADOR de HIDALGO de junio 2022.

2.-MARCO MUESTRAL

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

3.-DISEÑO MUESTRAL

a) Definición de la población objetivo:

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

b) Procedimiento de selección de unidades

Muestra representativa de un universo de teléfonos en HIDALGO.

c) Procedimiento de estimación

- Para determinar la estimación de las preferencias por electorales se utilizó una pregunta que corresponde al escenario más probable,

Pregunta:

La elección de gobernador será el 5 de junio de 2022.

¿Si hoy fuera la elección por quién votaría?/ Se leyeron opciones.

Los resultados publicados de la encuesta reflejan la estimación total del voto por candidato considerando la proporción de personas que no declaró su preferencia, que respondió que "aún no decide" y "no votaría".

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 “aún no decide” y los que manifiestan que no piensan votar.

En la pregunta electoral se preguntó, además de las preferencias por candidato las opciones de “aún no decide” y “no votaría”.

g) Tasa de rechazo general de la entrevista.

Se hicieron 18491 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 19 y 20 de abril EN EL ESTADO DE HIDALGO, 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:

La elección de gobernador será el 5 de junio de 2022.

¿Si hoy fuera la elección por quién 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 HIDALGO 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 25 de abril, en un programa transmitido en El Heraldo TV, El Heraldo Radio, y publicados en la edición del periódico El Heraldo, que puede consultarse en esta liga:

<https://heraldodemexico.com.mx/elecciones/2022/4/25/elecciones-mexico-2022-candidatos-aceleran-paso-398707.html>

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

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, alcaldía 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 \$139,200 (Ciento treinta y nueve mil doscientos 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
El Heraldo de México
GA Radiocomunicaciones, S.A. de C.V.



Adrián Laris Casas
Apoderado legal

Ciudad de México a 27 de abril de 2022.

Mtro. Uriel Lugo Huerta
Secretaría ejecutiva
Instituto Estatal Electoral de Hidalgo
Boulevard Everardo Márquez #115, Ex-Hacienda de Coscotitlán, Pachuca de Soto
Hidalgo, C.P. 42064
Presente

Juan Carlos Celayeta Martínez, en mi calidad de apoderado de la empresa Operadora y Administradora de Información y Editorial, S.A. de C.V., personalidad que acredito con la escritura pública 10,790 del 15 de noviembre de 2019, otorgada ante la fe del Lic. José Manuel Gómez del Campo Gurza, titular de la Notaría Pública 149, Estado de México, vengo a presentar el informe de la **ENCUESTA DE PREFERENCIAS ELECTORALES POR CANDIDATO EN EL ESTADO DE HIDALGO** difundida el 25 de abril de 2022 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 candidato, para GOBERNADOR de HIDALGO de junio 2022.

2.-MARCO MUESTRAL

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

3.-DISEÑO MUESTRAL

a) Definición de la población objetivo:

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

b) Procedimiento de selección de unidades

Muestra representativa de un universo de teléfonos en HIDALGO.

c) Procedimiento de estimación

- Para determinar la estimación de las preferencias por electorales se utilizó una pregunta que corresponde al escenario más probable.

Pregunta:

La elección de gobernador será el 5 de junio de 2022.

¿Si hoy fuera la elección por quién votaría?/ Se leyeron opciones.

Los resultados publicados de la encuesta reflejan la estimación total del voto por candidato considerando la proporción de personas que no declaró su preferencia, que respondió que “aún no decide” y “no votaría”.

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 “aún no decide” y los que manifiestan que no piensan votar.

En la pregunta electoral se preguntó, además de las preferencias por candidato las opciones de “aún no decide” y “no votaría”.

g) Tasa de rechazo general de la entrevista.

Se hicieron 18491 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 19 y 20 de abril EN EL ESTADO DE HIDALGO, 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:

La elección de gobernador será el 5 de junio de 2022.

¿Si hoy fuera la elección por quién 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 HIDALGO 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 25 de abril, en un programa transmitido en El Heraldo TV, El Heraldo Radio, y publicados en la edición del periódico El Heraldo, que puede consultarse en esta liga:

<https://heraldodemexico.com.mx/elecciones/2022/4/25/elecciones-mexico-2022-candidatos-aceleran-paso-398707.html>

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

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, alcaldía 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 \$139,200 (Ciento treinta y nueve mil doscientos 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
El Heraldo de México
Operadora y Administradora de Información y Editorial, S.A. de C.V.



Lic. Juan Carlos Celayeta Martínez
Apoderado legal

Ciudad de México a 27 de abril de 2022.

Mtro. Uriel Lugo Huerta
Secretaría ejecutiva
Instituto Estatal Electoral de Hidalgo
Boulevard Everardo Márquez #115, Ex-Hacienda de Coscotitlán, Pachuca de Soto
Hidalgo, C.P. 42064
Presente

Juan Carlos Celayeta Martínez, en mi calidad de apoderado de la empresa R.R. Televisión y Valores para la Innovación, S.A. de C.V., personalidad que acredito con la escritura pública 101,203 del 23 de marzo de 2021, otorgada ante la fe del Lic. Francisco Talavera Autrique, titular de la Notaría Pública 221, de la Ciudad de México, vengo a presentar el informe de la **ENCUESTA DE PREFERENCIAS ELECTORALES POR CANDIDATO EN EL ESTADO DE HIDALGO** difundida el 25 de abril de 2022 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 candidato para GOBERNADOR de HIDALGO de junio 2022.

2.-MARCO MUESTRAL

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

3.-DISEÑO MUESTRAL

a) Definición de la población objetivo:

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

b) Procedimiento de selección de unidades

Muestra representativa de un universo de teléfonos en HIDALGO.

c) Procedimiento de estimación

- Para determinar la estimación de las preferencias por electorales se utilizó una pregunta que corresponde al escenario más probable.

Pregunta:

La elección de gobernador será el 5 de junio de 2022.

¿Si hoy fuera la elección por quién votaría?/ Se leyeron opciones.

Los resultados publicados de la encuesta reflejan la estimación total del voto por candidato considerando la proporción de personas que no declaró su preferencia, que respondió que “aún no decide” y “no votaría”.

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 “aún no decide” y los que manifiestan que no piensan votar.

En la pregunta electoral se preguntó, además de las preferencias por candidato las opciones de “aún no decide” y “no votaría”.

g) Tasa de rechazo general de la entrevista.

Se hicieron 18491 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 19 y 20 de abril EN EL ESTADO DE HIDALGO, 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:

La elección de gobernador será el 5 de junio de 2022.

¿Si hoy fuera la elección por quién 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 HIDALGO 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 25 de abril, en un programa transmitido en El Heraldo TV, El Heraldo Radio, y publicados en la edición del periódico El Heraldo, que puede consultarse en esta liga:

<https://heraldodemexico.com.mx/elecciones/2022/4/25/elecciones-mexico-2022-candidatos-aceleran-paso-398707.html>

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

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, alcaldía 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 \$139,200 (Ciento treinta y nueve mil doscientos 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
El Heraldo de México
R.R. Televisión y Valores para la Innovación, S.A. de C.V.



Lic. Juan Carlos Celayeta Martínez
Apoderado legal