

NOV/22 | ASÍ VAN 2024



# YUCATÁN

## RUMBO A LA GUBERNATURA

ASÍ VAN  
2024

TRResearch

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

[www.TRResearch.Mx](http://www.TRResearch.Mx) | Número de registro nacional de Proveedor INE: 202000411018934 |

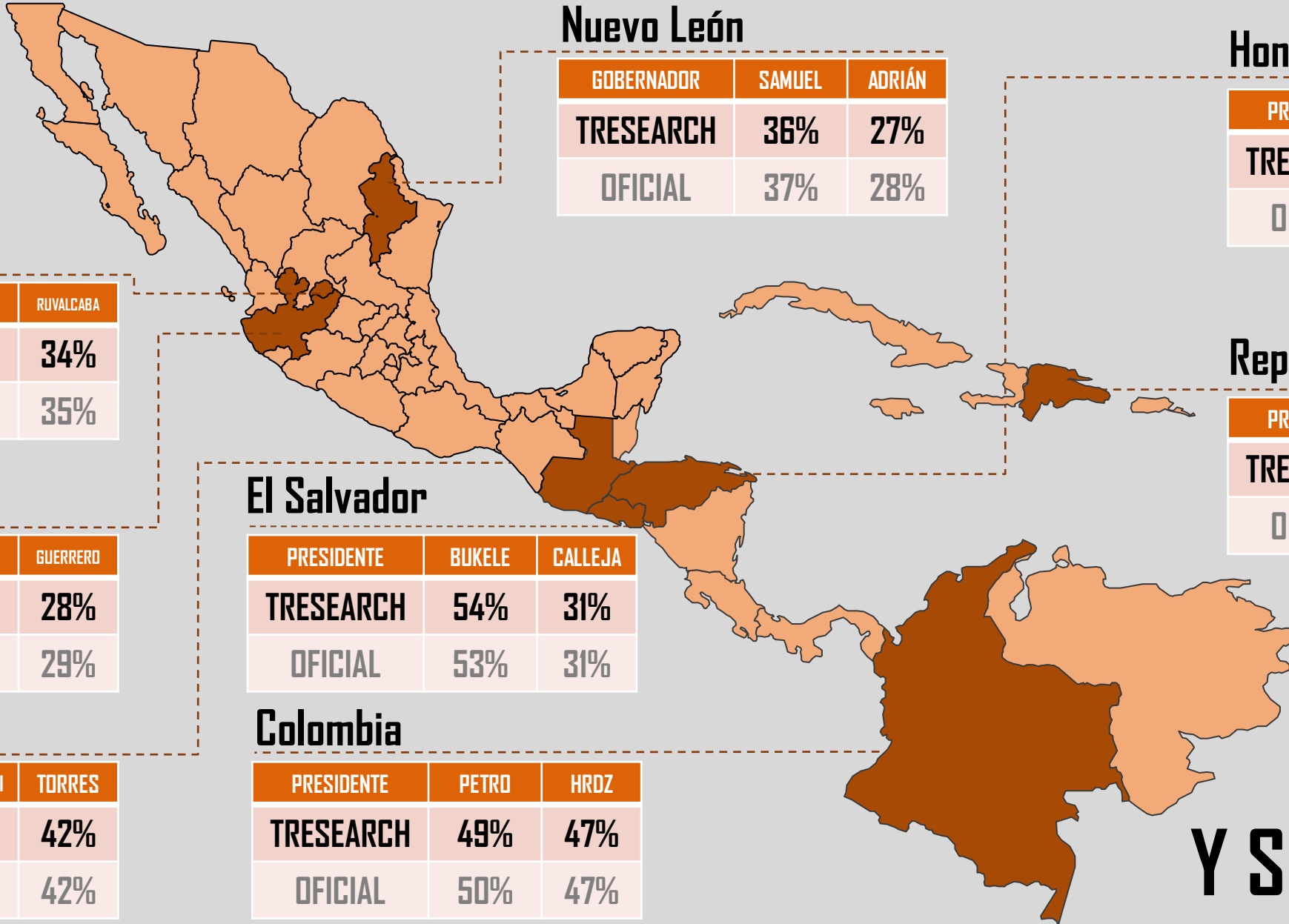


GreenBook  
BLOG



ACCREDITED  
BUSINESS





## Aguascalientes

GOBERNADORA	JIMÉNEZ	RUVALCABA
TRESEARCH	55%	34%
OFICIAL	55%	35%

## Nuevo León

GOBERNADOR	SAMUEL	ADRIÁN
TRESEARCH	36%	27%
OFICIAL	37%	28%

## Honduras

PRESIDENTE	XIOMARA	ASFURA
TRESEARCH	55%	35%
OFICIAL	54%	34%

## Pto Vallarta, Jalisco

ALCALDE	MICHEL	GUERRERO
TRESEARCH	34%	28%
OFICIAL	33%	29%

## El Salvador

PRESIDENTE	BUKELE	CALLEJA
TRESEARCH	54%	31%
OFICIAL	53%	31%

## Rep. Dominicana

PRESIDENTE	ABINADER	CASTILLO
TRESEARCH	53%	38%
OFICIAL	53%	38%

## Guatemala

PRESIDENTE	GIAMMATTEI	TORRES
