

JUL/22 | ASÍ VAN 2024



CIUDAD DE MÉXICO

RUMBO A LA GUBERNATURA

ASÍ VAN
2024

TRResearch

CARLOS PENNA CHAROLET
Director General | TRResearch
<https://wa.me/524499193645>

www.TRResearch.Mx | Número de registro nacional de Proveedor INE: 202000411018934 |



GreenBook
BLOG



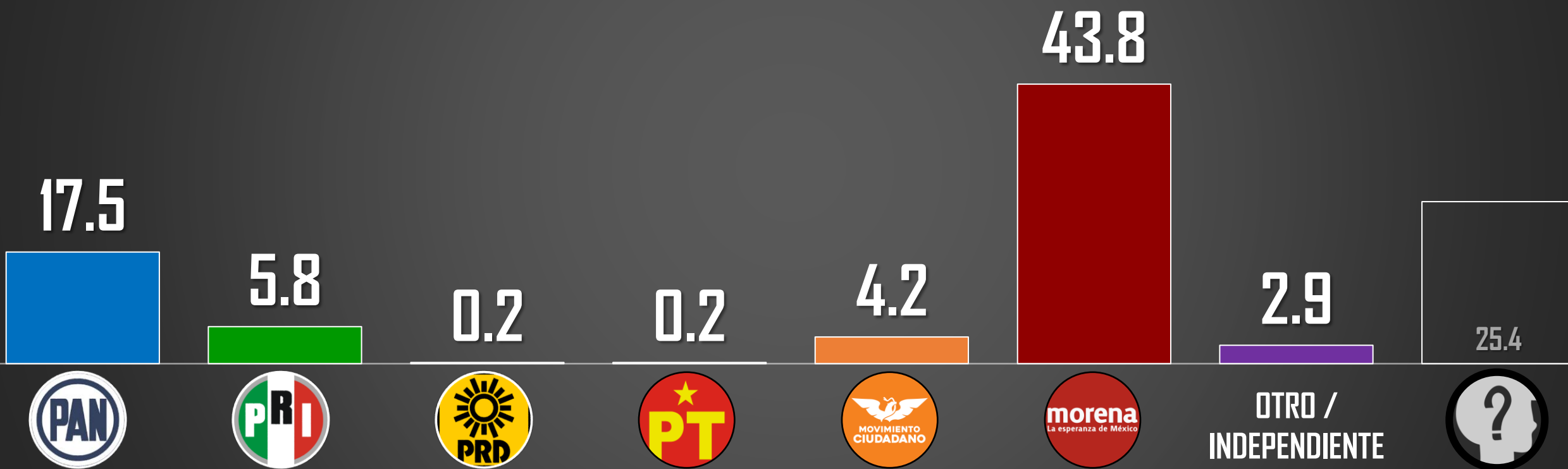
TRUSTe



ACCREDITED
BUSINESS



SI EL DÍA DE HOY FUERA LA ELECCIÓN PARA JEFE DE GOBIERNO,
¿POR CUÁL PARTIDO VOTARÍA USTED?



RANKING		% QUE LO CONOCE	BUENA	REGULAR	MALA	N.C.	SALDO DE OPINIÓN
1	MARGARITA ZAVALA	78	19	12	47	22	-28
2	LILLY TÉLLEZ	75	21	16	38	25	-17
3	HUGO LÓPEZ GATELL	72	32	10	31	28	1
4	RICARDO MONREAL	68	5	41	22	32	-16
5	MARIO DELGADO	66	6	27	34	34	-27
6	XÓCHITL GÁLVEZ	62	19	9	34	38	-15
7	OMAR GARCÍA HARFUCH	61	33	17	11	39	22
8	MARTÍ BATRES	56	11	24	21	44	-9
9	SANDRA CUEVAS	56	6	7	42	44	-36
10	SANTIAGO TABOADA	49	11	14	24	51	-13
11	ENRIQUE DE LA MADRID	47	11	14	22	53	-11
12	CLARA BRUGADA	46	17	11	18	54	-2
13	LIA LIMÓN	42	8	12	22	58	-13
14	SALOMÓN CHERTORIVSKI	40	5	14	22	60	-17
15	ROSA ICELA RODRÍGUEZ	37	9	15	13	63	-4
16	MARIANA GÓMEZ DEL CAMPO	37	4	6	27	63	-23
17	AMÉRICA RANGEL	35	2	3	30	65	-27
18	JORGE ROMERO	25	3	5	17	75	-15
19	MAURICIO TABE	20	6	6	8	80	-2
20	NORA ARIAS CONTRERAS	19	1	2	16	81	-15
21	ADRIÁN RUVALCABA	18	3	9	6	82	-3

