

Personas Físicas y Morales que acreditaron su registro ante el IETAM para realizar encuestas de Salida y/o Conteos Rápidos en la jornada electoral del 2 de junio de 2019

No.	Persona Física o Moral
1	Mendoza Blanco & Asociados S.C.
2	Buendía & Laredo S.C.
3	Instituto de Mercadotecnia y Opinión S.C.
4	Parametría S.A de C.V.

LA PRESENTE DOCUMENTACIÓN SE TESTÓ, EN VIRTUD DE QUE CONTIENE INFORMACIÓN CONFIDENCIAL, MISMA QUE DEBER SER PROTEGIDA, CON FUNDAMENTO A LO ESTABLECIDO EN EL ARTÍCULO 116 DE LA LEY GENERAL DE ACCESO A LA INFORMACIÓN PÚBLICA, EN RELACIÓN A LOS ARTÍCULOS 3 FRACCIÓN XVIII, 65 FRACCIÓN VI, 115 Y 120 DE LA LEY DE TRANSPARENCIA Y ACCESO A LA INFORMACIÓN PÚBLICA DEL ESTADO DE TAMAULIPAS; Y, EN CUMPLIMIENTO A LOS DISPOSITIVOS 4 PÁRRAFO PRIMERO Y 5 DE LA LEY DE PROTECCIÓN DE DATOS PERSONALES EN POSESIÓN DE LOS SUJETOS OBLIGADOS DEL ESTADO DE TAMAULIPAS.

INSTITUTO ELECTORAL DE TAMAULIPAS Ciudad de México, a 23 de abril de 2019

Mtro. José Francisco Salazar Arteaga
Secretario Ejecutivo
Instituto Electoral del Estado de Tamaulipas

PRESENTE

RECIBIDO
Lic A Palaceto
24 ABR 2019
10:40 HRS

FOLIO 20190424003
OFICIALIA DE PARTES
PRESENTA: Miguel Avalos
ANEXA: Metodología p/ realizar encuesta de salida y conteo rápido.

Por medio del presente, me permito solicitar a usted el registro de la empresa que legalmente represento, Buendía & Laredo S.C., como una empresa autorizada por la autoridad electoral correspondiente para llevar a cabo un estudio de opinión pública en Tamaulipas, donde se llevará a cabo la elección de diputaciones el día 2 de junio.

Dicho estudio comprende la realización de una encuesta de salida y un conteo rápido con motivo del proceso electoral en el cual se elegirá diputados y cuya cobertura geográfica comprenderá secciones ubicadas dentro de Tamaulipas. La encuesta de salida y el conteo rápido se realizarán en una muestra de 100 secciones electorales (dependiendo del cargo).

La dirección de Buendía & Laredo S.C. es: Zamora 200, Colonia Condesa, Delegación Cuauhtémoc, C.P. 06140. Al momento de presentarse esta solicitud, aún no contamos con ninguna orden de trabajo confirmada proveniente de persona física y/o moral para la realización de la encuesta de salida y conteo rápido. De ser el caso, Buendía & Laredo notificará a la autoridad electoral correspondiente la información necesaria sobre el financiamiento del ejercicio.

Agradezco de antemano la atención puesta a la presente solicitud. Quedo en espera de su respuesta y quedo a su disposición para cualquier duda o aclaración.

Atentamente



Jocelyn Rodríguez Laredo
Representante legal
Buendía & Laredo S.C.

INSTITUTO ELECTORAL DE TAMAULIPAS
RECIBIDO
24 ABR 2019
COMUNICACIÓN SOCIAL
1:44pm

INSTITUTO ELECTORAL DE TAMAULIPAS
RECIBIDO
13-25
24 ABR 2019
SECRETARÍA EJECUTIVA

**[ANEXO PARA REALIZAR
ENCUESTA DE SALIDA Y
CONTEO RÁPIDO DURANTE
LA JORNADA ELECTORAL DEL
2 DE JUNIO]**

Contenido

1. Denominación de la persona moral interesada.....	2
2. Objetivos del estudio.....	2
3. Marco de Muestreo	2
4. Diseño de Muestra	2
5. Método de recolección de información	4
6. Formato de procesamiento estimadores e intervalos de confianza.....	4
7. Denominación del software que se pretende utilizar para el procesamiento de la información ..	4
8. Financiamiento	4

1. Denominación de la persona moral interesada

Buendía & Laredo, S.C.

