

JUL/22 | ASÍ VAN 2024



# PUEBLA

# 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 |



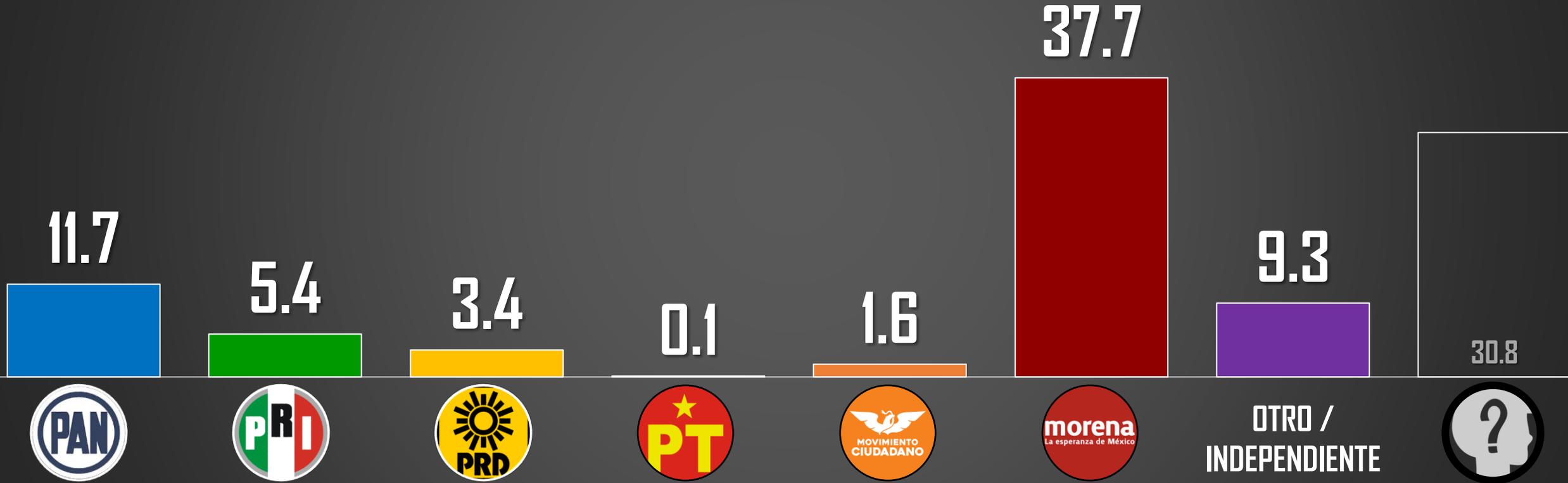
GreenBook  
BLOG



ACCREDITED  
BUSINESS



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



RANKING	CANDIDATO	% QUE LO CONOCE	OPINIÓN				SALDO DE OPINIÓN
			BUENA	REGULAR	MALA	N.C.	
1	EDUARDO RIVERA PÉREZ	34	12	15	7	66	5
2	ALEJANDRO ARMENTA MIER	28	5	13	10	72	5
3	NANCY DE LA SIERRA ARÁMBURO	27	3	11	13	73	-10
4	GENOVEVA HUERTA	21	0	9	12	79	-11
5	ENRIQUE CÁRDENAS SÁNCHEZ	17	3	8	6	83	-4
6	MOISES IGNACIO MIER VELAZCO	15	1	3	10	85	-9
7	NÉSTOR CAMARILLO MEDINA	15	3	3	9	85	-5
8	AUGUSTA DÍAZ DE RIVERA HDZ.	15	1	7	7	85	-5
9	JAVIER CASIQUE ZÁRATE	14	0	5	9	86	-9
10	SERGIO SALOMÓN CÉSPEDES	12	0	2	11	88	-11
11	MELITÓN LOZANO	12	1	5	6	88	-5
12	ISABEL MERLO TALAVERA	11	0	5	5	89	-5
13	CARLOS MARTÍNEZ AMADOR	9	0	5	4	91	-4
14	EDUARDO ALCÁNTARA MONTIEL	9	0	2	7	91	-7
15	NADIA NAVARRO ACEVEDO	8	2	1	5	92	-4
16	HUGO CONTRERAS ZEPEDA	7	0	3	4	93	-4
17	HÉCTOR SÁNCHEZ	6	0	2	4	94	-4

## HOMBRES MÁS CONOCIDOS

EDUARDO RIVERA  
PÉREZ

34

ALEJANDRO ARMENTA  
MIER

28

ENRIQUE CÁRDENAS  
SÁNCHEZ

17

## MUJERES MÁS CONOCIDAS

NANCY DE LA  
SIERRA ARÁMBURO

27

GENOVEVA HUERTA

21

AUGUSTA DÍAZ DE  
RIVERA HDZ.