HOMBRES MÁS CONOCIDOS

HUGO LÓPEZ
GATELL

72

RICARDO
MONREAL

68

MARIO
DELGADO

66

MUJERES MÁS CONOCIDAS

MARGARITA
ZAVALA

78

LILLY TÉLLEZ

75

XÓCHITL GÁLVEZ

72

HOMBRES MÁS QUERIDOS

MUJERES MÁS QUERIDAS

OMAR GARCÍA
HARFUCH

33

HUGO LÓPEZ
GATELL

32

MARTÍ BATRES

11

LILLY TÉLLEZ

21

XÓCHITL GÁLVEZ

19

MARGARITA
ZAVALA

19



HOMBRES MÁS ODIADOS

MARIO DELGADO

34

HUGO LÓPEZ
GATELL

31

SANTIAGO
TABOADA

24

MUJERES MÁS ODIADAS

MARGARITA
ZAVALA

47

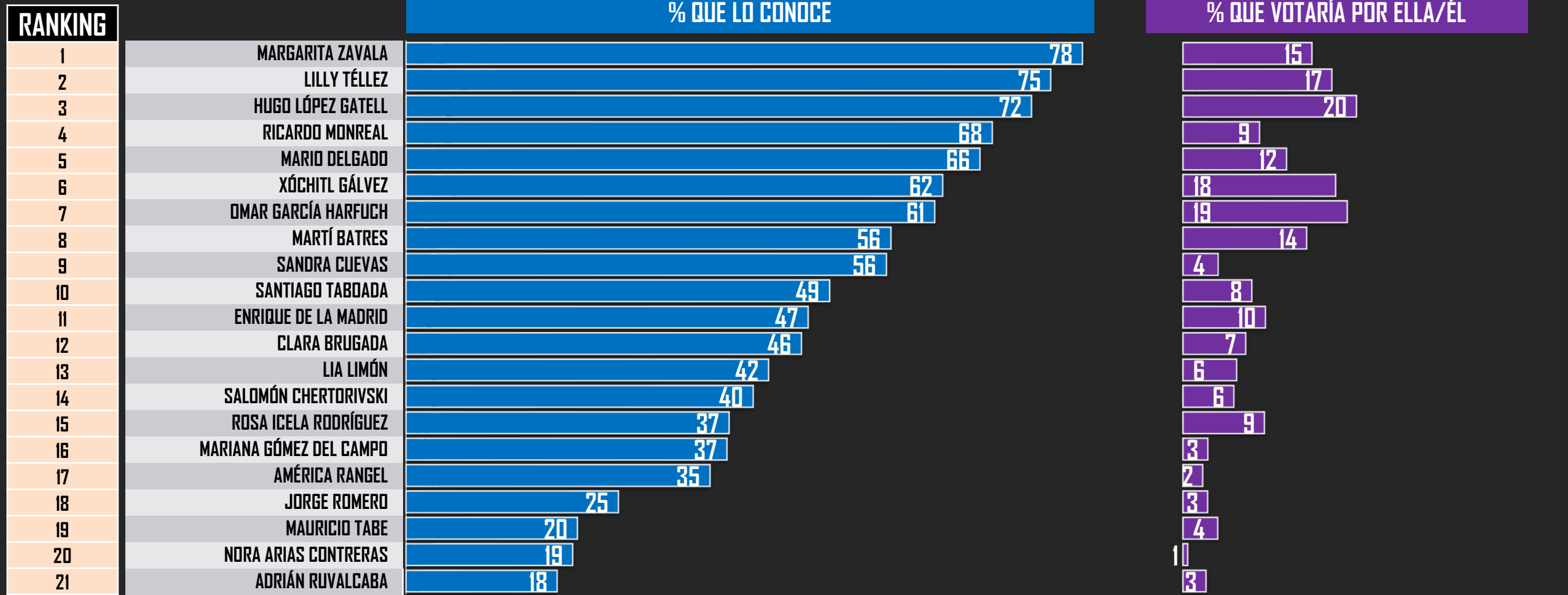
SANDRA CUEVAS

42

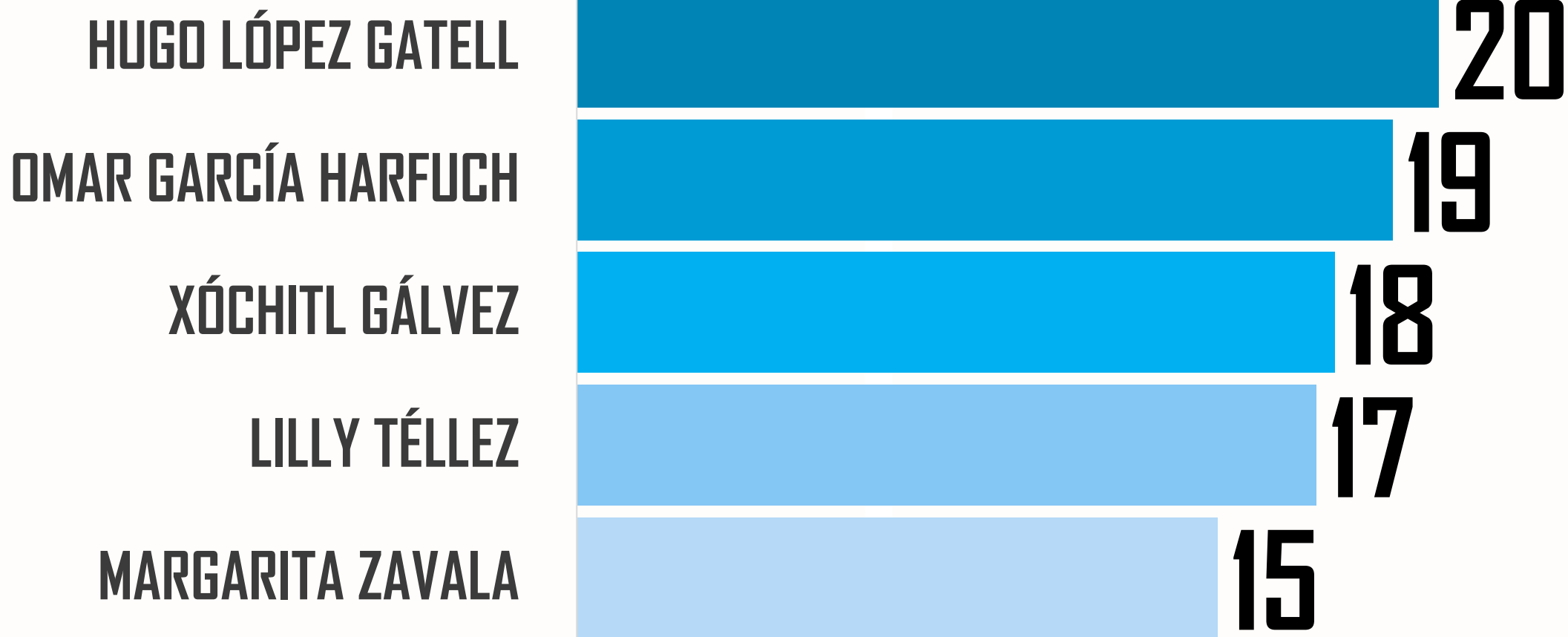