TRESEARCH	57%	42%
OFICIAL	58%	42%

## Colombia

PRESIDENTE	PETRO	HRDZ
TRESEARCH	49%	47%
OFICIAL	50%	47%

# Y SEGUIMOS....

NOV/22

# INTENCIÓN DE VOTO PARA GOBERNADOR 2024



MORENA



PAN



PRI

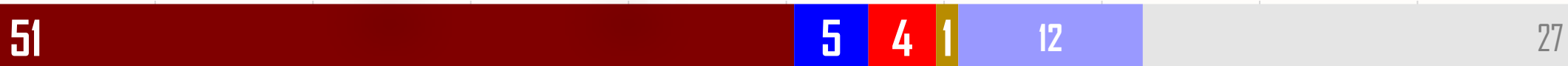


MC

OTRO

NC

TABASCO



CHIAPAS



PUEBLA



CDMX



VERACRUZ



YUCATÁN



MORELOS



GUANAJUATO



JALISCO



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

NOV/22

# ¿QUIÉN CREE QUE GANARÁ LA ELECCIÓN DE GOBERNADOR 2024?



MORENA



PAN



PRI



MC

OTRO

NC

TABASCO



CHIAPAS



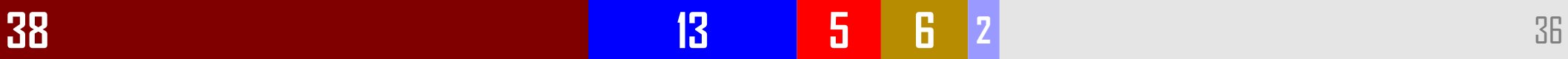
PUEBLA



CDMX



VERACRUZ



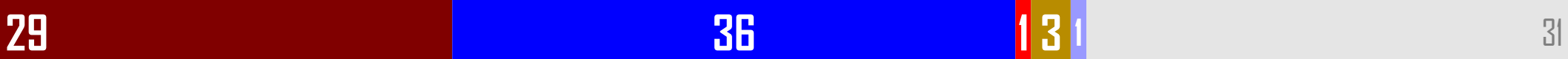
MORELOS



YUCATÁN



GUANAJUATO



JALISCO

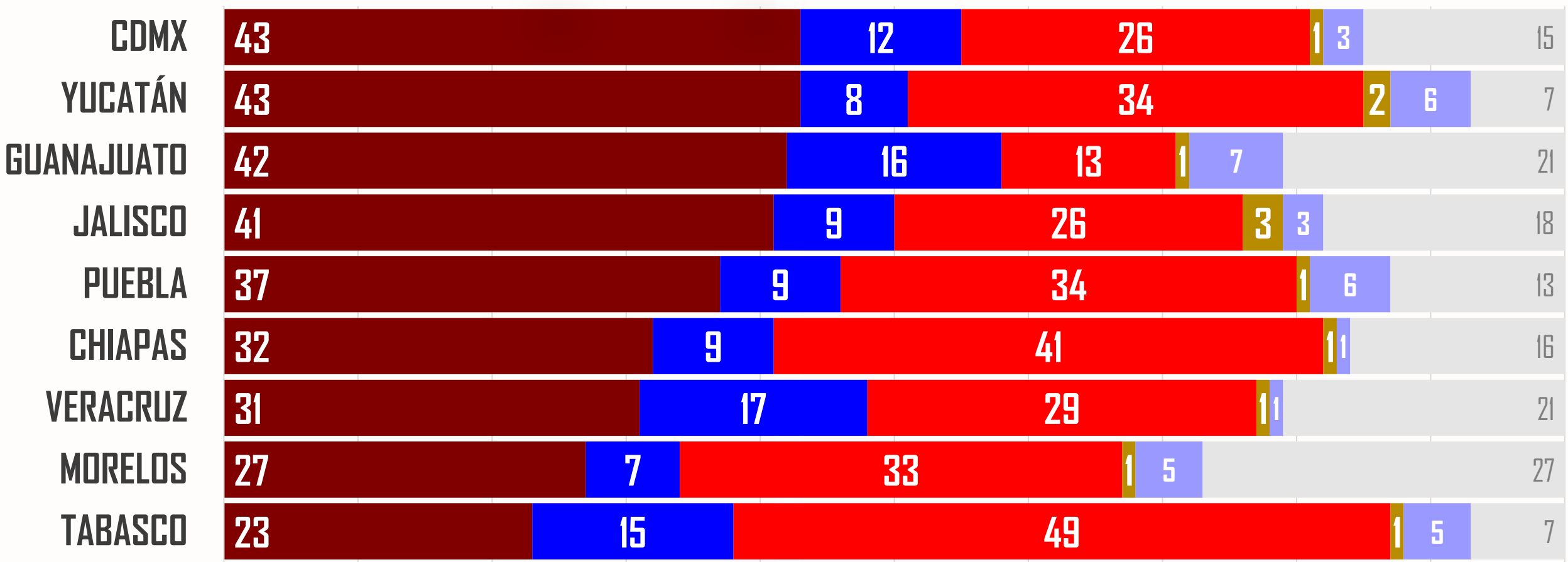


www.TRResearch.Mx | Número de registro nacional de Proveedor INE: 202000411018934 |



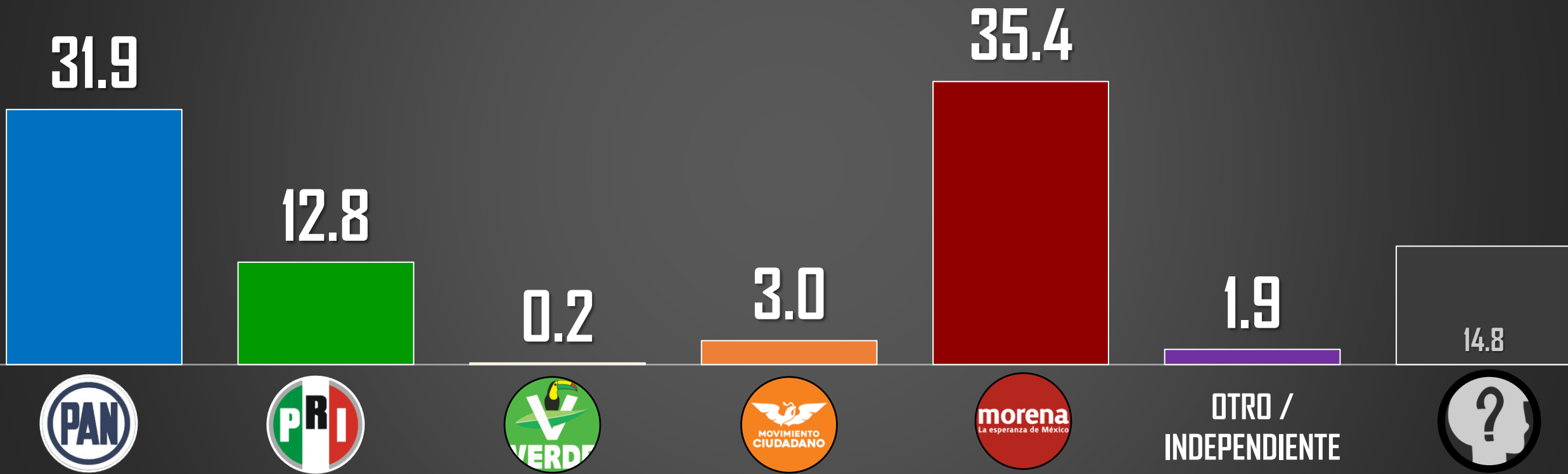