15



## HOMBRES MÁS QUERIDOS

EDUARDO RIVERA  
PÉREZ

12

ALEJANDRO  
ARMENTA MIER

5

NÉSTOR  
CAMARILLO  
MEDINA

3

## MUJERES MÁS QUERIDAS

NANCY DE LA  
SIERRA  
ARÁMBURO

3

GENOVEVA  
HUERTA

2

AUGUSTA DÍAZ DE  
RIVERA HDZ.

1



## HOMBRES MÁS ODIADOS

SERGIO SALOMÓN  
CÉSPEDES

11

MOISES IGNACIO MIER  
VELAZCO

10

ALEJANDRO ARMENTA  
MIER

10

## MUJERES MÁS ODIADAS

NANCY DE LA  
SIERRA  
ARÁMBURO

13

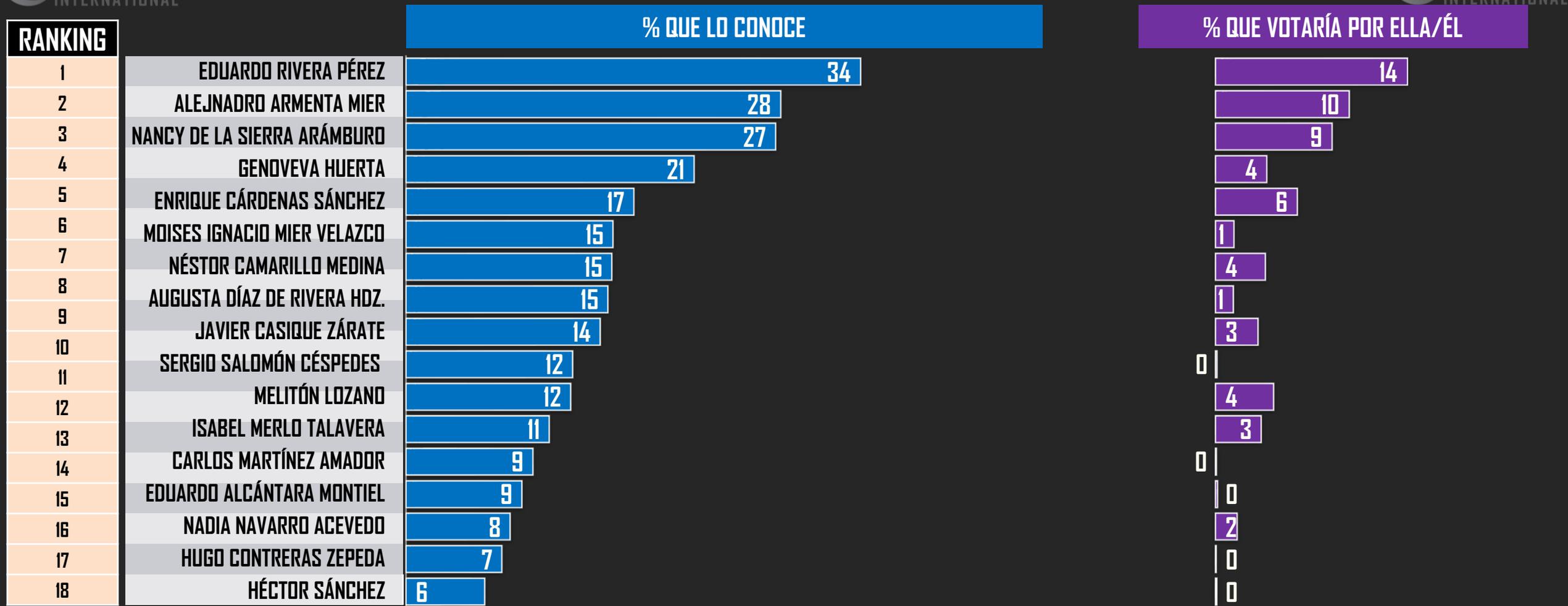
GENOVEVA  
HUERTA

12

AUGUSTA DÍAZ DE  
RIVERA HDZ.

