

# “Análisis de Resultados de Comunicación y de Opinión Pública, S.A. de C.V.”

ARCOP

01 DE JULIO DE 2018

## Contenido

<b>Oficio de presentación de encuesta de salida .....</b>	<b>2</b>
<b>Informe de resultados .....</b>	<b>3</b>
<b>Formato de encuesta de salida .....</b>	<b>9</b>
<b>Formato de Boleta 1 .....</b>	<b>10</b>
<b>Formato de Boleta 2 .....</b>	<b>11</b>
<b>Formato de Boleta 3 .....</b>	<b>12</b>
<b>Reporte de encuesta de salida en el estado de Guanajuato .....</b>	<b>13</b>
<b>Currículum ARCOP .....</b>	<b>28</b>

Ciudad de México, a 16 de julio de 2018.

Asunto: Se da respuesta al oficio **SE/1702/2018**

**C. BÁRBARA TERESA NAVARRO GARCÍA**  
**SECRETARIA EJECUTIVA**  
**INSTITUTO ELECTORAL DEL ESTADO DE GUANAJUATO**  
Presente.

**Informe de la Encuesta de Salida en el Estado de Guanajuato**

**Del 1 de julio de 2018**

Para dar cumplimiento a lo dispuesto en el Anexo 3 del Reglamento de Elecciones del Consejo General del Instituto Nacional Electoral, en el que se establecen los criterios generales de carácter científico, aplicables a encuestas por muestreo, se presenta el siguiente informe de resultados.

Esperando haber cumplido en tiempo y forma, quedo a sus órdenes para cualquier comentario o aclaración

ATENTAMENTE



Honorio Mateos López

## INFORME DE RESULTADOS

### 1. Objetivos del estudio.

Conocer las tendencias en las preferencias electorales a la Gubernatura del estado de Guanajuato durante la jornada electoral del pasado 1 de julio 2018 a través de una encuesta de salida en las casillas seleccionadas por medio de un muestreo estadístico bajo un diseño complejo (se explica con más detalle en las siguientes líneas).

Los objetivos específicos son los siguientes:

- a) Estimar la preferencia electoral a Gobernador en diferentes etapas de la jornada, determinadas por cortes cada determinado intervalo de tiempo.
- b) Obtener una estimación final de la preferencia electoral al cierre de las casillas.
- c) Estimar la participación ciudadana.
- d) Conocer las características sociodemográficas del votante.

### 2. Marco muestral.

Listado de secciones electorales en el territorio de la entidad con el número de electores (listado nominal actualizado de abril de 2018) registrados conforme a la autoridad electoral y los resultados de las últimas elecciones locales y federales por sección electoral.

### 3. Diseño muestral.

**3.1. Población objetivo.** Ciudadanos mayores de edad con credencial de elector vigente y que hayan emitido su voto durante la jornada electoral del 1 de julio 2018.

**3.2. Procedimiento de selección de unidades.** Selección sistemática proporcional al tamaño (con arranque aleatorio y tamaño de los saltos constante) de acuerdo con el listado nominal de la sección electoral y ponderada por la estimación del porcentaje de participación ciudadana observada en elecciones previas. Se seleccionaron 80 secciones electorales con probabilidad proporcional al tamaño, la medida del tamaño (MOS) se calculó a partir del número de electores registrados en la página del Instituto Nacional Electoral. Se eligió la

muestra que proporcionara las estimaciones más precisas en cuanto a las intenciones de voto en elecciones, locales y federales, previas.

**Selección del informante:** se realizó de manera aleatoria y con un salto sistemático de 3 ciudadanos. Una vez finalizada una entrevista aceptada, se dejaron pasar a 2 ciudadanos que recién emitieron su voto y se estableció el contacto con el ciudadano número 3 con estas características.

**3.3. Procedimiento de estimación.** Las estimaciones de razón para determinar la intención de voto ( $\bar{P}$ ) por las distintas fuerzas electorales se calcularán mediante la siguiente expresión:

$$\bar{P} = \frac{\sum_h \frac{N_h}{n_h} \sum_i^{n_h} Y_{hi}}{\sum_h \frac{N_h}{n_h} \sum_i^{n_h} X_{hi}}$$

En donde  $N_h$  es el número de secciones en cada estrato y  $n_h$  el número de secciones en muestra.  $Y_{hi}$  es el número de votos emitidos a favor de un partido en la casilla  $i$  del estrato  $h$ , además  $X_{hi}$  es el número de votos totales emitidos en la casilla  $i$  del estrato  $h$ ,  $L$  es el número total de estratos.

**3.4. Tamaño y forma de obtención de la muestra.** 80 secciones electorales. La variable relevante a estimar para este ejercicio de medición es la intención de voto para cada una de las fuerzas electorales que participan en el proceso. No se incluye un factor de corrección por finitud puesto que, precisamente, también se requiere conocer la proporción de participación ciudadana.

Así, se define la precisión como el máximo error que se está dispuesto a aceptar, por medio de la siguiente expresión:

$$\delta^2 = (1.96)^2 * \bar{V}(\bar{P})$$

También se le denomina el error de estimación  $\bar{V}(\bar{P})$  es el estimador de la varianza de la proporción estimada, que en este caso se establece como 0.5 por ser el valor que maximiza el error esperado.

El valor 1.96 corresponde al número de unidades de desviación estándar de la media a la que se estima el error muestral (donde el área bajo la curva normal ubicada entre la media y las ordenadas al valor referido a ambos lados es de 0.95, que es el nivel de confianza definido para la estimación).

**Así, tomando en cuenta los errores de encuestas previas similares a la que se plantea en este documento, se estableció un error de estimación máximo de 0.01398, es decir  $\delta=0.018$ . De esta manera**

$$n = \frac{1}{\delta^2} = \frac{1}{(0.018)^2} = \frac{1}{0.000324} = 3,086.42$$

La cifra anterior se redondeó a **2,579** entrevistas aproximadas (el número final puede variar de acuerdo a la dinámica de la participación ciudadana y la tasa de no respuesta), las cuales se distribuyeron en 100 secciones electorales (el procedimiento de selección se describe a continuación) y a lo largo de la jornada electoral.

#### **Selección de muestra de secciones.**

Por la naturaleza de la primera etapa se requieren estimaciones de las proporciones de voto para cada uno de los partidos. Para ello se usó la siguiente relación considerando un nivel mínimo de confianza del 95% y  $\bar{P}$  el estimador de la proporción real  $P$ :

$$n = \frac{(1.96)^2 P(1 - P) * DEFF}{\delta^2} \quad (1)$$

Para el cálculo de los parámetros involucrados en las expresiones anteriores se tomaron en cuenta las estimaciones de ensayos muestrales basados en la elección local previa a gobernador y diputados federales y locales; y usando los resultados oficiales de dichas elecciones. Como resultado de esas estimaciones, se obtuvo un DEFF de 1.4, un error típico máximo de 1.5% (varianza de 0.019%) y una proporción mínima de 1.2%. Tomando en cuenta lo anterior se realizó el cálculo sustituyendo estos valores en (1):

$$= \frac{(1.96)^2 \bar{P}(1 - \bar{P}) * DEFF}{\delta^2} = \frac{(3.8416)(0.0119)(0.988)(1.4)}{(3.8416)(0.00019)} = \frac{0.06338035}{0.00086436} = 73.3$$

El número anterior se redondeó a 80, que representa el número final de secciones electorales en la muestra final.

**3.5. Calidad de la estimación, confianza y error máximo implícito en la muestra seleccionada.** El error de estimación máximo esperado es de  $\pm 1.9\%$  al 95% de confianza.

**3.6. Tratamiento de la no respuesta.** En el estudio se registrará la no respuesta, esto es, entrevista rechazada, interrumpida o indecisión al contestar las preguntas contenidas en el instrumento de medición a través del cuestionario, así como los porcentajes que manifestaron que no privilegiaban alguna opción de respuesta, los que dijeron no saber o se manifestaron indecisos respecto de su opinión.

**4. Método de recopilación de la información.** Se realizó un ejercicio con dos componentes, la **encuesta de salida** cara a cara aplicada a los ciudadanos que emitieron su voto durante la jornada electoral y un **conteo rápido** al cierre de las casillas. Para el primer caso se empleó la técnica de símil de boleta y urna móvil, que permite preservar la secrecía y confidencialidad en la manifestación de intenciones de voto por el ciudadano ante el entrevistador.

La fecha de recolección de la información fue justamente el día en que se llevaron a cabo los sufragios, el 1 de julio 2018 durante la jornada electoral.