NOV/22

# PARTIDO MÁS RECHAZADO POR ENTIDAD



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

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



RANKING		% QUE LO CONOCE	BUENA	REGULAR	MALA	N.C.	SALDO DE OPINIÓN
1	RENÁN BARRERA CONCHA	86	31	23	32	14	-1
2	JORGE CARLOS RAMÍREZ MARÍN	83	27	31	25	17	2
3	MAURICIO SAHUÍ RIVERO	80	16	32	32	20	-17
4	ROMMEL PACHECO MARRUFO	79	17	32	31	21	-14
5	JOAQUÍN DÍAZ MENA	75	10	32	33	25	-23
6	PABLO GAMBOA MINER	74	26	32	16	26	11
7	VERÓNICA CAMINO FARJAT	72	8	14	50	28	-42
8	CECILIA PATRÓN LAVIADA	70	27	16	27	30	0
9	JULIÁN ZACARÍAS CURI	69	7	35	27	31	-20
10	RAÚL PAZ ALONSO	69	3	21	45	31	-42
11	LIBORIO VIDAL AGUILAR	68	17	8	43	32	-26
12	FRANCISCO TORRES RIVAS	56	4	20	32	44	-29
13	MARIO PERAZA RAMÍREZ	40	11	16	13	60	-2
14	ROGERIO CASTRO VÁSQUEZ	34	3	7	24	66	-21
15	CARMEN NAVARRETE NAVARRO	24	4	7	14	76	-10