7





## % DE DISPOSICIÓN A VOTAR POR...

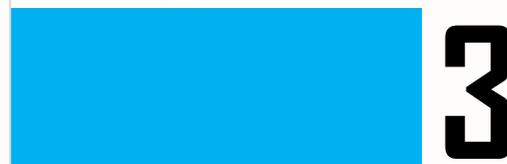
NANCY DE LA SIERRA ARÁMBURO



GENOVEVA HUERTA



ISABEL MERLO TALAVERA



NADIA NAVARRO ACEVEDO



AUGUSTA DÍAZ DE RIVERA HDZ.





## VOTANTES DEL PAN

## TODOS

EDUARDO RIVERA PÉREZ



ENRIQUE CÁRDENAS  
SÁNCHEZ



GENOVEVA HUERTA



AUGUSTA DÍAZ DE RIVERA  
HDZ



NADIA NAVARRO ACEVEDO



EDUARDO ALCÁNTARA  
MONTIEL



EDUARDO RIVERA PÉREZ



ENRIQUE CÁRDENAS  
SÁNCHEZ



AUGUSTA DÍAZ DE RIVERA  
HDZ



GENOVEVA HUERTA



NADIA NAVARRO ACEVEDO



EDUARDO ALCÁNTARA  
MONTIEL



SUMANDO OTRO/NO SABE=100%

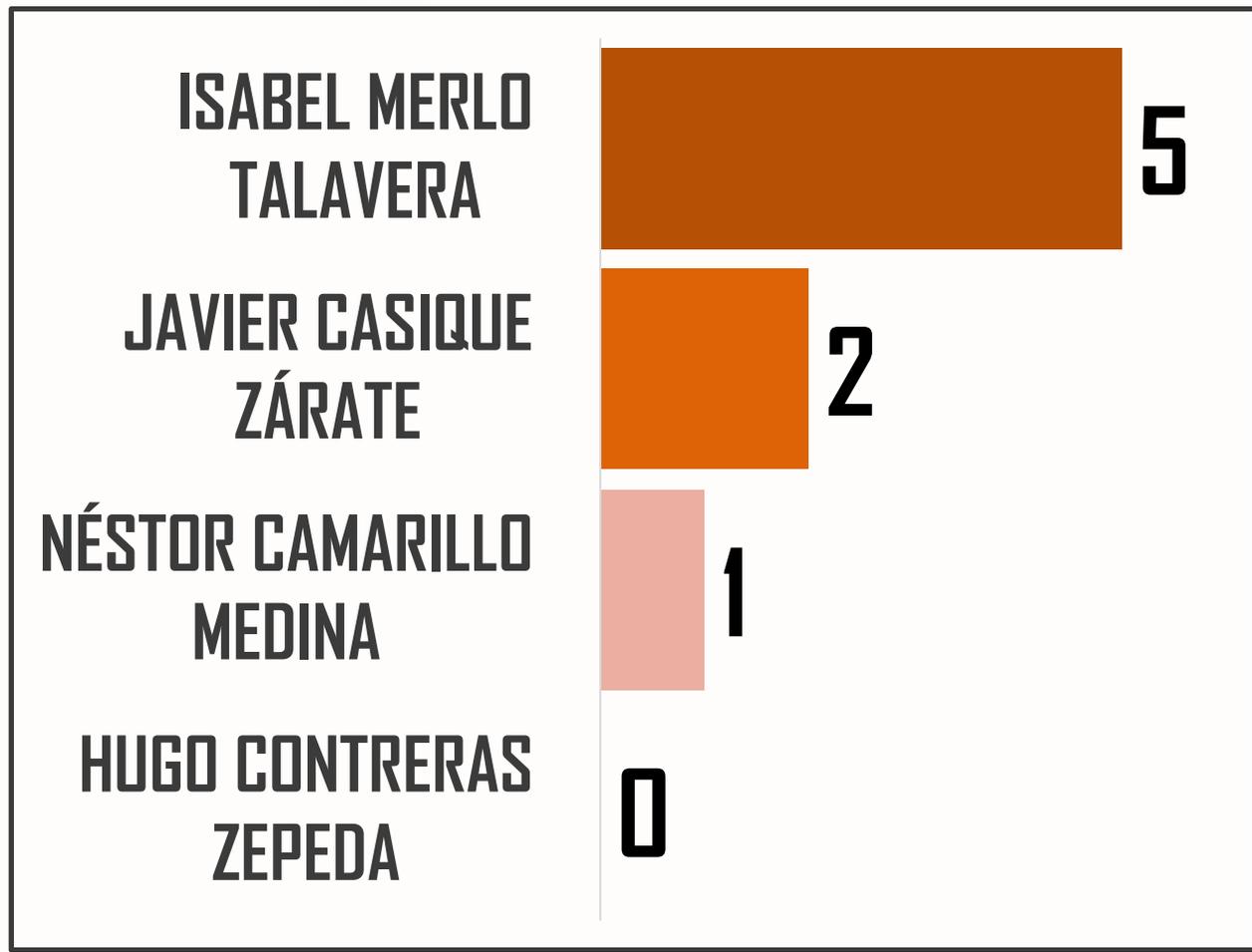
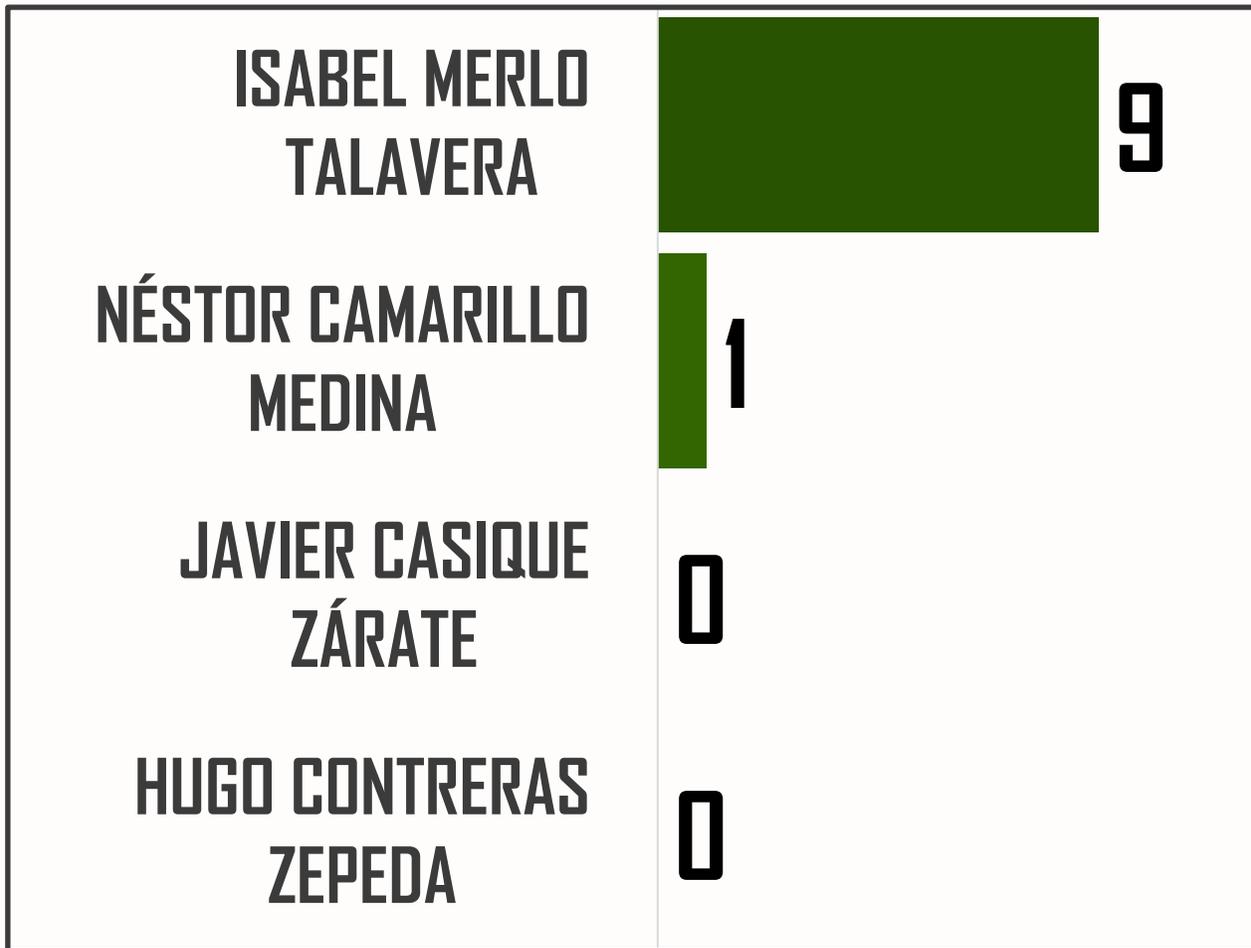
www.TRresearch.Mx | Número de registro nacional de Proveedor INE: 202000411018934 |