LILLY TÉLLEZ

38



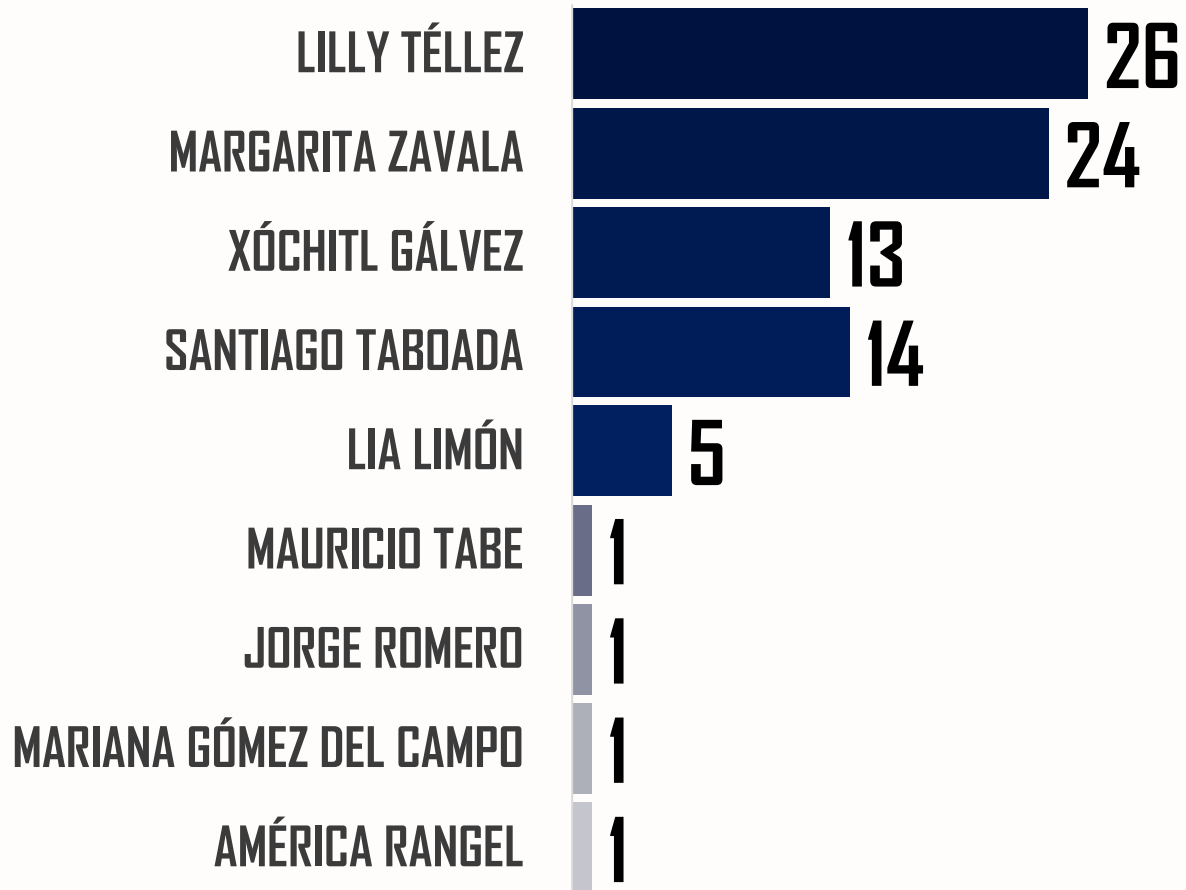


% DE DISPOSICIÓN A VOTAR POR...

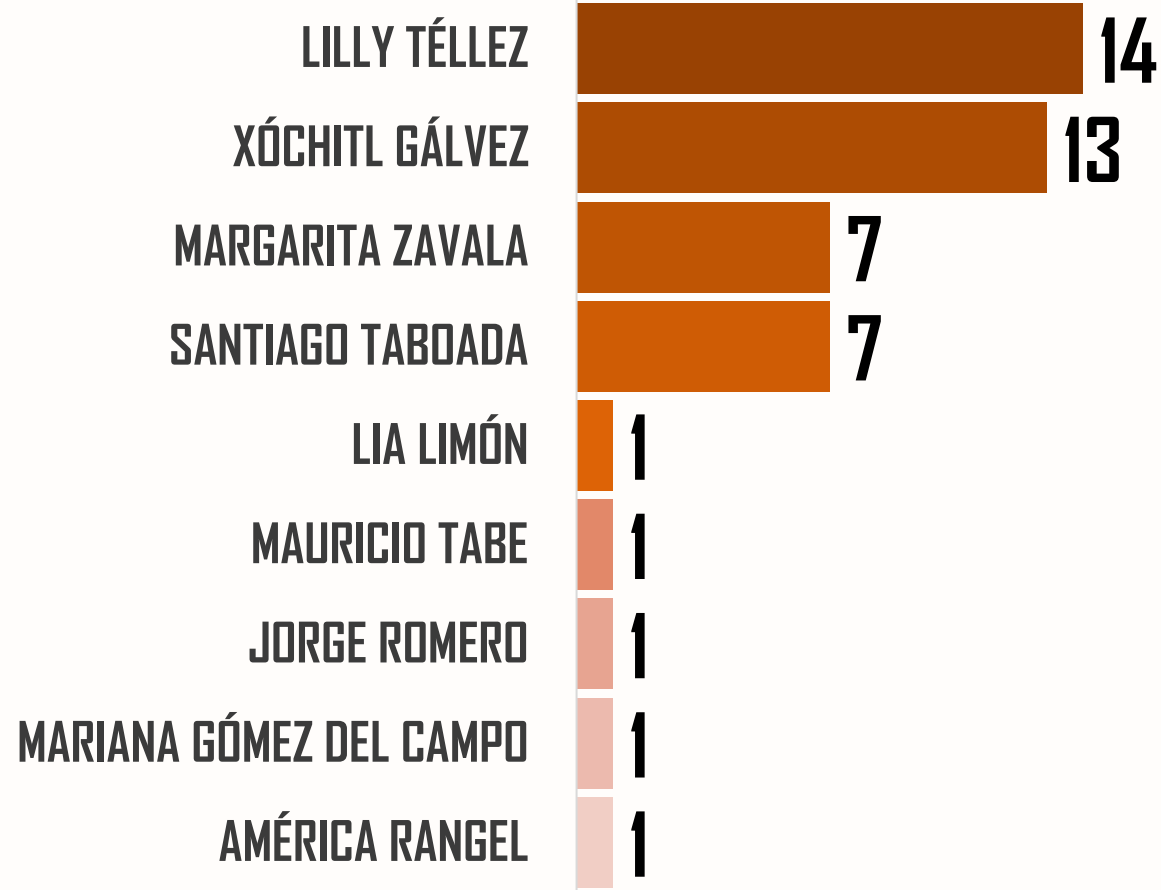




VOTANTES DEL PAN



TODOS



SUMANDO OTRO/NO SABE=100%

www.TRResearch.Mx | Número de registro nacional de Proveedor INE: 202000411018934 |