**5. El cuestionario o instrumentos de captación utilizados para generar la información publicada.**

El instrumento de captación de información utilizado fue un cuestionario estructurado que incluye diversas temáticas relacionadas con el proceso electoral de 2018 así como de gestión de gobierno. Para conocer la intención de voto del entrevistado se entregó una boleta donde se realizó la siguiente pregunta: “¿Por quién votó usted para gobernador de Guanajuato?” Esta hoja es parecida a una boleta electoral y se pidió al entrevistado que marcara el recuadro del partido de su preferencia. Una vez que lo hizo depositó la hoja en una mochila o urna que el entrevistador llevaba.

**6. Forma de procesamiento, estimadores e intervalos de confianza.** Los encuestadores transmitieron en tiempo real y en los cortes establecidos los resultados parciales de la

entrevistas en el caso de la encuesta de salida y de la lectura del resultado final de la o las casillas al cierre de las mismas finalizando la jornada electoral en el caso del conteo rápido. Se estableció un centro de acopio (call center) para recibir las llamadas con la transmisión de resultados de manera agregada, dichos resultados fueron vaciados en una base de datos con estructura previamente establecida y se procesó la información para obtener las estimaciones parciales y finales.

$$\bar{P} = \frac{\sum_h \frac{N_h}{n_h} \sum_i^{n_h} Y_{hi}}{\sum_h \frac{N_h}{n_h} \sum_i^{n_h} X_{hi}}$$

Los intervalos de confianza para el estimador de proporción anterior se calcularán como sigue:

$$I_{1-\alpha} = \left( \hat{p}_i - Z_{\alpha/2} \sqrt{\frac{\sigma_{\hat{p}}^2}{m}}, \hat{p}_i + Z_{\alpha/2} \sqrt{\frac{\sigma_{\hat{p}}^2}{m}} \right)$$

Donde:

$I_{1-\alpha}$  corresponde al intervalo de confianza al  $100(1-\alpha)\%$ ,  $\alpha=0.05$  (95% de confianza);

$Z_{\alpha/2} = 1.96$ ;

$\sigma_{\hat{p}}^2$  es la varianza de “ $p_i$ ”, que cuando las unidades primarias de muestreo son elegidas con probabilidad proporcional a tamaño y las secundarias de manera aleatoria simple o sistemática, puede aproximarse por:

$$\sigma_{\hat{p}}^2 = \frac{\sum_{i=1}^m (\hat{p}_i - \hat{p}_U)^2}{m - 1}$$

En donde  $m$  representa el número de secciones electorales en muestra y  $p_U$  la proporción para el total de la muestra de una opción de respuesta dicotómica en reactivo aplicado, que se estima de la siguiente manera:

$$\hat{p}_U = \sum_{i=1}^m \frac{\hat{p}_i}{m}$$

7. **Software para el procesamiento de la información.** IBM SPSS Statistics, con la base de datos en formato .sav.
8. **Base de datos.** Se entrega base de datos en formato .sav y Excel
9. **Principales resultados.** Se anexa reporte gráfico con los principales resultados.
10. **Autoría y financiamiento.**
  - a) La persona moral responsable de la encuesta de salida es Análisis de Resultados de Comunicación y de Opinión Pública, S.A. de C.V. El estudio se realizó con recursos propios de la empresa.
  - b) El diseño y la ejecución de la encuesta estuvo a cargo Efraín Hernández Carbajal.
  - c) La encuesta de salida fue publicada en la página web de la empresa responsable, así como en su portal de Facebook.
11. **Recursos económicos/financieros aplicados.** El monto involucrado en la realización del mismo fue de \$90,000.00 (Noventa mil pesos 00/100 M.N.), I.V.A. incluido.
12. **Experiencia profesional y formación académica.** Se anexa currículum de la empresa responsable.





## Boleta 1

¿Por quién votó usted para **gobernador de Guanajuato**?

 <p>Diego Sinhué Rodríguez Vallejo</p>	 <p>Gerardo Sánchez García</p>
 <p>Diego Sinhué Rodríguez Vallejo</p>	 <p>Felipe Arturo Camarena</p>
 <p>Ricardo Sheffield Padilla</p>	 <p>Diego Sinhué Rodríguez Vallejo</p>
 <p>María Bertha Solórzano Lujano</p>	 <p>Ricardo Sheffield Padilla</p>
 <p>Ricardo Sheffield Padilla</p>	Otro candidato

**ESTA BOLETA NO TIENE VALIDEZ OFICIAL**

## Guanajuato

### Boleta 2

*¿Por quién votó usted para senador de la República?*

	Alejandra Reynoso Sánchez José Erandi Bermúdez Méndez		Azul Etcheverry Aranda Gerardo Zavala Procell
	Alejandra Reynoso Sánchez José Erandi Bermúdez Méndez		Víctor Hugo Pineda Martínez Marisol Álvarez Pérez
	Marta Lucía "Malú" Micher Camarena Cuauhtémoc Becerra González		Alejandra Reynoso Sánchez José Erandi Bermúdez Méndez
	Mario Alberto Hernández Corona Sonia Bañuelos Sánchez		Marta Lucía "Malú" Micher Camarena Cuauhtémoc Becerra González
	Marta Lucía "Malú" Micher Camarena Cuauhtémoc Becerra González	Otro candidato	

**ESTA BOLETA NO TIENE VALIDEZ OFICIAL**

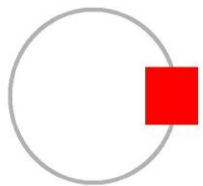
## Guanajuato

### Boleta 3

¿Por quién votó usted para **presidente de la República**?

 <p>Ricardo Anaya Cortés</p>	 <p>José Antonio Meade Kuribreña</p>
 <p>Ricardo Anaya Cortés</p>	 <p>José Antonio Meade Kuribreña</p>
 <p>Andrés Manuel López Obrador</p>	 <p>Ricardo Anaya Cortés</p>
 <p>José Antonio Meade Kuribreña</p>	 <p>Andrés Manuel López Obrador</p>
 <p>Andrés Manuel López Obrador</p>	<p><i>Candidato independiente</i></p> <p>Jaime Rodríguez Calderon "El Bronco"</p>
<p>Otro candidato</p>	

**ESTA BOLETA NO TIENE VALIDEZ OFICIAL**



arcop

encuestaarcop.com.mx

# Encuesta de salida en el estado de Guanajuato



Julio de 2018

# Metodología

**Población de estudio:**

**Electores que hayan emitido su voto en el estado de Guanajuato.**

**Fecha de levantamiento:**

**1º. de julio de 2018.**

**Tipo de muestreo:**

**Probabilístico, aleatorio, polietápico por conglomerados.**

**Tamaño de muestra:**

**En total se realizaron 2,579 entrevistas en 80 puntos de levantamiento en el mismo número de secciones electorales**

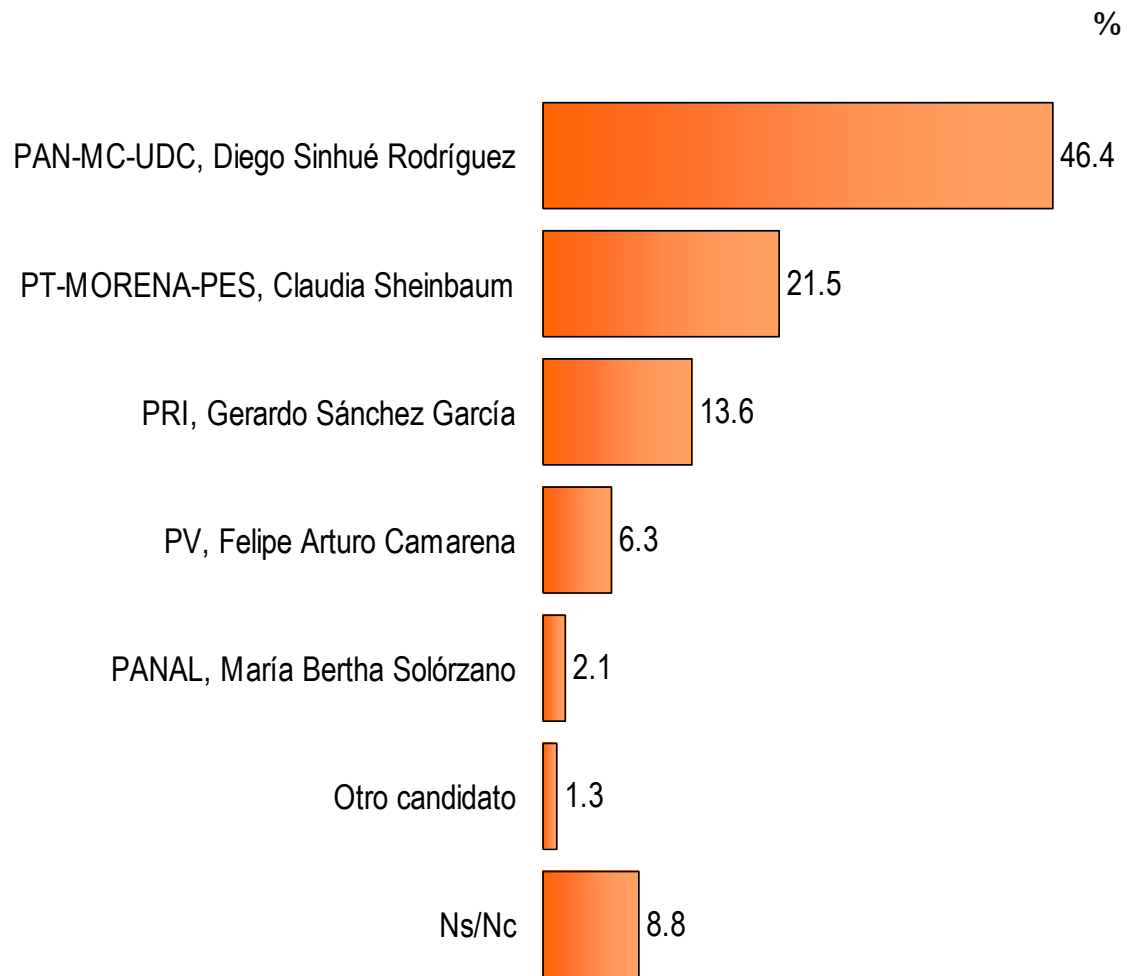
**En las secciones donde exista la casilla básica y una o varias contiguas, sólo se aplicaron cuestionarios a los votantes que salieron de las casillas básicas.**