2. Objetivos del estudio

Estimar las tendencias de los resultados de la elección para diputados en Tamaulipas el día de 2 de junio de 2019. La estimación de tendencias se realizara través de una encuesta de salida y un conteo rápido.

3. Marco de Muestreo

El marco de muestreo consiste en el listado de las secciones electorales que provienen de las siguientes fuentes de información:

- **Concentrado General de Secciones Electorales**
- **Catálogo de secciones**
- **Listado de ubicación de casillas aprobado por los Consejos Distritales para el Proceso Electoral 2019**

4. Diseño de Muestra

Público Objetivo

Personas de 18 años o más con credencial de elector que asistirán a votar el día de la jornada electoral.

Procedimiento de selección de unidades

La muestra de secciones electorales se seleccionará mediante un muestreo probabilístico; esto es, se conocerá a priori las probabilidades de selección de las secciones. Las características del proceso de selección son las siguientes.

En la primera etapa de selección, las secciones son asignadas a estratos mutuamente excluyentes. Luego, se asigna a los estratos un tamaño de muestra proporcional su número de electores en el listado nominal. Finalmente, en cada estrato, se seleccionan secciones electorales mediante muestreo sistemático y con probabilidad proporcional al número de personas registradas en el listado nominal.

Con respecto a la encuesta de salida, hace falta una consideración; en el conteo rápido las unidades de muestreo son las secciones, mientras que en la encuesta de salida las unidades de muestreo son los votantes. Entonces, es necesario considerar a la selección de votantes dentro de una sección. En cada sección, se entrevistarán a votantes en el lugar donde se ubique la casilla básica de la sección. Los votantes se seleccionaran mediante un muestreo sistemático con fracción

½. Luego, para tratar de evitar inconveniencias a los entrevistados derivadas de permanecer un tiempo significativo en un lugar de votación, el entrevistador se moverá a otro lugar de votación a la mitad de la jornada electoral siempre que sea posible.

Procedimiento de estimación

Los resultados de la encuesta de salida y conteo rápido se presentarán como estimadores ponderados, eliminando la no respuesta (Preferencia efectiva). El ponderador muestral es el recíproco de la probabilidad de selección.

Tamaño y forma de obtención de la muestra

El tamaño de la muestra para el conteo rápido se muestra en la tabla de abajo:

Proyecto	Tipo de elección	Número de secciones en muestra
Tamaulipas	Diputaciones	100 (dependiendo el cargo)

Dado que no es posible anticipar el número de entrevistados el día de la elección, no es posible fijar un tamaño de muestra fijo para la encuesta de salida.

La forma de obtención de la muestra se especifica en el apartado anterior.

Calidad de estimación: confianza y error máximo implícito en la muestra seleccionada.

Para el caso de conteo rápido, asumiendo una desviación estándar máxima de las preferencias entre las secciones electorales de 0.12, la semiapertura del intervalo de confianza para el estimador de una preferencia electoral (fijando en 100 el número de secciones electorales en muestra) es de 2.4 puntos porcentuales al 95% de confianza.

Tratamiento de la no-respuesta

Se asume que la preferencia electoral es igual para las personas que no contestan la entrevista y aquellas que sí lo hacen y, por ende, se elimina la “no respuesta” y se reparte en partes proporcionales.

5. Método de recolección de información

- **Encuesta de salida:** Entrevistas personales (cara a cara) a votantes mediante la aplicación de un cuestionario estructurado. Las respuestas de los votantes se registraran en cuestionarios de papel por los entrevistadores y las entrevistas se realizaran en una muestra probabilística de secciones.
- **Conteo rápido:** Acopio de información electoral al cierre de las casillas en una muestra probabilística de secciones el día de la elección.

6. Formato de procesamiento estimadores e intervalos de confianza

Los resultados de la encuesta se presentan como estimadores ponderados, eliminando la no respuesta (Preferencia efectiva). El ponderador muestral es el recíproco del producto de las probabilidades de selección.

Para el caso de conteo rápido, asumiendo una desviación estándar máxima de las preferencias entre las secciones electorales de 0.12, la semiapertura del intervalo de confianza para el estimador de una preferencia electoral (fijando en 100 el número de secciones electorales en muestra) es de 2.4 puntos porcentuales.