## HOMBRES MÁS CONOCIDOS

RENÁN BARRERA  
CONCHA

86

JORGE CARLOS  
RAMÍREZ MARÍN

83

MAURICIO SAHUÍ  
RIVERO

80

## MUJERES MÁS CONOCIDAS

VERÓNICA CAMINO  
FARJAT

72

CECILIA PATRÓN  
LAVIADA

70

CARMEN NAVARRETE  
NAVARRO

24





## HOMBRES MÁS QUERIDOS

RENÁN BARRERA  
CONCHA

31

JORGE CARLOS  
RAMÍREZ MARÍN

27

PABLO GAMBOA  
MINER

26

## MUJERES MÁS QUERIDAS

CECILIA PATRÓN  
LAVIADA

27

VERÓNICA CAMINO  
FARJAT

8

CARMEN  
NAVARRETE  
NAVARRO

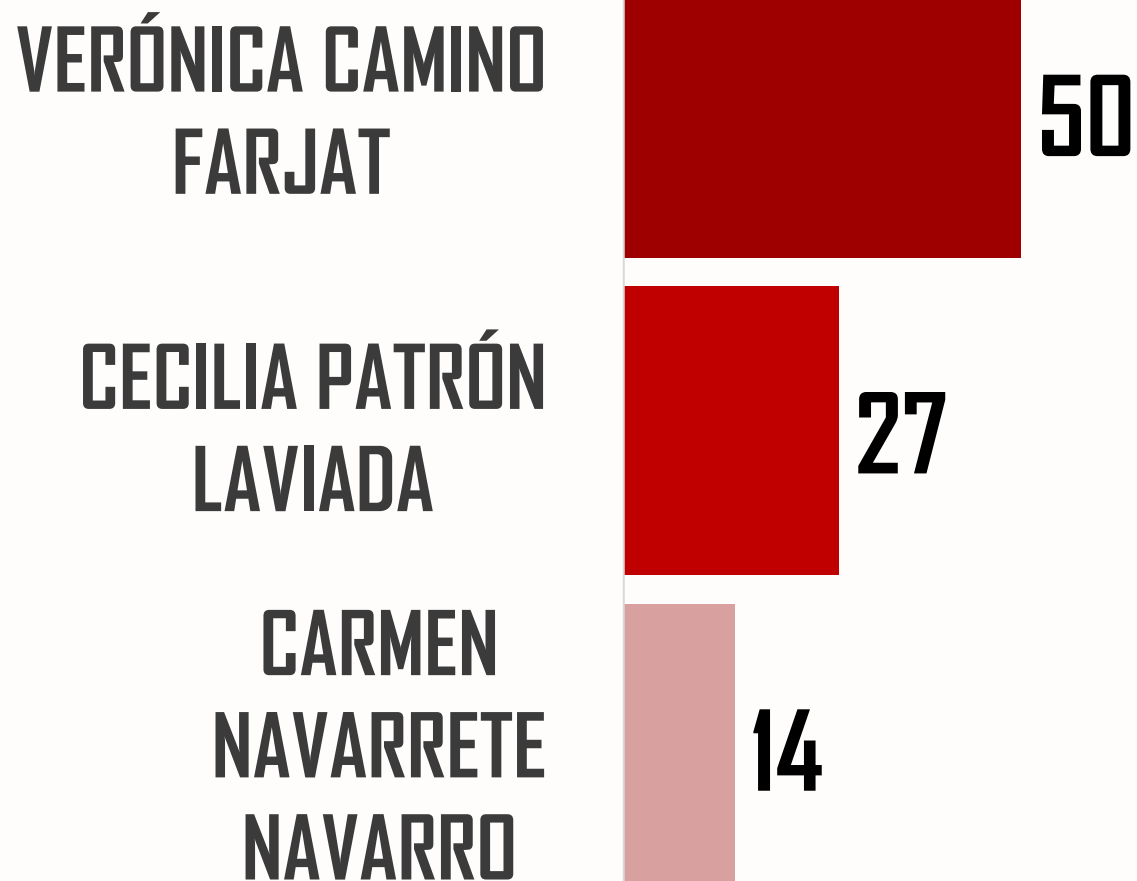
4

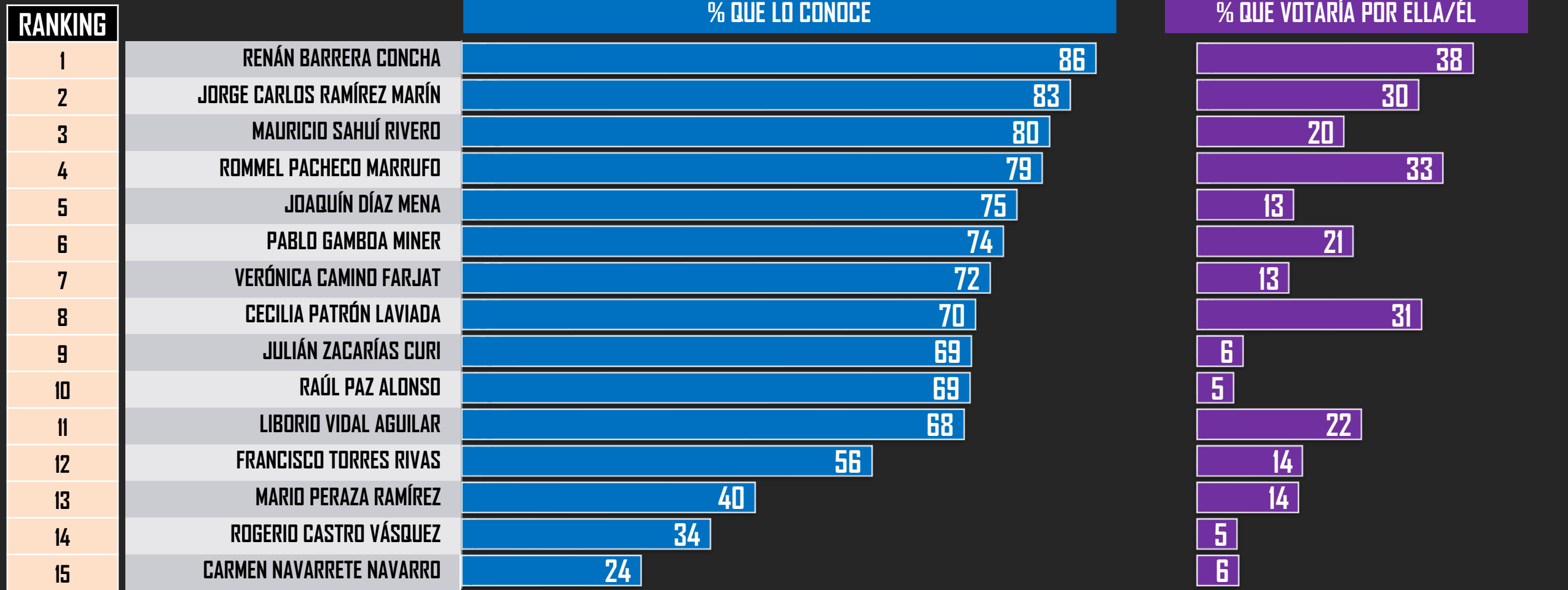


## HOMBRES MÁS ODIADOS



## MUJERES MÁS ODIADAS





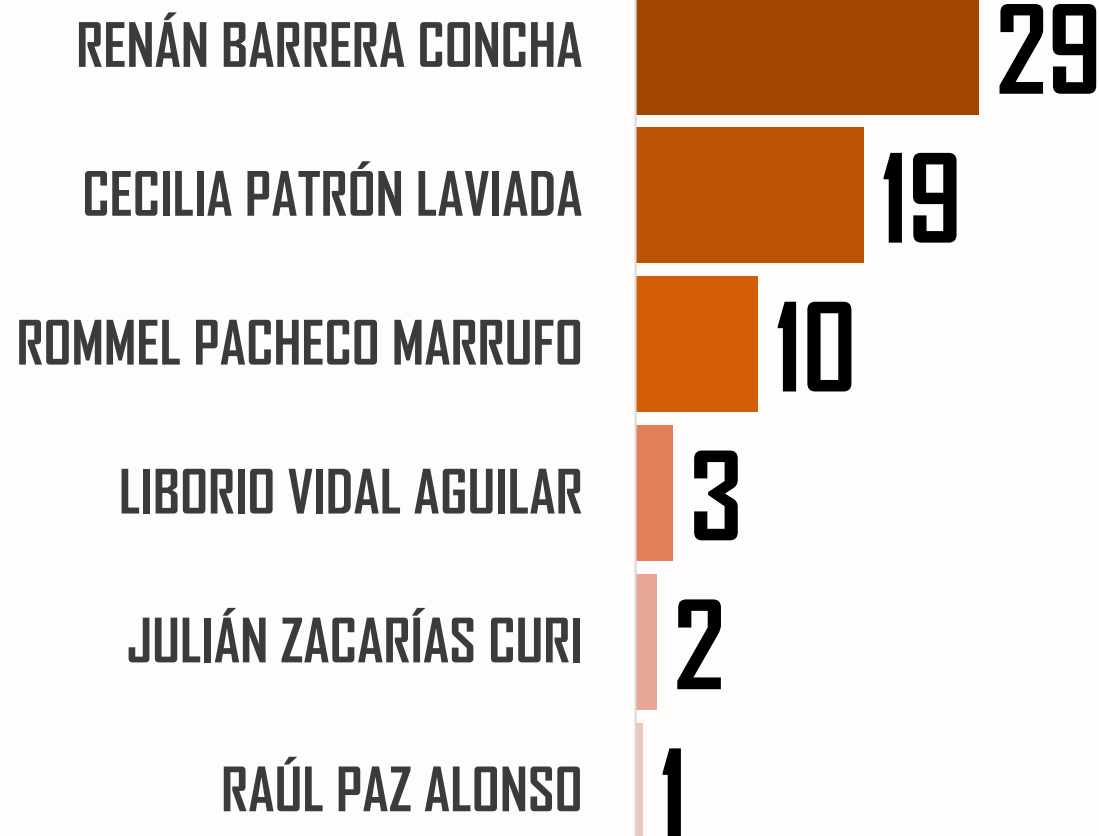
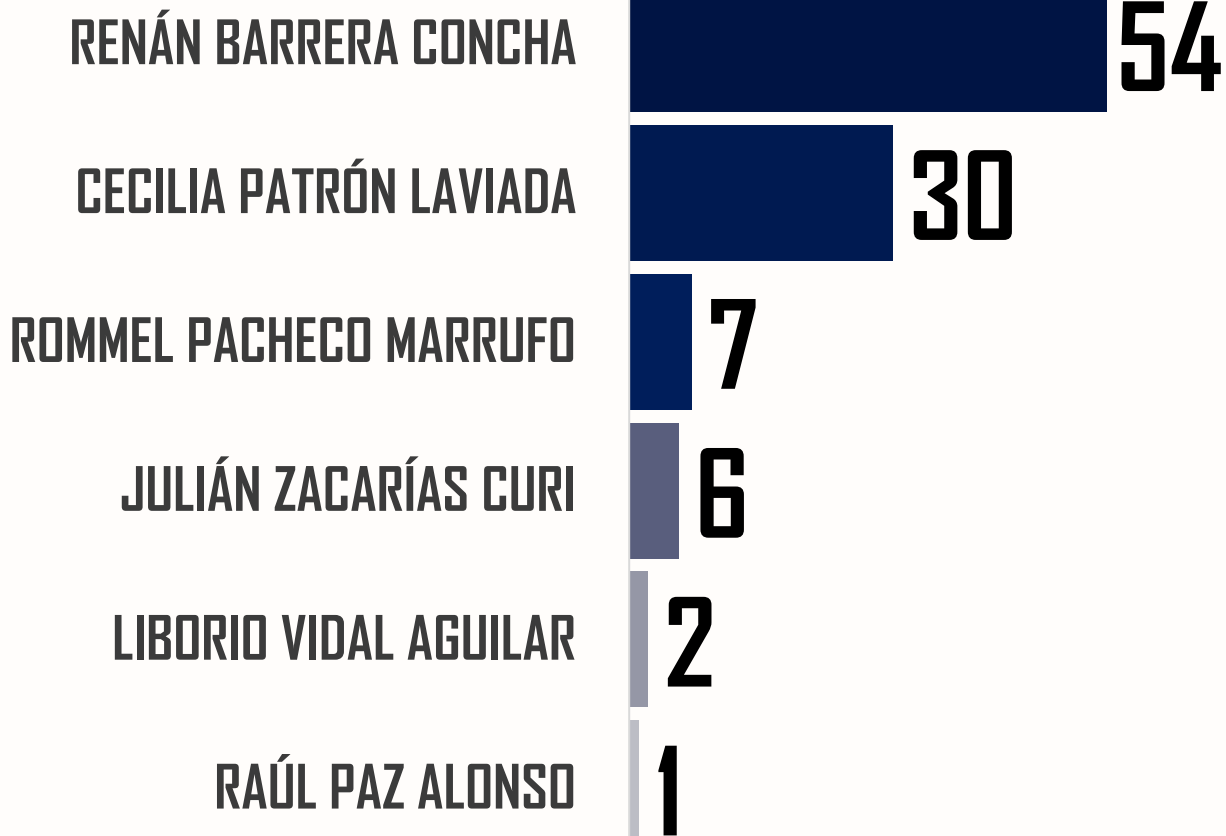
## % DE DISPOSICIÓN A VOTAR POR...