**La selección de los entrevistados estuvo determinada por un salto sistemático de electores, cuyo intervalo fue de 3. Con este procedimiento se reprodujo la afluencia de votantes al interior de cada casilla y hacia el total de las unidades de muestreo; así se evitaron posibles sesgos derivados de diferencias en flujos y preferencias de votantes a lo largo de la jornada electoral.**

**Para garantizar el respeto a la libertad y secreto del voto, la pregunta sobre preferencia electoral fue llenada por el propio entrevistado en una papeleta que dobló y depositó en una mochila. No se solicitó ningún dato personal del entrevistado.**

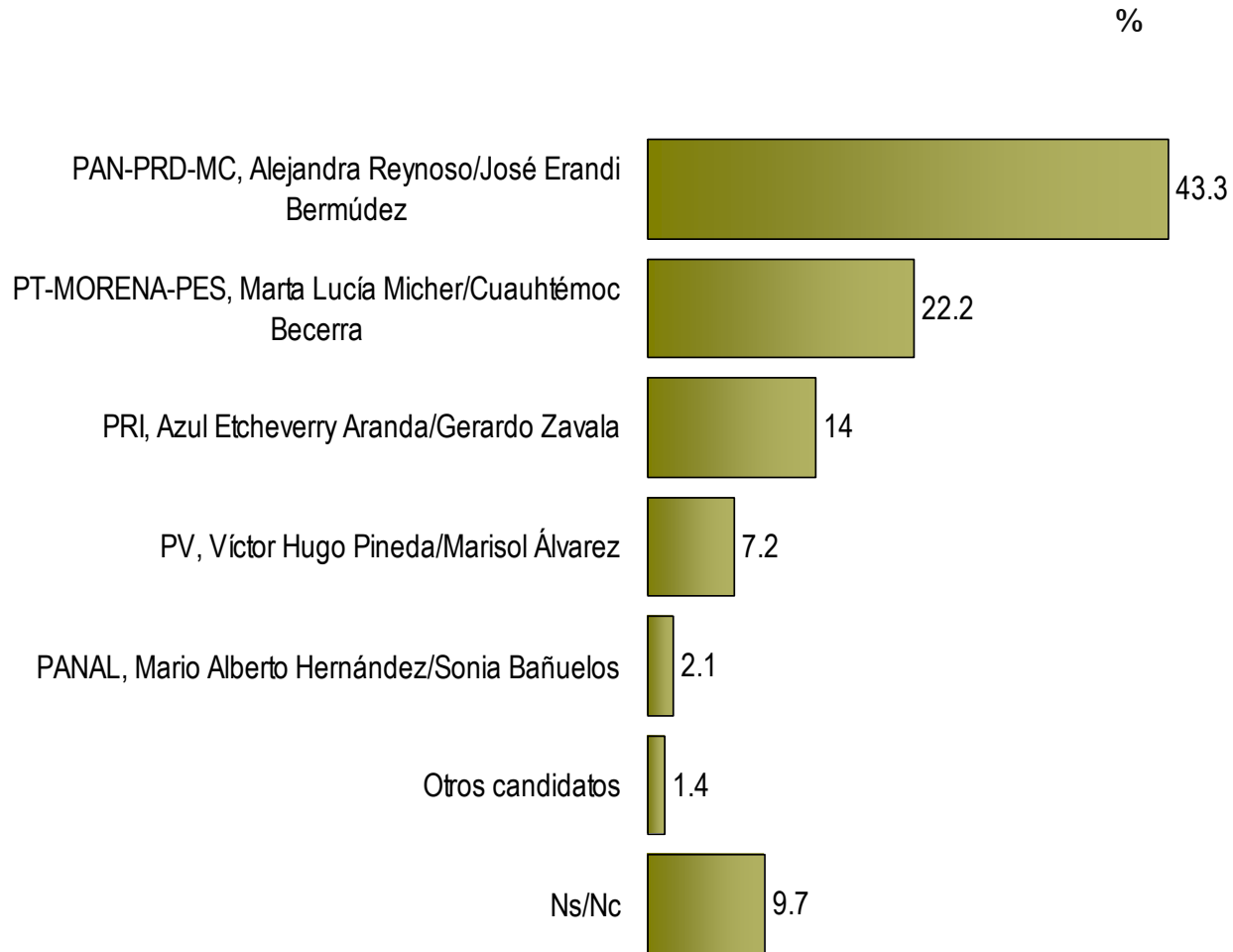


## Intención de voto para gobernador de Guanajuato





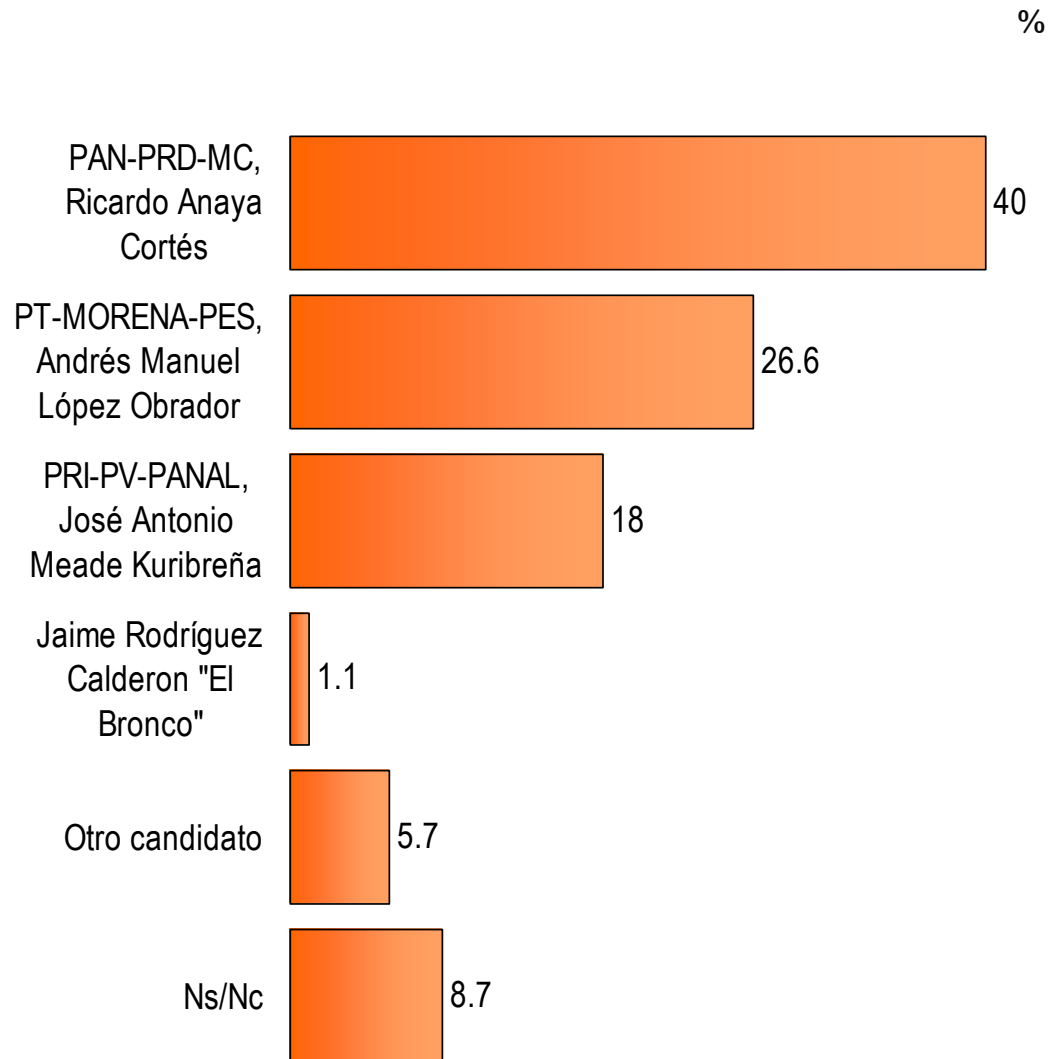
## Intención de voto para senador de la República