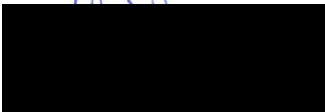
7. Denominación del software que se pretende utilizar para el procesamiento de la información

Para generar los estimadores e intervalos de confianza Buendía&Laredo generó un software estadístico propio.

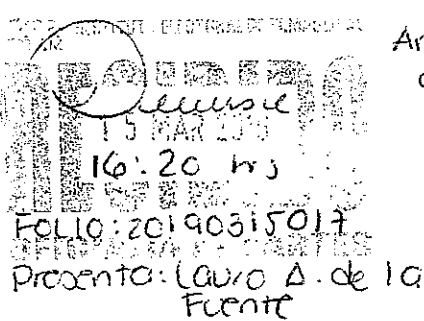
8. Financiamiento

Al momento de presentarse esta solicitud, aún no contamos con ninguna orden de trabajo confirmada proveniente de persona física y/o moral para la realización de la encuesta de salida y conteo rápido. De ser el caso, Buendía & Laredo notificará a la autoridad electoral correspondiente la información necesaria sobre el financiamiento del ejercicio.

Atentamente,


Joelynn Rodríguez Laredo

Representante legal



Anexa: 01 tarjeta de presentación.

Ciudad de México, a 14 de marzo de 2019
Oficio No. MEBA-CEETAMPS-005

Mtro. José Francisco Salazar Arteaga
Secretario Ejecutivo
Instituto Electoral de Tamaulipas
Presente

Estimado Mtro. José Francisco Salazar Arteaga,

Sirva la presente para expresar la intención de Mendoza Blanco & Asociados, S.C. de llevar a cabo los ejercicios de encuesta de salida y conteo rápido el próximo domingo 2 de junio de 2019, lo anterior con motivo del proceso electoral que se llevará a cabo en el estado de Tamaulipas en el que se elegirán 22 Diputaciones.

Algunos de nuestros clientes, medios de comunicación y otros organismos, nos han expresado su interés en que realicemos dichos ejercicios y nos han solicitado que realicemos los trámites necesarios para su ejecución, por lo que en este momento deseamos informarles nuestra intención de realizarlos.

Para tales estudios, estaremos cumpliendo con lo publicado por el Instituto Nacional Electoral referente a las encuestas por muestreo, sondeos de opinión, encuestas de salida y conteos rápidos no institucionales. Dado lo anterior, se anexan a la presente los criterios generales de carácter científico que deben adoptar las personas físicas y/o morales que pretendan llevar a cabo encuestas por muestreo para dar a conocer las preferencias electorales o tendencias de la votación.

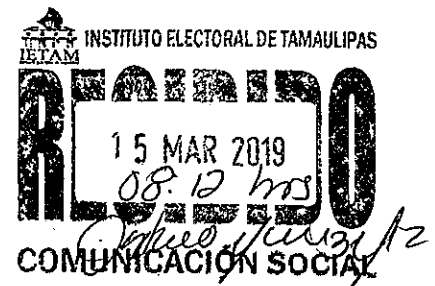
Mendoza Blanco & Asociados, S.C. ha realizado en forma exitosa este tipo de ejercicios por más de 20 años. Si hubiera cualquier duda, comentario o necesidad de información adicional, por favor no dude en comunicarse conmigo.

Aprovecho la oportunidad para enviarle un cordial saludo.

Atentamente,



Mtra. Erica Alejandra Mendoza Marín
Socia Directora y Representante Legal
Mendoza Blanco & Asociados, S.C.



Criterios Generales de Carácter Científico

1. Objetivos del estudio.

Generar estimaciones de alta precisión durante la jornada electoral 2019 respecto a la evolución en las preferencias de Diputados Locales en los 22 Distritos Locales de Tamaulipas.

2. Marco muestral.

El marco muestral está constituido por las estadísticas desagregadas a nivel de casillas electorales elaboradas por el Instituto Nacional Electoral. Esta información detalla a nivel de Sección Electoral el Municipio, el Distrito Electoral Federal, el Distrito Electoral Local, tipo de Sección, tipos de Casilla a instalarse y la Lista Nominal por casilla.