VOTANTES DEL PRI

TODOS

ENRIQUE DE LA
MADRID

26

ADRIÁN
RIVALCABA

18

ENRIQUE DE LA
MADRID

23

ADRIÁN
RIVALCABA

3

SUMANDO OTRO/NO SABE=100%

www.TRresearch.Mx | Número de registro nacional de Proveedor INE: 202000411018934 |





VOTANTES DE MORENA

TODOS

CLARA BRUGADA



HUGO LÓPEZ GATELL



MARTÍ BATRES



MARIO DELGADO



ROSA ICELA RODRÍGUEZ



OMAR GARCÍA HARFUCH



RICARDO MONREAL



HUGO LÓPEZ GATELL



CLARA BRUGADA



MARTÍ BATRES



MARIO DELGADO



OMAR GARCÍA HARFUCH



RICARDO MONREAL



ROSA ICELA RODRÍGUEZ



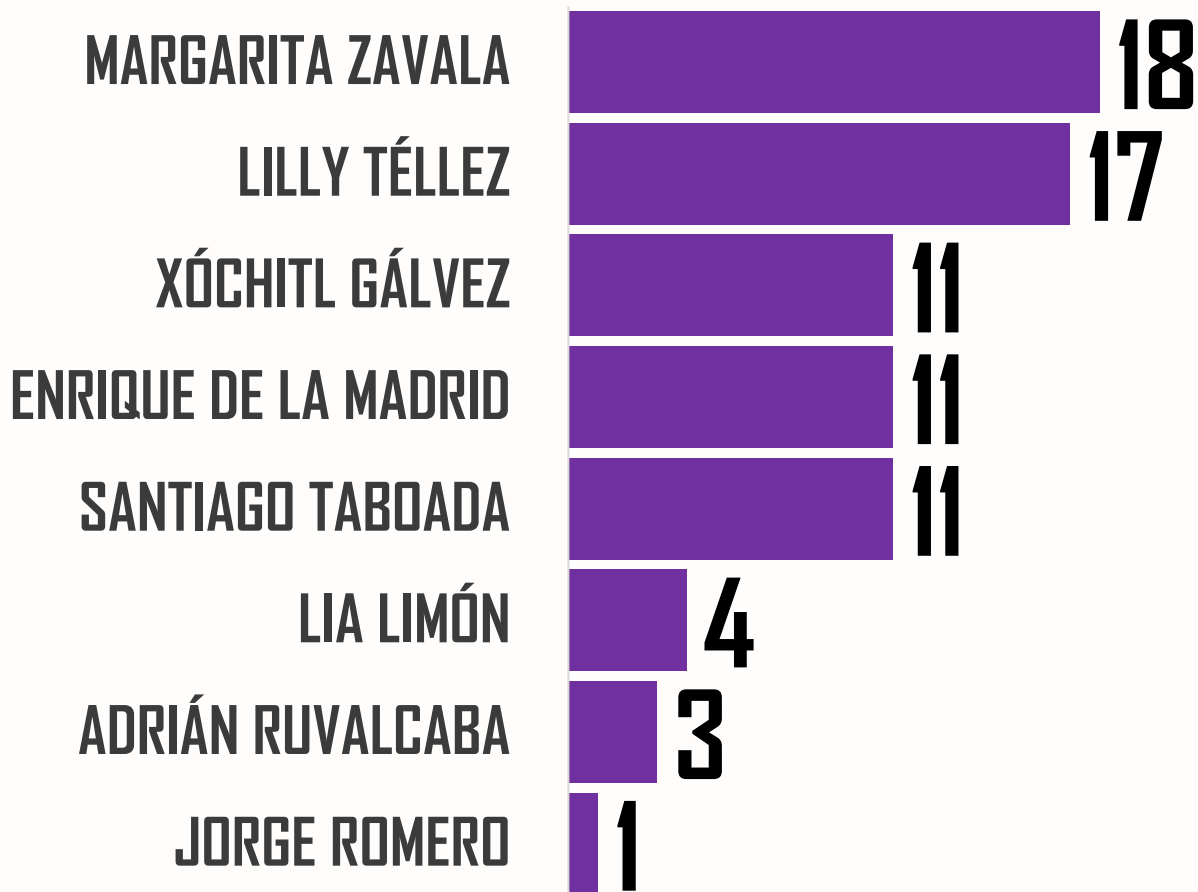
SUMANDO OTRO/NO SABE=100%

www.TRResearch.Mx | Número de registro nacional de Proveedor INE: 202000411018934 |