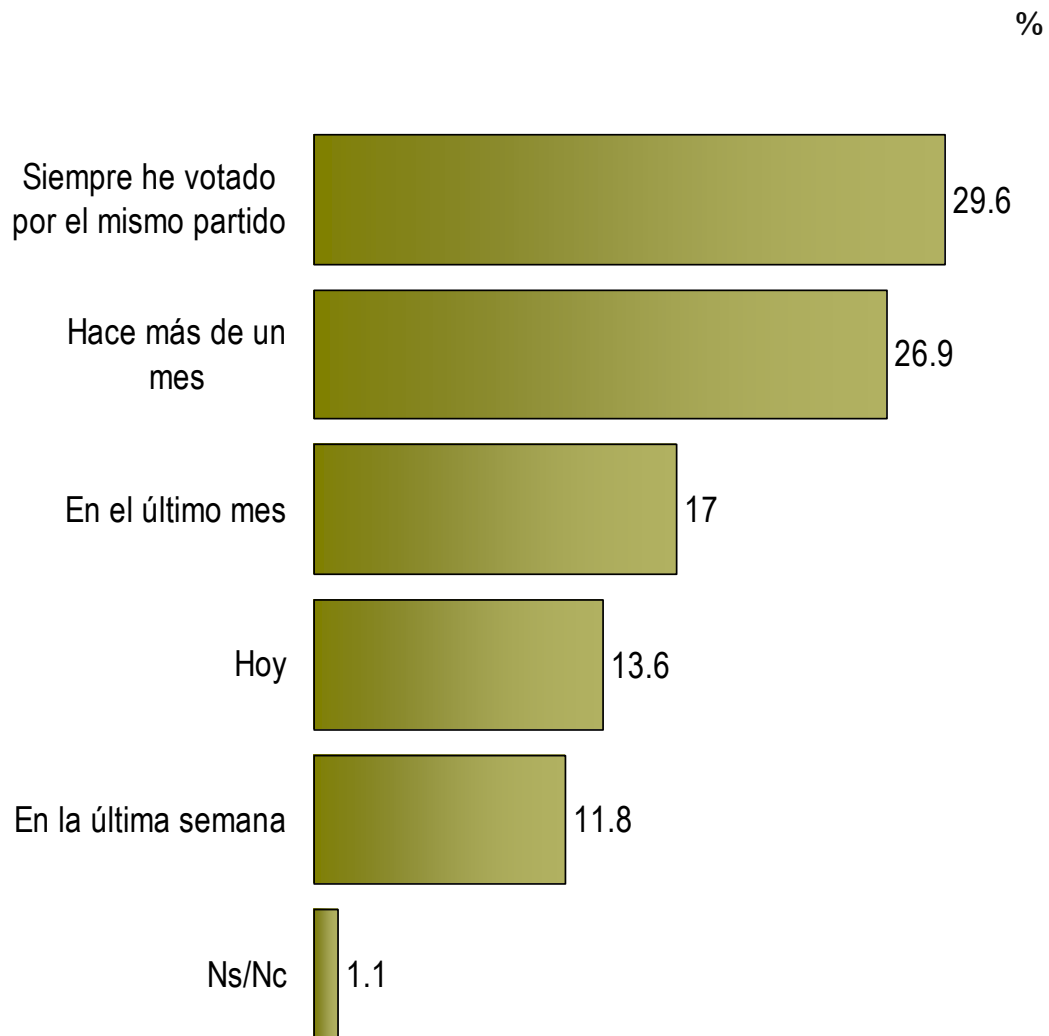


## Intención de voto para presidente de la República





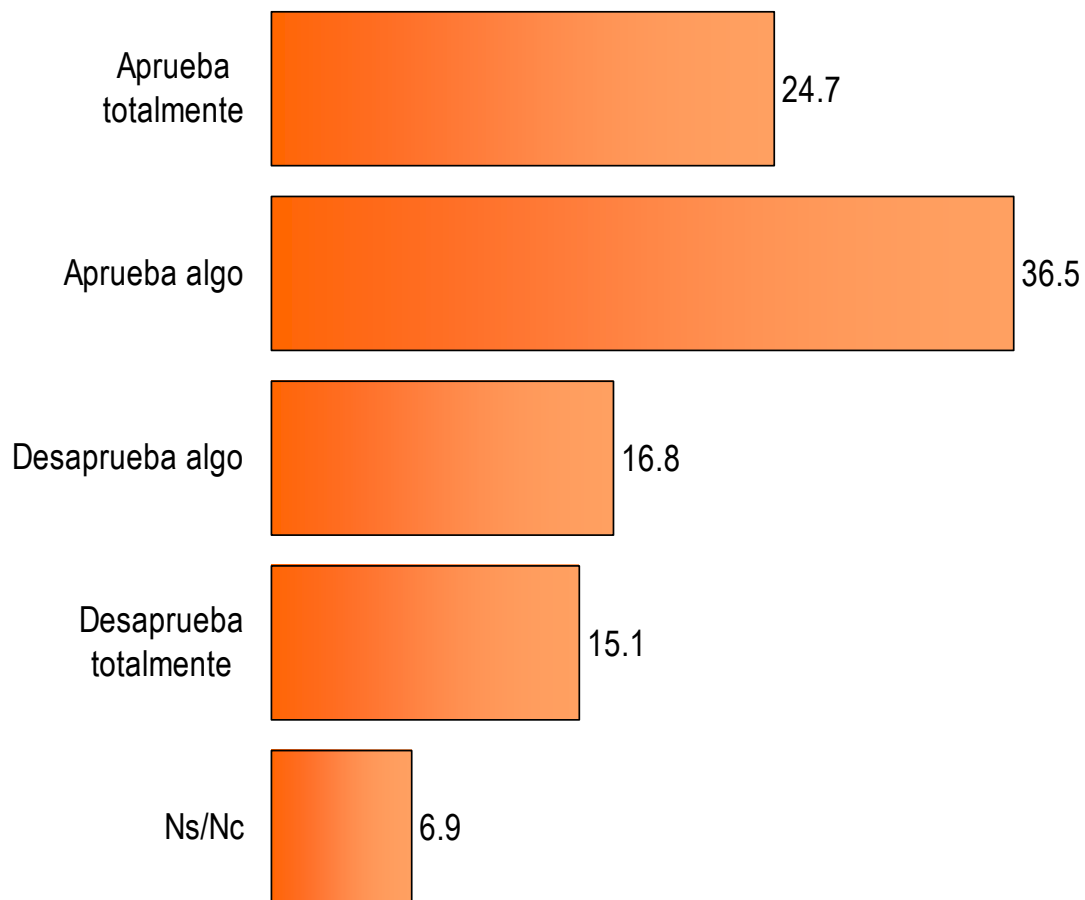
## ¿Usted cuándo decidió por quién votar para Gobernador de Guanajuato?





## En general, ¿usted aprueba o desaprueba la forma como Miguel Márquez ha hecho su trabajo como Gobernador de Guanajuato?