En adición a estas estadísticas, y para efectos de ubicación de las casillas durante el día de la jornada, se utilizará el detalle de la ubicación de casillas elaborado por el propio Instituto Nacional Electoral.

3. Diseño muestral.

a) Definición de la población objetivo.

Encuesta de salida: El universo son los electores que acuden a votar a las casillas, mismos que se encuestan a la salida después de haber sufragado.

Conteo rápido: El universo son los resultados publicados por los funcionarios de casillas una vez cerradas y contabilizados los respectivos sufragios.

b) Procedimiento de selección de unidades.

El tipo de muestreo será en todos los casos estrictamente probabilístico y polietápico aleatorio. Las muestras correspondientes en cada estado serán extraídas de manera independiente. Al interior de cada estado las muestras serán estratificadas, adicionalmente, y de acuerdo con los intereses de la investigación, por distrito federal, distrito local y/o municipio cruzados en todos los casos con tipo de sección (urbana, mixta y rural).

Los totales de secciones en muestra por estrato serán determinados aproximadamente de manera proporcional a la lista nominal, así como en función de la variabilidad del voto dentro de cada estrato en elecciones anteriores.

Para la encuesta de salida en todos los casos, se utilizará una selección de unidades en cada etapa de muestreo con probabilidad proporcional al tamaño (PPT), donde el tamaño en todos los casos será la lista nominal de la unidad. La única excepción a esta regla es la

última etapa de muestreo donde se seleccionan personas a entrevistar, seleccionadas con probabilidades iguales mediante un muestreo sistemático a la salida de casillas después de haber sufragado.

La selección de las etapas de muestreo dependerá del nivel de elección de que se trate, pudiendo ser estados, distritos federales, distritos locales o municipios, secciones electorales y la selección de los votantes en las casillas.

En esta encuesta se estudiarán las preferencias electorales mediante el registro de cinco variables para describir tanto el perfil de los votantes como el momento de decisión del voto.

Para el conteo rápido, en todos los casos se utilizará una selección de unidades en cada etapa de muestreo con probabilidad proporcional al tamaño (PPT), donde el tamaño en todos los casos será la lista nominal de la unidad. La selección de las etapas de muestreo dependerá del nivel de elección de que se trate, pudiendo ser estados, distritos federales, distritos locales o municipios, y secciones electorales.

Se realizará un conteo rápido de los votos emitidos al cierre de las casillas. La información consistirá en este caso de los votos obtenidos por cada candidato, votos anulados, votos de candidatos no registrados y abstención que serán publicados por los funcionarios después del cierre de casillas y una vez contabilizados los sufragios.

c) Procedimiento de estimación.

El estimador que se utiliza para aproximar las proporciones de voto de la contienda es un estimador de razón estratificado de acuerdo con los objetivos del estudio y cruzado con tipo de sección.

Se evitará la presencia de sesgos en las estimaciones de la encuesta de salida y del conteo rápido mediante el contraste de la estructura de la muestra efectiva con la muestra planeada. En todo momento se realizarán los ajustes de ponderación necesarios utilizando un sistema automático de cómputo estadístico (PROVO) para las estimaciones de proporciones de voto y sus respectivas varianzas. Este sistema obtiene los estimadores puntuales y sus varianzas asociadas de manera automática y ha sido probado en varios ejercicios de este tipo produciendo resultados de alta precisión.

d) Tamaño y forma de obtención de la muestra.

El total de secciones consideradas en la muestra dependerá de lo cerrado que se anticipe la elección entre el primero y el segundo lugar de forma que se identifique en todos los casos al ganador con alta probabilidad. Esto es de fundamental importancia para coadyuvar con el Instituto Nacional Electoral al no generar confusión respecto a la identificación del ganador en cada contienda.

En todos los casos los tamaños de muestra serán determinados en función de las fórmulas de estimación de la varianza a efecto de garantizar la precisión de las estimaciones que se produzcan durante el día de la jornada electoral.

e) **Calidad de la estimación.**

En el último corte de la encuesta de salida se elaborarán estimaciones de porcentajes de votaciones con un margen de error máximo de $\pm 3.5\%$ en el nivel de confiabilidad del 95%.