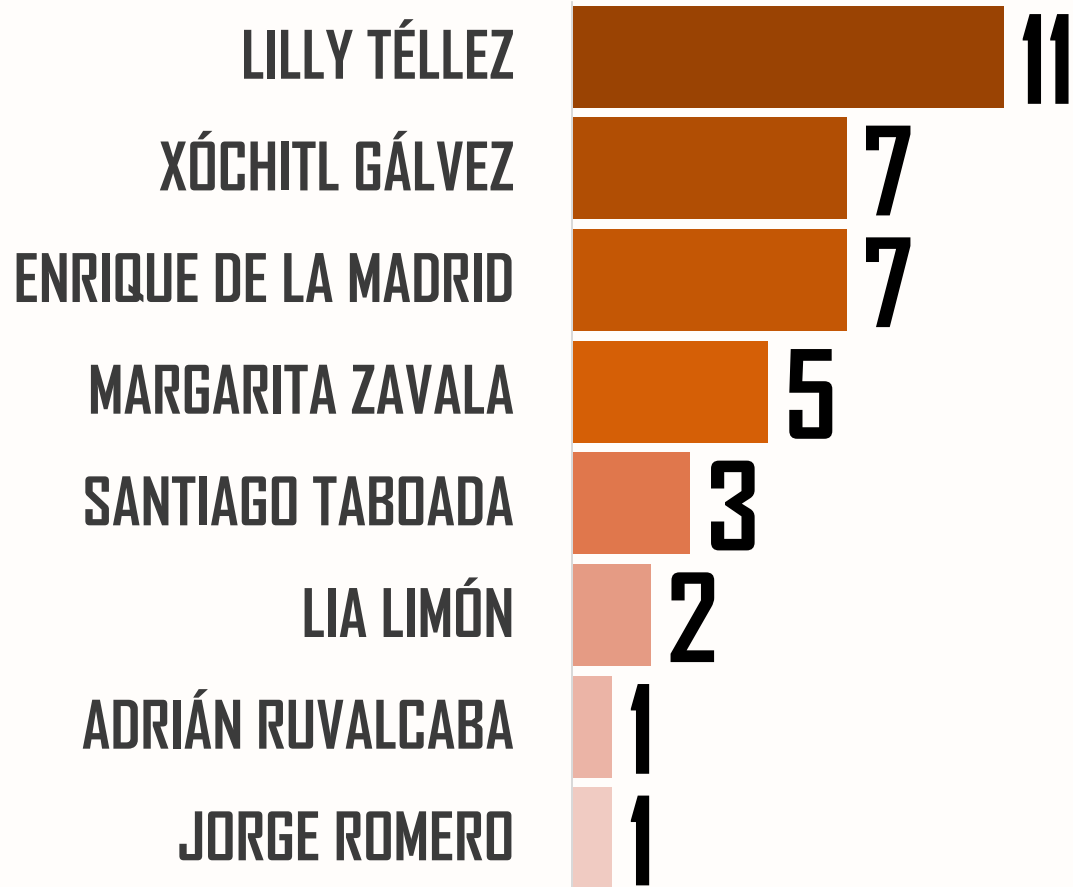




VOTANTES DE PAN-PRI-PRD



TODOS



SUMANDO OTRO/NO SABE=100%

www.TRresearch.Mx | Número de registro nacional de Proveedor INE: 202000411018934 |



VITRINA METODOLÓGICA

De acuerdo con los requisitos mínimos de divulgación del [Código de Ética y Práctica Profesional de la AAPOR](#), todo investigador de encuestas debe divulgar cada uno de los siguientes elementos (*AAPOR standard disclosure form*) en cualquier informe que sea para divulgación pública, o estar preparado para divulgar esta información con prontitud. Esta METODOLOGÍA además, está APEGADA a los requisitos específicos para publicar sondeos de opinión pública, de la *World Research Codes and Guidelines* (guía [ESOMAR/WAPOR](#) para sondeos de opinión y encuestas publicadas) y al anexo 3 del capítulo VII del Reglamento de Elecciones aprobado en Sesión Extraordinaria del Consejo General, celebrada el 07 de septiembre de 2020, donde el Consejo General del [Instituto Nacional Electoral](#) establece los lineamientos y criterios generales de carácter científico para quienes ordenen, realicen y/o publiquen encuestas por muestreo, encuestas de salida y/o conteos rápidos desde el inicio del proceso electoral hasta el cierre oficial de las casillas el día de la elección.