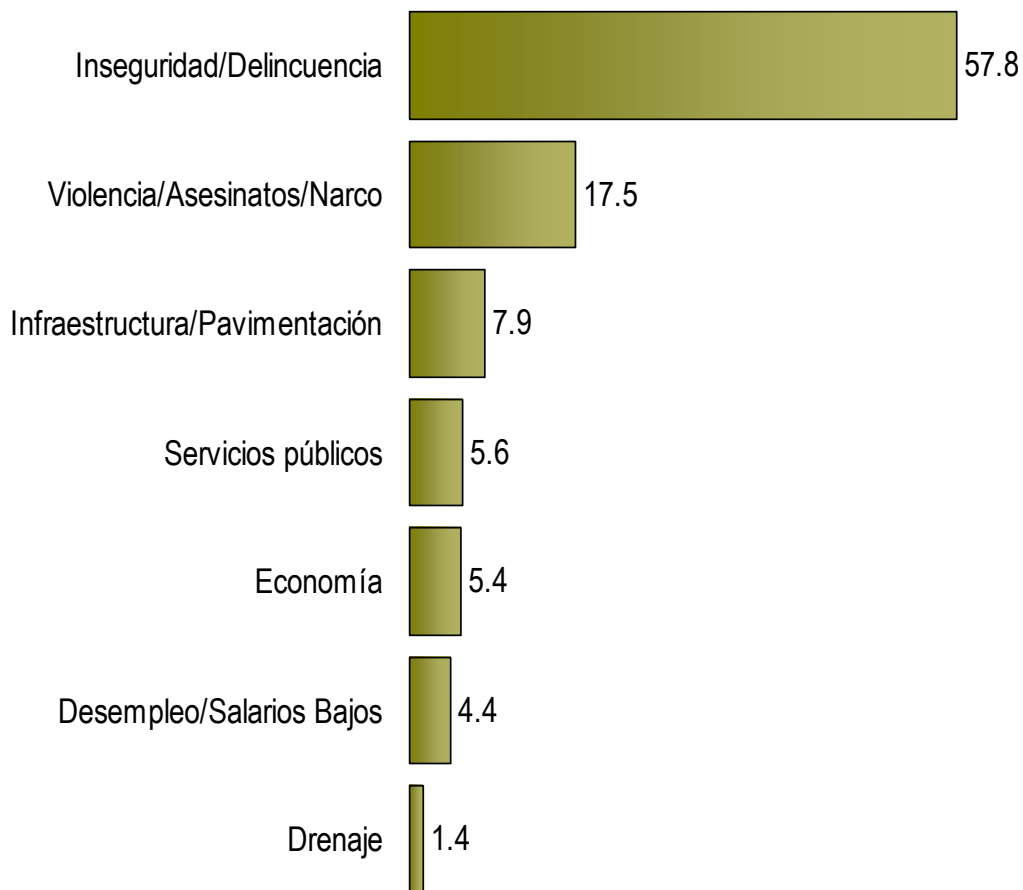
%





## ¿Cuál es el principal problema que hay en Guanajuato hoy en día?

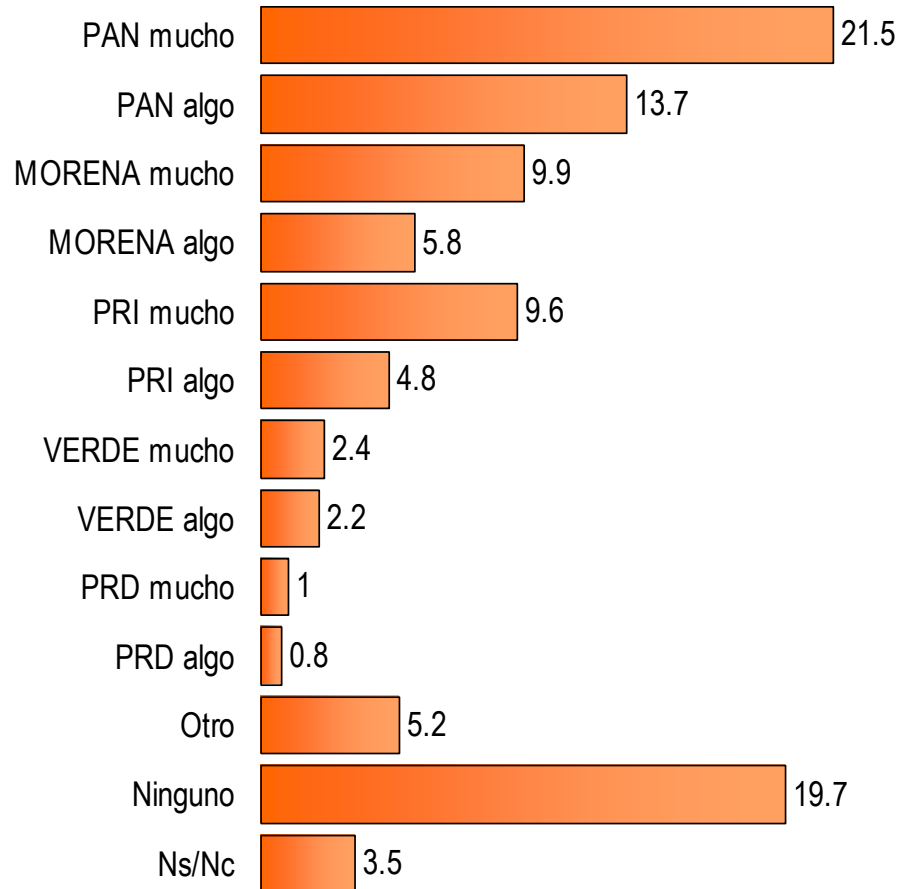
%





## ¿Con cuál partido se identifica usted más?

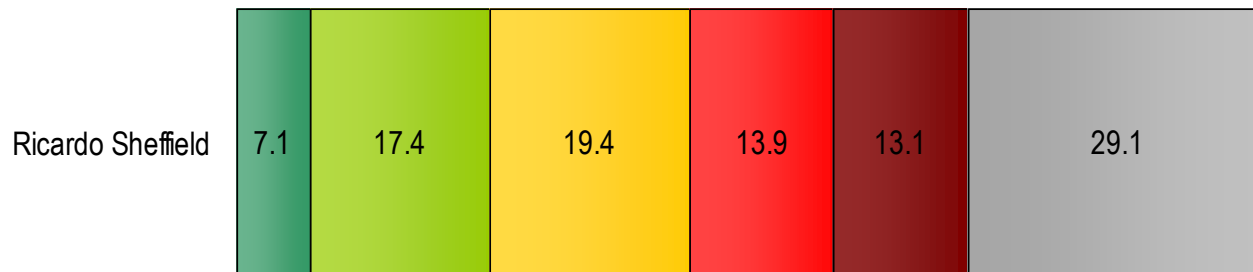
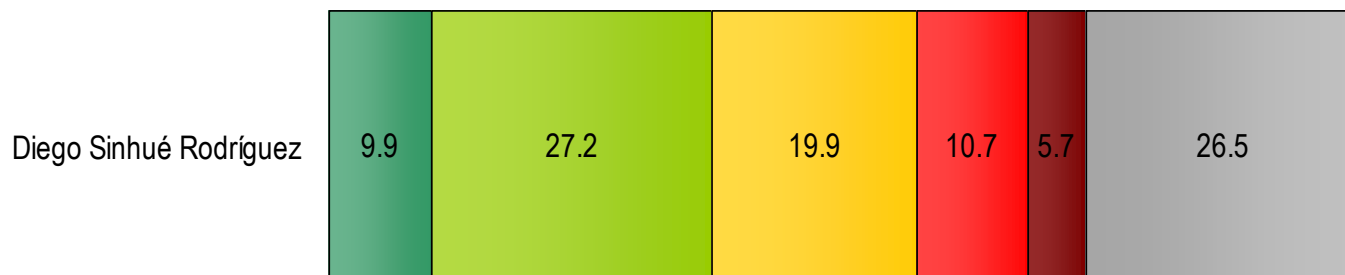
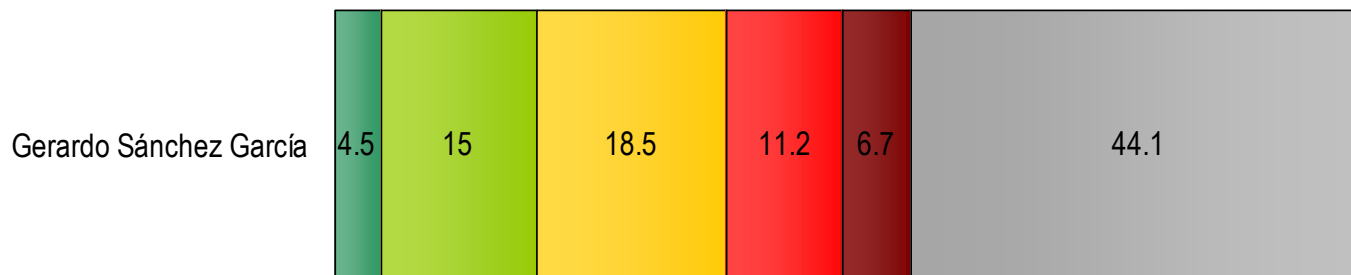
%