## VOTANTES DEL PAN

## TODOS



SUMANDO OTRO/NO SABE=100%

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





## VOTANTES DEL PRI

## TODOS

MAURICIO SAHUÍ RIVERO

27

JORGE CARLOS RAMÍREZ  
MARÍN

24

PABLO GAMBOA MINER

22

FRANCISCO TORRES  
RIVAS

3

MAURICIO SAHUÍ RIVERO

19

JORGE CARLOS RAMÍREZ  
MARÍN

16

PABLO GAMBOA MINER

12

FRANCISCO TORRES  
RIVAS

1

SUMANDO OTRO/NO SABE=100%

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





VOTANTES DE PVEM/OTROS

TODOS

MARIO PERAZA  
RAMÍREZ



4

CARMEN  
NAVARRETE  
NAVARRO



3

MARIO PERAZA  
RAMÍREZ



9

CARMEN NAVARRETE  
NAVARRO



3

SUMANDO OTRO/NO SABE=100%

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





VOTANTES DE MORENA

TODOS

JOAQUÍN DÍAZ  
MENA

34



VERÓNICA CAMINO  
FARJAT

13



ROGERIO CASTRO  
VÁZQUEZ

10



JOAQUÍN DÍAZ  
MENA

22



VERÓNICA  
CAMINO FARJAT

7



ROGERIO CASTRO  
VÁZQUEZ

4



SUMANDO OTRO/NO SABE=100%

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







ASPIRANTE	OPINIÓN POSITIVA	ATRIBUTOS					BUEN CANDIDATO	DISPOSICIÓN A VOTAR (SÍ)	PREFERENCIA COMO CANDIDATO DE MORENA	PUNTAJE FINAL
		HONESTIDAD	RESPETA EL DERECHO DE LAS MUJERES	CERCANÍA CON LA GENTE	CONOCE SU ESTADO	CUMPLE				
	VALOR=2	VALOR = 1	VALOR=0.5	VALOR=0.25	VALOR=0.25	VALOR=0.25	VALOR=1	VALOR=2	VALOR=2.75	
ROGERIO CASTRO VÁZQUEZ	3	5	6	9	9	11	8	5.5	4	---
JOAQUÍN DÍAZ MENA	10	13	7	16	18	12	13	13.1	22	9.5
VERÓNICA CAMINO FARJAT	8	7	15	6	10	3	12	12.5	7	0.5

**Reglas para la estimación:**

$$\text{Atributos} = 100\% * \text{"Mucho"} + 50\% * \text{"Algo"}$$

El puntaje tiene valor máximo de 10 puntos.

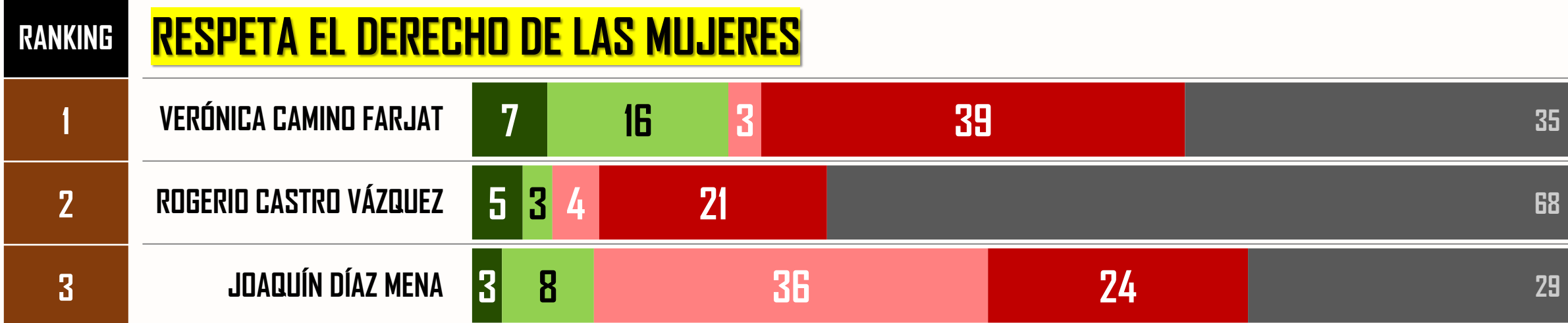
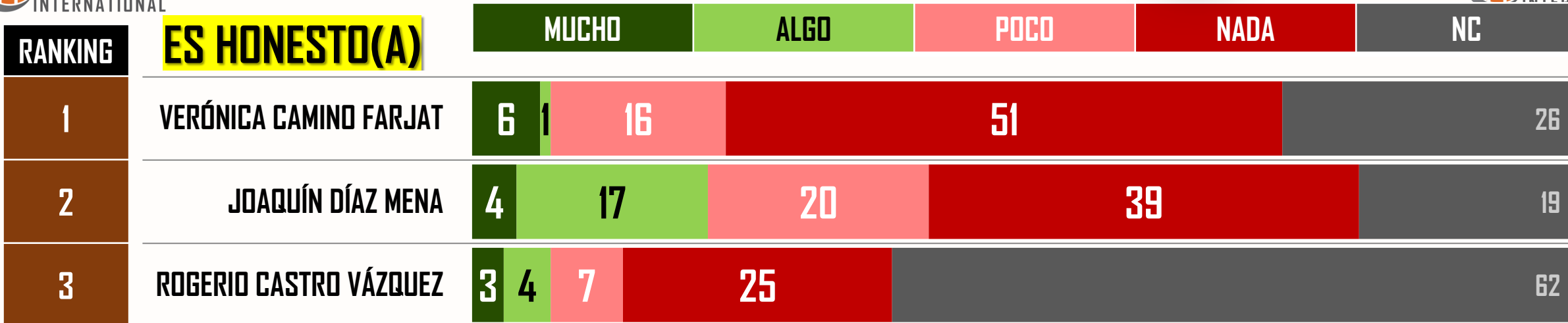
-Opinión positiva: 2 puntos