UBICACIÓN DEL ESTUDIO	MÉXICO	TAMAÑO MUESTRAL		1,000 CasoS	POBLACIÓN REPRESENTADA	Mayores de 18 años residentes en la ubicación del estudio con acceso a internet en dispositivos fijos o móviles	
FECHA DE INICIO Y FINALIZACIÓN DE LA RECOLECCIÓN DE DATOS	JUL/22	TAMAÑO MUESTRAL		1,000 CasoS	TIPO DE MUESTRA	No probabilística	MARGEN DE ERROR MUESTRAL PARA LA MUESTRA TOTAL
PATROCINADOR Y RESPONSABLE DE LA PUBLICACIÓN DEL ESTUDIO	Grupo RACPEN S.A. de C.V. bajo su marca registrada Tresearch Número de registro nacional de Proveedor INE: 202010411109934			PROVEEDOR DE ENCUESTAS / RECOPIACIÓN DE DATOS	Grupo RACPEN S.A. de C.V. bajo su marca registrada Tresearch Número de registro nacional de Proveedor INE: 202010411109934		
MODOS DE RECOPIACIÓN DE DATOS	Estudio multicuotas Self-Selected Sample (SSS) cuantitativo a través de cuestionarios personalizados y estructurados con el sistema CAWI (Computer-Assisted Web Interviewing) para su 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 los entrevistados estableciendo restricciones para garantizar que sólo se permita a las personas requeridas participar en cada conglomerado. Para la recolección de entrevistas los participantes son reclutados utilizando Real Time Bidding (RTB). NO se proporciona incentivos financieros ni de ningún tipo por participar en sus estudios.						
MODELO DE MUESTREO	Muestreo Multicuotas Propensity Weighting que es una aproximación al método probabilístico, ya que toma una muestra aleatoria estratificada de usuarios cuya distribución comporta ciertas desviaciones a la población y donde la probabilidad de autoselección está determinada, entre otras cosas por el tamaño del interés en el estudio y por tanto está calculada de la siguiente manera: $Pr(ies) = Pr(\text{Acceso internet}) * Pr(\text{Exposición a RTB (Real Time Bidding)}) * Pr(\text{selección internet y RTB}) * Pr(\text{Responde estudio selección, internet y RTB}).$						
CALIDAD DEL LEVANTAMIENTO	Se llevan cabo diversos controles de calidad, a cada entrevistado se le asigna una identificación única para rastrear su participación. Usamos "huellas digitales" como correo electrónico, teléfono celular, geolocalización, cookies ID e IP para garantizar que la persona que se busca sea quien responda y que no realice un estudio más de una vez. Además, el conjunto de controles de calidad evita la duplicación fraudulenta de diferentes dispositivos. Entre estos controles se emplean técnicas de "Real Answer" que identifica respuestas sospechosas o duplicadas a preguntas específicas aunado a tener controles de tiempo y tipo de cuota (segmento) por hora y recopilador (link) y controles para evitar la presencia de robots o ataques de grupos organizados, para lo cual se generan accesos distintos a cada cuota, siendo modificados cada hora, desechando las repuestas sin cumplir características de diseño, cuota y hora, generando alarmas en el subconjunto diseñado para parar el segmento específico y renovar automáticamente claves y accesos.						
ESTIMACIÓN DE PROBABILIDAD	Se utilizó el enfoque de la cuasi aleatorización, ya que en los estudios no probabilísticos no se tiene control de las probabilidades por lo que se tienen que estimar calculando las probabilidades de pseudoinclusión para cada individuo en muestra no probabilística y usando ese cálculo para corregir el sesgo de selección. Dadas las estimaciones de las pseudoprobabilidades sus inversas se utilizan como ponderaciones, tal y como se hace en el muestreo probabilístico. Combinando una muestra probabilística de referencia con una no probabilística, las probabilidades de pseudoinclusión para los casos de la muestra no probabilística se estiman por un modelo de regresión logística binaria CART o por bosques aleatorios (Practical Tools for Designing and Weighting Survey Samples Richard Valliant, Springer (2014), pp. 620-620.). Para esto, se usaron las bases de la Encuesta Intercensal del INEGI, 2021. Misma que sería la muestra probabilística de referencia.						
PONDERACIÓN Y CALIBRACIÓN	(Eliminando Sesgos) Los resultados NO SON FRECUENCIAS SIMPLES , sino estimaciones basadas en la post-estratificación de la muestra calculado sobre factores de expansión de acuerdo con cuatro variables demográficas (población, sexo, edad y escolaridad) obtenidas del último censo público; además de las últimas votaciones disponibles proporcionadas por los organismos oficiales en el país, así como, a ciertas variables de actitud y comportamiento como disponibilidad de teléfono fijo o religión que profesa.						
PROCESAMIENTO	La información de las respuestas se almacena en servidores alojados en EUA en formato .SAV para al término del levantamiento ser descargada y pasada por filtros de congruencia interna de cada registro para después ser ponderada, procesada y tabulada por factores de expansión de acuerdo a la ponderación y calibración determinada utilizado para el procesamiento de la información es Statistical Package for the Social Sciences (SPSS®) y Tableau Software®, Flourish® y Microsoft Office® para la tabulación y graficado de los datos.						