## ¿Me podría decir qué opinión tiene de...?

%



■ Muy buena ■ Buena ■ Regular ■ Mala ■ Muy mala ■ Ns/Nc



## Sexo

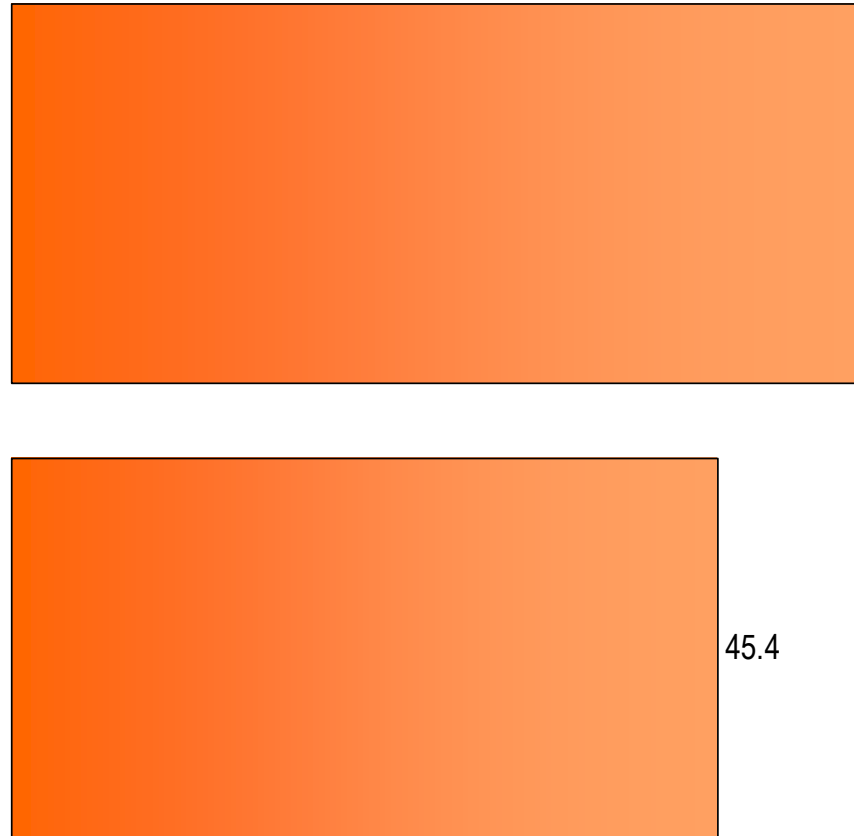
%

Mujer

54.6

Hombre

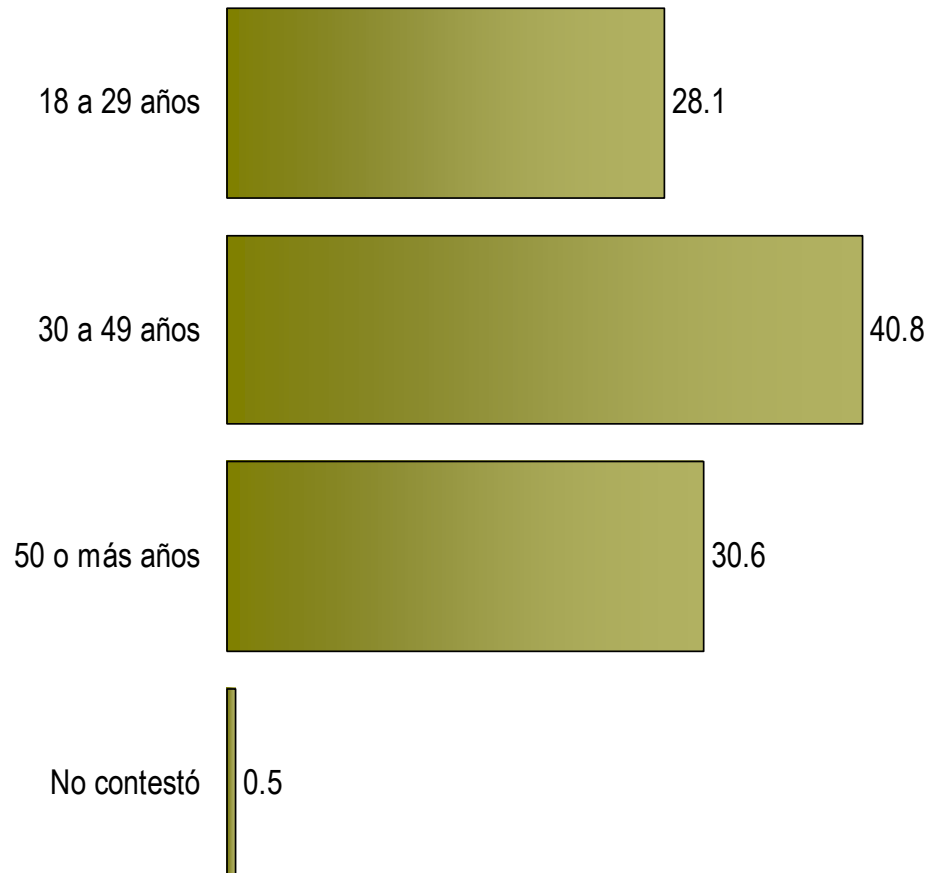
45.4





## Grupos de edad

%





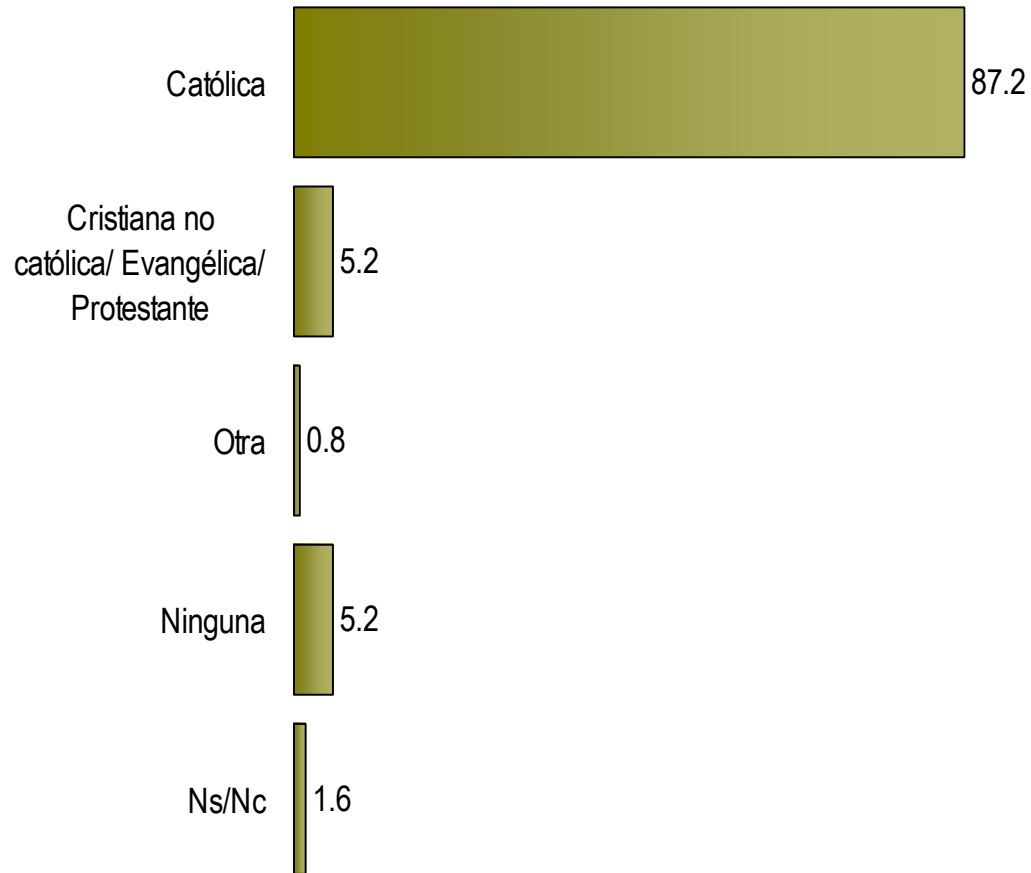


## Ocupación

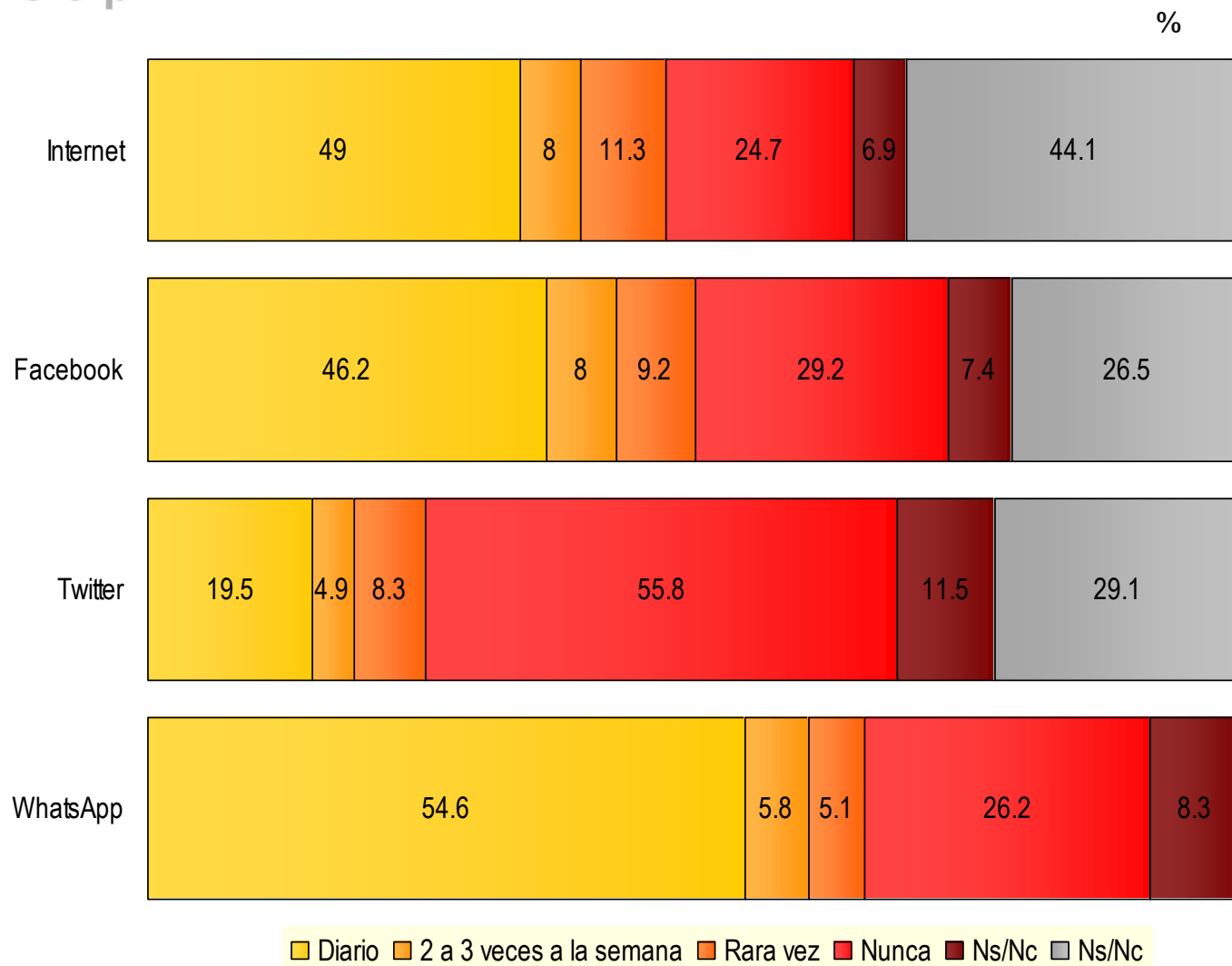


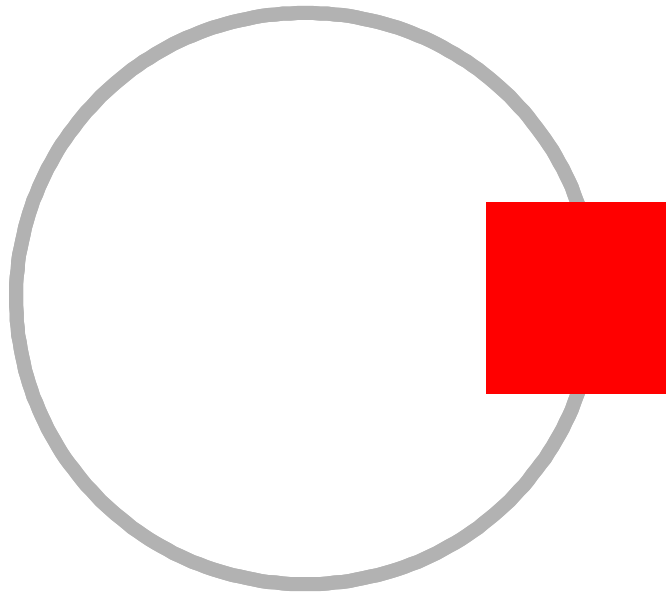
## Religión

%



## ¿Con qué frecuencia utiliza...?





arcop

## Desarrolla

- Estrategias de comunicación
- Estudios de opinión pública
- Investigaciones de mercado
- Estudios de evaluación de programas

## Beneficios

- Información requerida
- Resultados a tiempo
- Datos precisos
- Reportes de lectura fácil
- Cobertura en todo el país

**arcop** le proporciona información precisa, en el menor tiempo posible para ayudarlo a tomar decisiones estratégicas.

## Filosofía

En arcop estamos convencidos de que los proyectos se sustentan en estrategias elaboradas a partir de información útil.

**arcop** tiene como propósito ofrecer servicios de investigación de mercados y de opinión pública para proveer la información necesaria y desarrollar estrategias de mercados, políticas de gobierno, planeación de campañas y proyectos especiales.

## arcop La empresa

**arcop** se constituye en febrero de 1997. Es una compañía integrada por un grupo profesional interdisciplinario que trabaja por la excelencia, la innovación y el perfeccionamiento metodológico, atributos reflejados en los más de 3 mil estudios de opinión pública realizados por sus investigadores.

## Compromiso de calidad de arcop

Para **arcop** los estudios de opinión son útiles sólo cuando cumplen tres características:

- 1) Contribuyen a ofrecer claridad sobre los temas de dominio público.
- 2) Permiten identificar los temas de interés para los ciudadanos.
- 3) Miden la intensidad con que los distintos grupos de ciudadanos perciben esos temas.

### Estudios de mercado:

- 1) Permiten evaluar la viabilidad comercial de un proyecto.
- 2) Proponen estrategias a seguir en los rubros de productos y servicios, así como de distribución, promoción, precio y/o satisfacción de cliente.
- 3) Dan a conocer cuáles son las necesidades insatisfechas de los consumidores.

## Servicios

Desde 1997 **arcop** ha administrado más de 900,000 entrevistas y realizado más de 600 sesiones de grupo.

### Tipos de estudios

- Encuestas de opinión en viviendas y vía telefónica
- Estimación de resultados en procesos electorales
- Evaluación de gestión gubernamental