### VOTANTES DEL PRI

### TODOS



SUMANDO OTRO/NO SABE=100%

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





## VOTANTES DE MORENA

## TODOS

ALEJNADRO ARMENTA MIER



17

NANCY DE LA SIERRA  
ARÁMBURO



14

MOISES IGNACIO MIER  
VELAZCO



12

MELITÓN LOZANO



11

SERGIO SALOMÓN  
CÉSPEDES



5

HÉCTOR SÁNCHEZ



4

NANCY DE LA SIERRA  
ARÁMBURO



14

ALEJNADRO ARMENTA  
MIER



14

MOISES IGNACIO MIER  
VELAZCO



11

SERGIO SALOMÓN  
CÉSPEDES



5

MELITÓN LOZANO



4

HÉCTOR SÁNCHEZ



3

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.

<b>UBICACIÓN DEL ESTUDIO</b>	MÉXICO			<b>POBLACIÓN REPRESENTADA</b>	Mayores de 18 años residentes en la ubicación del estudio con acceso a internet en dispositivos fijos o móviles		
<b>FECHA DE INICIO Y FINALIZACIÓN DE LA RECOLECCIÓN DE DATOS</b>	JUL/22	<b>TAMAÑO MUESTRAL</b>	1,000 CasoS	<b>TIPO DE MUESTRA</b>	No probabilística	<b>MARGEN DE ERROR MUESTRAL PARA LA MUESTRA TOTAL</b>	N/A
<b>PATROCINADOR Y RESPONSABLE DE LA PUBLICACIÓN DEL ESTUDIO</b>	Grupo RACPEN S.A. de C.V. bajo su marca registrada Tresearch Número de registro nacional de Proveedor INE: 202010411109934			<b>PROVEEDOR DE ENCUESTAS / RECOPIACIÓN DE DATOS</b>	Grupo RACPEN S.A. de C.V. bajo su marca registrada Tresearch Número de registro nacional de Proveedor INE: 202010411109934		
<b>MODOS DE RECOPIACIÓN DE DATOS</b>	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.						
<b>MODELO DE MUESTREO</b>	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: $Pr(ies) = Pr(\text{Acceso internet}) *   Pr(\text{Exposición a RTB (Real Time Bidding)}) *   Pr(\text{selección   internet y RTB}) *   Pr(\text{Responde estudio   selección, internet y RTB})$ .						
<b>CALIDAD DEL LEVANTAMIENTO</b>	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.						
<b>ESTIMACIÓN DE PROBABILIDAD</b>	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.						
<b>PONDERACIÓN Y CALIBRACIÓN</b>	(Eliminando Sesgos) Los resultados <b>NO SON FRECUENCIAS SIMPLES</b> , 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.						
<b>PROCESAMIENTO</b>	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.

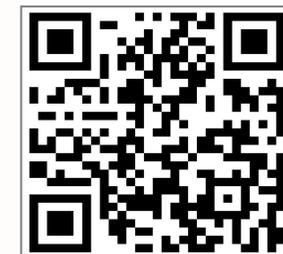
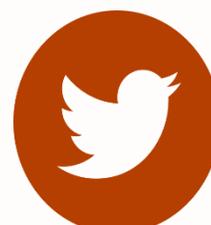
Número de registro nacional de Proveedor INE: 202010411109934



## 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)