-Atributos: 2.25 puntos (honestidad 1 punto, respeta el derecho de las mujeres 0,5 puntos, cercanía con la gente, conocimiento del país y cumplimiento de lo que dice 0.25 puntos cada uno.

-El porcentaje que lo considera buen(a) candidato(a): 1 punto.

-El porcentaje dispuesto a votar por él(ella): 2 puntos

-El porcentaje mayor que lo prefiere como candidato de Morena: 2.75 puntos



**ES CERCANA(O)  
A LA GENTE**

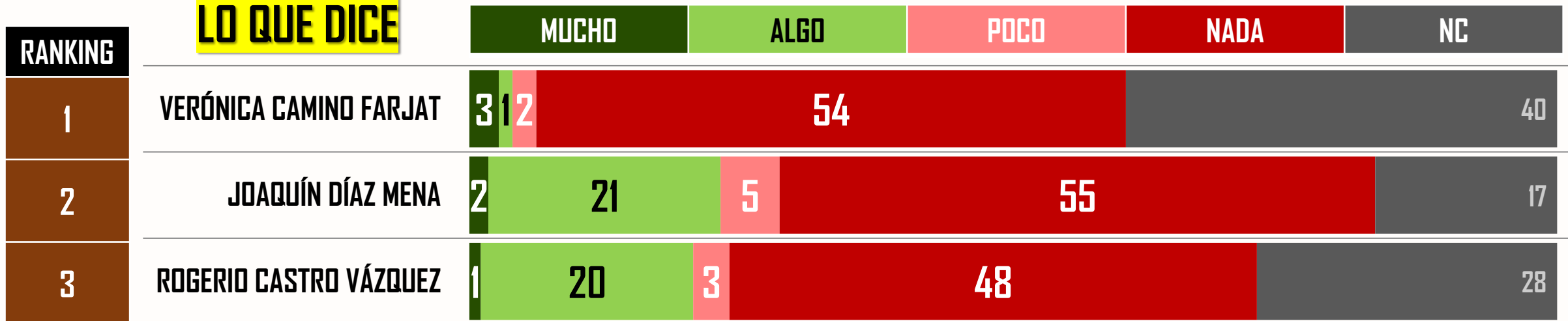
RANKING		MUCHO	ALGO	POCO	NADA	NC
1	JOAQUÍN DÍAZ MENA	35	24	15	17	10
2	JOAQUÍN DÍAZ MENA	3	26	7	44	20
3	ROGERIO CASTRO VÁZQUEZ	1	15	10	49	25

**CONOCE SU ESTADO**

RANKING		MUCHO	ALGO	POCO	NADA	NC
1	JOAQUÍN DÍAZ MENA	9	18	43	21	9
2	VERÓNICA CAMINO FARJAT	7	6	29	22	35
3	ROGERIO CASTRO VÁZQUEZ	5	8	52	15	20



**CUMPLE CON  
LO QUE DICE**



## 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	NOV/22	TIPO DE MUESTRA		No probabilística	MARGEN DE ERROR MUESTRAL PARA LA MUESTRA TOTAL	N/A	
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 <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.						
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.

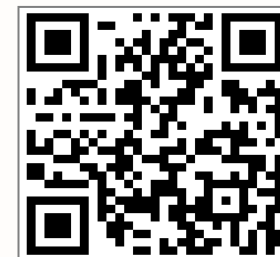
Número de registro nacional de Proveedor INE: 202010411109934



## 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)