- Investigaciones sociodemográficas y económicas
- Estudios especiales de micro finanzas
- Investigaciones especializadas sobre temas de interés para nuestros clientes
- Evaluación de estrategias y políticas de comunicación
- Evaluación de publicidad y uso de medios
- Estudios de Imagen y posicionamiento de actores
- Evaluación de campañas
- Estudios de mercado
- Estudios de hábitos, usos y actitudes
- Identificación de perfil
- Evaluación de servicio y satisfacción del cliente
- Segmentación de mercados
- Identificación de estilos de vida.

## Procesos

En todos los servicios que ofrece **arcop** se toman en cuenta los siguientes procesos:

- Elaboración de cuestionarios

- Diseño y selección de muestras
- Planeación, **supervisión** y evaluación del trabajo de campo
- Levantamiento de entrevistas a nivel nacional
- Codificación y captura
- Procesamiento de información
- Análisis

## Metodologías

- Estudios cuantitativos:
  - Encuestas en campo
  - Encuestas vía telefónica
  - Encuestas de salida (Exit polls)
  - Conteos rápidos
  - Encuestas tipo panel
- Estudios cualitativos:
  - Grupos de enfoque
  - Entrevistas a profundidad
  - Estudios Antropológicos

## Alcance de arcop

**arcop** cuenta con la infraestructura necesaria para responder con rapidez y eficiencia en cualquier punto de la República Mexicana con estándares cuantificables superiores a los del mercado. Además tiene un equipo profesional, conocedor de las condiciones específicas de nuestro país,



capacitado para cubrir estudios de alto nivel, de acuerdo con sus requerimientos territoriales: nacional, estatal o municipal.

## **Algunos Clientes de arcop**

- Agencia de publicidad Vértice, Jalisco.
- Alta Rendimientos Inteligentes.
- Ayuntamiento de Tijuana, Baja California.
- Ayuntamiento de Carmen, Campeche.
- Ayuntamiento de Tecámac, Estado de México.
- Ayuntamiento de Morelia, Michoacán.
- Ayuntamiento de Cuernavaca, Morelos.
- Ayuntamiento de San Juan Del Río , Querétaro
- Ayuntamiento de Hermosillo, Sonora.
- Ayuntamiento de Orizaba, Veracruz.
- Banco Mundial.
- CEMEX.
- Central de Abasto de la Ciudad de México.
- Cold Pack Technologies, S.A.
- Comisión Nacional de los Derechos Humanos (CNDH).
- Comité Ejecutivo Nacional del Partido Acción Nacional
- Fotogrametría y Servicios Aplicados, S.A.
- Grupo Parlamentario del Partido Acción Nacional en la Cámara de Diputados.
- Gobierno del estado de Baja California.
- Gobierno del Distrito Federal.
- Gobierno del estado de Jalisco.
- Gobierno del Estado de Querétaro.