En el último corte del conteo rápido, una vez colectada cerca de la totalidad de las secciones planeadas en muestra, se elaborarán estimaciones de porcentajes de votaciones con un margen de error máximo de $\pm 3.0\%$ en el nivel de confiabilidad del 95%.

f) **Tratamiento de la no-respuesta.**

Para la encuesta de salida, existen en general tres tipos de no respuesta en la colecta de información en las encuestas de salida. La primera debida al rechazo a la entrevista por las personas seleccionadas, la segunda asociada a una vez que la persona seleccionada acepta participar en la encuesta registra como nula su preferencia y la tercera debida a que nuestros encuestadores no pudieron tener acceso las casillas en muestra por motivos diversos.

En primer plano generamos un operativo que garantice, en la medida de lo posible, que nuestros encuestadores estén en la totalidad de las casillas de las secciones en muestra. Para ello y de manera previa a la jornada electoral, se realiza un simulacro de ubicación de todas las casillas de las secciones electorales en muestra, donde en los casos extremos para el acceso a las mismas, nuestros investigadores duermen en la localidad un día antes para estar listos en sus actividades el día de la jornada electoral. Adicionalmente, en este simulacro se busca la forma de garantizar la transmisión de los datos a nuestro centro de captura.

En todos los casos hacemos un esfuerzo por minimizar los dos primeros tipos de no respuesta con encuestadores uniformados con camiseta, gorra e identificación con fotografía emitida por la empresa, así como debidamente capacitados para lograr la entrevista de manera exitosa. Aun así, se registran como en todo procedimiento casos asociados a los tres tipos de no respuesta que son debidamente ponderados por un sistema automatizado de cálculo de estimaciones puntuales y de intervalo con base en la información de las personas que sí expresaron su preferencia. En todos los casos, nuestros reportes incluyen una estimación de las tasas de no respuesta.

En el conteo rápido puede existir colecta de datos faltantes debido a razones diversas como son el cierre de casillas anticipado por problemas de cualquier índole, la no instalación de la casilla, la imposibilidad de tener acceso a la casilla por nuestros encuestadores como pueden ser problemas de seguridad, amenazas de personas o grupos en la zona, eventos naturales como lluvias, imposibilidad del acceso terrestre a la casilla, entre otros.

Para garantizar que nuestros encuestadores estén prácticamente en la totalidad de las casillas, se hace previo a la jornada electoral un simulacro de ubicación de todas las casillas de las secciones electorales en muestra, donde en los casos extremos para el acceso a las secciones, nuestros investigadores duermen en la localidad un día antes para estar listos en sus actividades el día de la jornada electoral. Adicionalmente, en este simulacro se busca la forma de garantizar la transmisión de los datos a nuestro centro de captura.

Para este caso, nuestro sistema automatizado de estimaciones pondera esta no respuesta, que en nuestra experiencia es menor al 3% en general, a efecto de generar estimaciones libres de sesgos sobre los resultados de la elección.

4. Método de recolección de la información.

Para la encuesta de salida, la información se coleccionará a lo largo del día de la jornada electoral a la salida de casillas con los votantes después de que hayan sufragado. Una vez realizadas las encuestas, nuestros encuestadores los transmiten a un centro de captura los resultados para su procesamiento.

Para el conteo rápido, se obtendrá la información a partir de los resultados publicados por los funcionarios de casillas una vez cerradas y contabilizados los respectivos sufragios. Una vez coleccionados los datos de los conteos oficiales, nuestros encuestadores los transmiten a un centro de captura para su procesamiento.

5. Forma de procesamiento, estimadores e intervalos de confianza.

La forma de procesamiento es a través de un sistema automático de cómputo estadístico de desarrollo propio (PROVO) para las estimaciones de proporciones de voto y sus respectivas varianzas. Este sistema obtiene los estimadores puntuales y sus varianzas asociadas de manera exacta, ponderando en todo momento los desbalances en el arribo de la información a efecto de generar estimaciones libres de sesgos desde las primeras horas de la jornada.

6. Denominación del software que se pretende utilizar.

Se utilizan cuatro sistemas básicos de desarrollo propio para la generación de estimaciones.

- a) Sistema de Captura: Este sistema permite que, en base a llamadas telefónicas, se realice la captura de información de todos nuestros encuestadores.

