

Adrián Villegas Carrasco.



Semblanza profesional:

Adrián Villegas tiene una larga experiencia en el campo de la investigación de la opinión pública realizando estudios para las principales instituciones de la administración pública federal así como para diferentes partidos políticos y numerosos medios de comunicación e importantes empresas nacionales y transnacionales de la iniciativa privada.

Durante los últimos 25 años ha dirigido más de mil estudios de investigación cuantitativa y cualitativa, de alcance nacional, regional, estatal y municipal.

Desde hace dos años es Director de Investigación y Desarrollo del Gabinete de Comunicación Estratégica. Responsable del diseño técnico y análisis de todos los estudios electorales y sociales de la firma; además de impulsador del uso de nuevas técnicas de investigación y análisis estadísticos equiparables a los trabajos que, en materia de innovación, se están haciendo en otros países. El área de modelos estadísticos de la firma es una de las más avanzadas en México dentro del mercado de agencias de investigación de la opinión pública. Responsable técnico de algunos de los productos editoriales de la empresa tales como: Las ciudades más habitables de México y Así somos los mexicanos.

Anteriormente fue Director de Estudios Políticos y de Gobierno de Ipsos Bimsa, empresa multinacional, durante cuatro años. En ese lapso dirigió los conteos rápidos de todas las delegaciones del Distrito Federal durante dos procesos electorales por encargo del IEDF. También dirigió encuestas de salida y conteos rápidos para varias contiendas gubernamentales y municipales. Estos trabajos los realizó para diferentes partidos políticos. Es relevante mencionar las decenas de estudios pre-electorales que supervisó para contiendas tanto presidenciales, como gubernamentales, municipales y de jefaturas delegacionales. Al mismo tiempo fungió como director técnico de estudios de impacto de campañas de comunicación social para múltiples dependencias del gobierno federal, así como estudios de opinión para organismos internacionales.

También fue Director Técnico de Covarrubias y Asociados y Pulso Mercadológico por 19 años, agencias totalmente nacionales. Durante ese período dirigió las encuestas de salida y conteos rápidos de las elecciones presidenciales del 2000 y del 2006. Las primeras para AZTECA TV y las segundas para uno de los dos más importantes partidos políticos del 2006. Durante los 19 años de trabajo como director fue responsable de algunos de los primeros ejercicios demoscópicos que se hicieron a principios de la década de los 90's, justo en varias de las entidades donde se comenzaron a dar transiciones democráticas. Coordinó múltiples estudios de opinión para diferentes consejeros presidentes del IFE (Woldenberg, Ugalde y Zurita). Adicionalmente fue evaluador externo de varios programas sociales del gobierno federal. Aparte de lo anterior tuvo bajo su responsabilidad los sistemas de auscultación

de la opinión pública de la comunidad universitaria para los rectores de la UNAM, Dr. Sarukhán y Dr. Barnés. También dirigió centenas de estudios de investigación de mercado para varias de las principales empresas privadas de México.

Ha sido parte del desarrollo de la industria de la investigación de mercados y opinión pública de México; desde la formación de la Asociación Mexicana de Agencias de Investigación de Mercado y Opinión Pública (AMAI), de la cual fue Vicepresidente para el bienio 2009-2010 y coordinador del Comité de Niveles Socioeconómicos durante el período 1999 a 2005. Durante su labor como coordinador del comité antes mencionado se diseñó el primer modelo estadístico de tipo “arborescente” que sirvió durante más de 8 años como el modelo que utilizó toda la industria de la investigación de mercados en México para clasificar los hogares por nivel socioeconómico.

Actualmente es profesor en la división de Extensión Universitaria y Desarrollo Ejecutivo del ITAM en el área de investigación de mercados.

Miembro de diferentes comités de programa para eventos mundiales y regionales de ESOMAR (Sociedad Europea para la Investigación en Opinión y Marketing); además de ponente y “tallerista” en seminarios y congresos latinoamericanos y mexicanos, así como en diversas instituciones de educación superior.

Algunos de sus artículos en materia electoral han sido publicados en las revistas Voz y Voto y Este país.

Difunde sistemáticamente resultados de estudios de opinión pública en los noticieros “Enfoque” del grupo NRM y Telefórmula de Radio Fórmula.

En estos momentos sus principales intereses de investigación se refieren al empleo de métodos mixtos para la investigación, así como en el empleo del concepto “analytics” para situaciones de optimización de la toma de decisiones en grandes instituciones públicas y privadas.

Antes de dedicarse de lleno a la investigación de la opinión pública y de mercados fue parte del staff responsable de la comunicación social de los Rectores de la UNAM, Dr. José Sarukhán y Dr. Jorge Carpizo (q.e.p.d.).

Es egresado de la carrera de Ingeniería en Comunicaciones y Electrónica del IPN y tiene estudios de posgrado en comunicación social en Emerson College en Boston, Mass. Además de ser miembro de AAPOR (American Association for Public Opinion Research).

Mail: avillegas@gabinete.mx

Twitter: @adrianvcarrasco