- Gobierno del Estado de Sonora.
- Gobierno del Estado de Tlaxcala.
- Grupo de Información en Reproducción Elegida, GIRE.
- Grupo Parlamentario del Partido Acción Nacional en la Cámara de Senadores.
- Instituto Nacional Electoral.
- Instituto Electoral del Distrito Federal.
- Instituto Electoral del Estado de México.
- Instituto Nacional de las Mujeres.
- McDonald's.
- Montenegro Publicidad.
- Multimedios Estrellas de Oro (Revista y Diario *Milenio* y periódico *Público de Guadalajara*).
- Neal House Meter Heart.
- Presidencia de la República.
- Pro Desarrollo.
- Revista *Tecnología Empresarial*.
- Secretaría de Economía (México Emprende).
- Secretaría de Educación Pública (INEA).
- Secretaría de Gobernación.
- Secretaría de Relaciones Exteriores Plan Puebla Panamá.
- Secretaría de Salud.
- Secretaría de Educación Pública (INEA)
- Secretaría de Turismo.
- Transparencia Mexicana, A.C.
- Universidad Iberoamericana.
- De la Calle, Mancera, Madrazo.

- Aeropuerto Internacional de la Ciudad de México.
- Asamblea legislativa del Distrito Federal.
- H. Ayuntamiento de Saltillo.
- Elecciones nacionales en Venezuela.
- Elecciones nacionales en Guyana.
- Elecciones nacionales en Guatemala.
- Fundación Japón en México.

## Logros

**ARCOP** tiene el mérito de haber realizado la encuesta preelectoral más precisa y cercana al resultado final de la elección para Presidente de la República en el 2000.

Encuesta	Agencia	Fecha de levantamiento	Casos	Tipo	Acertó al ganador		AC-Fox	PRI -Labastida	AM-Cárdenas	Otros	Error total
						PREP (2)	43.6	36.6	16.9	2.9	
1	Arcop	12-18 jun	1,400	Domicilios	Sí	Preferencia electoral	43	38	17	3	
						Error absoluto	0.6	1.4	0.1	0.1	2.3
2	Democracy Watch	16-19 jun	1,542	Domicilios	Sí	Preferencia electoral	41	36	20	3	
						Error absoluto	2.6	0.6	3.1	0.1	6.4
3	Demotecnia	ND	2,054	Domicilios	Sí	Preferencia electoral	44	34	16	6	
						Error absoluto	0.4	2.6	0.9	3.1	6.9
4	Alduncin	6-12 jun	2,095	Calle	Sí	Preferencia electoral	41	35	20	4	
						Error absoluto	2.6	1.6	3.1	1.1	8.4
5	Reforma	17-18 jun	1,545	Domicilios	No	Preferencia electoral	39	42	16	3	
						Error absoluto	4.6	5.4	0.9	0.1	11.0
6	Consultores y Marketing Político	15-19 jun	1,800	Domicilios	No	Preferencia electoral	38	41	18	3	
						Error absoluto	5.6	4.4	1.1	0.1	11.3
7	Milenio / ACNielsen	12-19 jun	2,489	Domicilios	No	Preferencia electoral	39	43	16	3	
						Error absoluto	4.6	6.4	0.9	0.1	12.0
8	Greenberg-Pearson	17-19 jun	1,309	Domicilios	No	Preferencia electoral	39	43	15	3	
						Error absoluto	4.6	6.4	1.9	0.1	13.0

## Resultados electorales sobresalientes de arcop

- Campaña elección a Presidente de la República 2000
- Campaña elección a Gobernador en Jalisco
- Campaña elección a Gobernador en Baja California
- Campaña elección a Gobernador en Yucatán
- Campaña electoral en San Luis Potosí
- Campaña electoral en Ciudad Juárez, Chihuahua
- Campaña elección a Presidente de la República 2006
- Campaña elección a Gobernador en Sonora 2009

## Algunos proyectos destacados de arcop

- **Ahorro Popular en zonas marginales de México.** Estudio del Banco Mundial que consistió en la realización de grupos focales y la aplicación de encuestas en zonas de alta marginalidad del país: Hidalgo, Oaxaca y Puebla. El objetivo del estudio fue conocer el nivel de ahorro de los individuos y de las familias en zonas con escasos recursos.
- **Transparencia Mexicana, A.C.** Estudios estatales sobre la percepción y prácticas de los mexicanos relacionadas con la corrupción.

## Investigadores de arcop

**Rafael Giménez Valdés Román**

**Director General**

Rafael Giménez es reconocido como uno de los más altos estrategas políticos del país. Bajo su liderazgo **arcop** se ha desarrollado como una de las agencias de investigación de opinión pública y mercadotecnia más importantes de México.

En los últimos 15 años ha participado en la vida política mexicana a nivel estatal y nacional.

Fue subdirector de Estudios Coyunturales en la Asesoría Técnica de la oficina de la Presidencia de la República.

En 1993 fue Asesor en Estudios de Opinión Pública en el Banco Nacional de México.

En 1994 fue Director de Estudios Especiales en Opinión Profesional.

Fue Director del Departamento de Investigación del diario Reforma, donde fundó el área de encuestas de este medio en 1994.

En 1999 fue Director de Investigación de Estudios de Opinión y de Mercado del Grupo Editorial Multimédios.

Cuenta con más de 800 publicaciones en materia de encuestas y estudios de opinión en periódicos como Reforma, El Norte, Crónica de Mexicali, El Imparcial de Hermosillo, AM. de León, Milenio Diario, Este País, entre otros.

Entre 1996 y 2006 impartió cursos en el Instituto Tecnológico Autónomo de México (ITAM) como profesor de Opinión Pública en la Licenciatura de Ciencia y de investigación de opinión pública en el Diplomado de Mercadotecnia Política en el ITAM.

Asesor en Análisis Estratégico en la Presidencia de la República entre diciembre de 2006 y diciembre de 2007.

Coordinador de Opinión Pública en la Presidencia de la República de 2008 a 2012.

Director general de ARCOP de 1999 a 2006 y de 2013 a la fecha.

Es egresado de la carrera de Ciencia Política por el ITAM.

Es Maestro en Ciencia Política por la Universidad de Connecticut.

### **Efraín Hernández Carbajal**

#### **Director de Proyectos cuantitativos**

Efraín Hernández es Director de Estudios Cuantitativos; colabora en arcop desde sus inicios. De 1993 a 1996 fue Jefe de Departamento y Subdirector en la Asesoría Técnica de la Presidencia de la República, coordinó y realizó investigaciones sobre opinión pública, particularmente encuestas telefónicas y grupos de enfoque.

En 1996 fungió como Asesor en la Unidad de Estudios y Proyectos Especiales del Gobierno del Estado de México.

En 1997 fue investigador de la Fundación Rafael Preciado Hernández donde se especializó en estudios electorales.

Ha publicado en la revistas Bien común y gobierno y en Milenio semanal, así como en el sitio de Internet presidenciables.com

Estudió Administración Pública en El Colegio de México en 1992.

### **Honorio Mateos López**

#### **Director de proyectos cualitativos.**

Estudió la licenciatura en Ciencia Política y Administración Pública en la Universidad Nacional Autónoma de México.

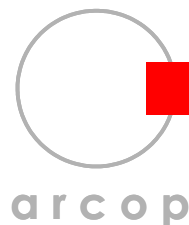
Se desempeñó como Jefe de departamento de estudios Coyunturales de la Asesoría Técnica de la Presidencia de la República, donde coordinó y realizó investigaciones sobre opinión pública a través de encuestas y grupos de enfoque.

Fue Subdirector de Estudios en la Dirección General de Atención a Víctimas en la PGJDF.

Coordinó el área operativa del Departamento de Investigación en el diario Reforma, donde publicó artículos de opinión pública sobre política y temas de coyuntura.

También ha participado con artículos en diversas publicaciones, como en la revista Bien Común y Gobierno.

Su área de especialización es el diseño, desarrollo y evaluación de grupos de enfoque en temas electorales, evaluación de autoridades, temas coyunturales, investigación social e investigación de mercados.



[www.arcop.com.mx](http://www.arcop.com.mx)

**Zaragoza 91-6, Miguel Hidalgo, Tlalpan**

**México, D.F. 14260**

**5554-363657 y 5554- 069510**

[arcop@arcop.com.mx](mailto:arcop@arcop.com.mx)

[hmateos@arcop.com.mx](mailto:hmateos@arcop.com.mx)

[efrain@arcop.com.mx](mailto:efrain@arcop.com.mx)