METODOLOGÍA (ESOMAR/WAPOR/AAPOR/INE | 5 DE 5)



VITRINA METODOLÓGICA

¿QUÉ EMPRESA REALIZÓ LA ENCUESTA?

TRESEARCH, fundada en 2018 es una de las primeras compañías en implementar la metodología de muestreo Active Sampling vía Real Time Bidding que sin duda se considerará el estándar online. Con sus raíces en la metodología de captura de datos, TRESEARCH es de los pocos proveedores que ofrece muestras en línea en toda la gama de modos, incluido el basado en direcciones, correos electrónicos, geolocalizaciones, actitudes, gustos, actividades, intereses, etc. Por lo tanto, TRESEARCH está en una posición única para recomendar la mejor metodología para cada proyecto de investigación. TRESEARCH ofrece el alcance más amplio en muestras globales disponibles, así como también servicios globales de recolección de datos en línea. Actualmente TRESEARCH se asocia con agencias de investigación para realizar estudios de diversos tipos diariamente. La experiencia profunda en obtención de muestras y obtención de datos permite que TRESEARCH proporcione asesoría para cada etapa del proceso, incluida la metodología de muestra, el diseño del cuestionario, los métodos de contacto y las posibles recompensas según el tipo de proyecto, asegurando que la muestra **NO SEA AUTOSELECTIVA**, sino que las personas seleccionadas adecuadamente completen el cuestionario cuidadosamente y con atención. TRESEARCH tiene experiencia con medios de comunicación además de contar con clientes como gobiernos, universidades, empresas, consultoras, agencias de publicidad e investigación y marcas globales. TRESEARCH proporciona muestras en diversos países de latinoamerica, tiene cobertura en todo América con personal fluido en idioma inglés y español. TRESEARCH opera en una única plataforma tecnológica integrada que simplifica la entrega de datos, productos y servicios sin importar cuán complejo sea el proyecto o desde qué parte del mundo se nos contrate. TRESEARCH se adhiere a los más altos estándares de ciencia de muestreo en cada aspecto de cada proyecto. TRESEARCH patrocina investigaciones permanentes que revelan conocimientos críticos para mejorar el muestreo y el diseño de los estudios.

¿CUÁL ES LA FUENTE DE SU MUESTRA PARA ESTA ENCUESTA Y CON QUÉ MÉTODO FUERON LOS ENCUMUNICIPIOS?

La construcción de las muestras estándar de TRESEARCH son basadas en Active Sampling con base en estudios de acceso, listas de marketing directo, bases de datos, redes sociales e intercepción web con ayuda de RTB (Real Time Bidding). Las muestras TRESEARCH están construidas con las fuentes de mayor grado. Hacemos hincapié en una experiencia positiva de los participantes para generar datos de alta calidad, altas tasas de finalización y una amplia viabilidad, incluso para poblaciones objetivo-desafiantes. Utilizamos el modelo de Muestreo Multicuotas Propensity Weighting que hace énfasis en la calidad de la muestra más que en la cantidad de los entrevistados estableciendo restricciones para garantizar que sólo se permita a las personas requeridas participar en cada conglomerado.

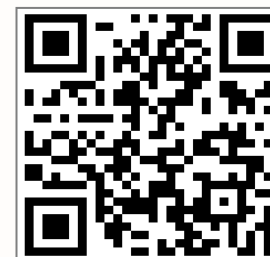
Número de registro nacional de Proveedor INE: 202010411109934



MIEMBRO



GreenBook
BLOG



www.TRESEARCH.MX | Número de registro nacional de Proveedor INE: 202000411018934 |



ÚNETE AL GRUPO DE WHATSAPP Y RECIBE TODOS LOS DÍAS ESTADÍSTICAS

(Pulsa un ícono, si el grupo se llenó, intenta en otro)



JUL/22 | ASÍ VAN 2024



GUANAJUATO

RUMBO A LA GUBERNATURA

ASÍ VAN
2024

TRResearch

CARLOS PENNA CHAROLET
Director General | TRResearch
<https://wa.me/524499193645>

www.TRResearch.Mx | Número de registro nacional de Proveedor INE: 202000411018934 |



GreenBook
BLOG



TRUSTe



ACCREDITED
BUSINESS