- b) Sistema de Administración: Este sistema permite resolver cualquier tipo de conflicto en las bases de datos ya capturadas.
- c) Sistema de sumado: Este sistema genera bases de datos sumadas a nivel de selecciones electorales, tanto para la encuesta de salida como el conteo rápido.
- d) PROVO: Este sistema genera las estimaciones puntuales y por intervalo con base en los archivos de totales de votos por sección.

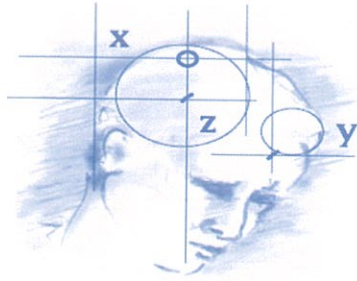
7. Autoría y financiamiento.

- a) **Personas físicas o morales que ordenaron, patrocinaron o pagaron la realización de la encuesta de salida y/o el conteo rápido.**

En este momento y aunque tenemos diversas solicitudes para operativos de encuesta de salida y conteo rápido, no han sido confirmadas por nuestros clientes, por lo que no contamos con la información de la persona que ordenará la encuesta de salida y/o conteo rápido.

- b) **Monto económico.**

En este momento y aunque tenemos diversas solicitudes para operativos de encuesta de salida y conteo rápido, no han sido confirmadas por nuestros clientes, por lo que no contamos con la información de las opciones de tamaños de muestra y costo asociado de la encuesta de salida y/o conteo rápido.



Parametría
INVESTIGACIÓN ESTRATÉGICA
ANÁLISIS DE OPINIÓN Y MERCADO

México, D.F. a, 16 de mayo de 2019

INSTITUTO ELECTORAL DE TAMAULIPAS

RECIBO
Lic. Apalaco
17 MAY 2019
11:55 HRS

Con esta fecha estamos entregando un sobre cerrado a:

Lic. José Francisco Salazar Arteaga
Secretario Ejecutivo del Instituto Electoral de Tamaulipas

Conteniendo:

- 1/Solicitud de registro ante la Secretaria Ejecutiva del Instituto Electoral de Tamaulipas
- 1/Copia del acta constitutiva de la empresa y copia de cesión de poderes
- 1/Marco muestral, copia de identificación de José Alberto Vera Mendoza

FOLIO 20190517005
OFICIALIA DE PARTES
PRESENTA: Miguel Avalos
ANEXA: Los documentos que se señalan y (01) Disco Compacto

Atentamente,

LIC. JOSE ALBERTO VERA MENDOZA

Domicilio:

Calle 13 Morelos Esquina No. 501 Oriente, Zona Centro, C.P. 87000,
Ciudad Victoria, Tamaulipas.

TEL. 01 (834) 315.1200 120

RECIBI

Nombre: _____

Firma: _____

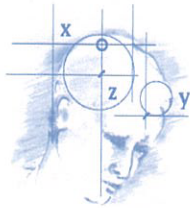
Fecha: _____

Observaciones:

Enviar por DHL

Horario:

Benjamín Hill No. 185, Col. Hipódromo Condesa, Deleg. Cuauhtémoc, 06170 México, D.F.
Tel. y Fax: (55) 2614 0089 E-mail: parametría@parametría.com.mx



Parametría

INVESTIGACIÓN ESTRATÉGICA
ANÁLISIS DE OPINIÓN Y MERCADO

Mtro. José Francisco Salazar Arteaga
Secretario Ejecutivo del Instituto
Electoral de Tamaulipas
Presente.-

PERSONALIDAD JURÍDICA

José Alberto Vera Mendoza manifiesto bajo protesta de decir la verdad, que los datos aquí asentados, son ciertos y han sido debidamente verificados, así como que cuento con facultades suficientes para suscribir el presente procedimiento a nombre y representación de Parametría S.A de C.V.

Registro Federal de Contribuyentes: PAR- [REDACTED]

Domicilio:

Calle y Número: BENJAMÍN HILL NUM. 185

Colonia: HIPÓDROMO CONDESA

Código Postal: 06170

Teléfonos: 26 14 00 89

Delegación o Municipio: CUAUHTÉMOC

Entidad Federativa: DISTRITO FEDERAL

Fax : 26 14 00 89

Correo Electrónico: parametría@parametría.com.mx

No. de la escritura en la que consta su Acta Constitutiva: 82,811 **Fecha:** 4 DE JULIO DE 2001

Nombre, Número y lugar del Notario Público ante el cual se dio fe de la misma:

DR. OTHÓN PÉREZ FERNÁNDEZ DEL CASTILLO, NOTARIO PÚBLICO 63, AUGUSTO RODÍN 499 MIXCOAC MÉXICO, D.F.

Relación de Accionistas:

Apellido Paterno	Apellido Materno	Nombre (s)	R.F.C.	% Acciones
ABUNDIS	LUNA	FRANCISCO	[REDACTED]	[REDACTED]
ABUNDIS	LUNA	AGUSTÍN	[REDACTED]	[REDACTED]

Descripción del Objeto Social:

BRINDAR ASESORÍA Y SERVICIOS A EMPRESAS, ORGANIZACIONES SOCIALES, PARTICULARES E INSTITUCIONES U ORGANISMOS PÚBLICOS, DESCENTRALIZADOS DEL GOBIERNO ESTATAL O FEDERAL SOBRE ESTRATEGIAS DE CAMPAÑAS DE COMUNICACIÓN SOCIAL, POLÍTICA Y COMERCIAL, DIAGNÓSTICOS DE OPINIÓN, ANÁLISIS CUANTITATIVO Y CUALITATIVO DE OPINIÓN, E INVESTIGACIÓN DE MERCADOS.

Reformas al Acta Constitutiva: NO SE HAN DADO

Fecha de inscripción en el Registro Público de la Propiedad y del Comercio: 27 DE AGOSTO DEL 2001

Número de la inscripción en el Registro Público de la Propiedad y del Comercio: 280318

Nombre del Apoderado o Representante:

JOSÉ ALBERTO VERA MENDOZA

Datos del Documento mediante el cual acredita su Personalidad y Facultades:

Escritura Pública Número: 143,464 **Fecha:** 26 DE FEBRERO DE 2009

Nombre, Número y Lugar del Notario Público ante el cual se otorgó:

IGNACIO R. MORALES LECHUGA, NOTARIO PÚBLICO 116, MÉXICO, D.F.

Ciudad de México, a 14 de mayo de 2019.

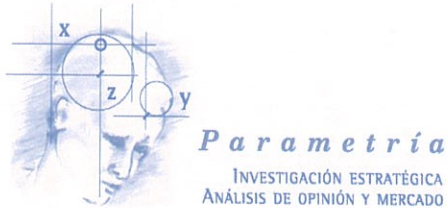
Protesto lo necesario

[REDACTED]
José Alberto Vera Mendoza

Representante Legal de Parametría SA de CV

Benjamín Hill No. 185 Hipódromo Condesa, 06170 México, D.F. Tel. 26 14 00 89

Email: parametría@parametría.com.mx



Ciudad de México, a 14 de mayo de 2019.

Mtro. José Francisco Salazar Arteaga
Secretario Ejecutivo del Instituto
Electoral de Tamaulipas
Presente.-

En cumplimiento a lo estipulado en los lineamientos así como criterios generales de carácter científico que deberán observar las personas físicas y morales que pretendan ordenar, realizar y/o publicar encuestas por muestreo, encuestas de salida y/o conteos rápidos que tengan como fin dar a conocer preferencias electorales, así como preferencias sobre consultas populares, durante los procesos electorales federales y locales, con fundamento en el *artículo 133 Anexo 3 fracción I Y II y artículo 139 del Reglamento de Elecciones* emitido por el Instituto Nacional Electoral.

Me permito dar aviso a este organismo electoral que la empresa *Parametria SA de CV* "Investigación Estratégica Análisis de Opinión y Mercado", la cual represento, realizará encuestas de salida y conteos rápidos para la jornada electoral del 02 de junio del Proceso Electoral 2019 en el estado de Tamaulipas, respecto a las preferencias de la ciudadanía para las elecciones estatales de diputados.

Para ello, **Parametria SA de CV** se sujetará a los lineamientos referidos en el reglamento antes mencionado además de las obligaciones que el *Instituto Electoral de Tamaulipas* requiera.

Entendiendo por **sondeo de opinión**: Un conjunto de preguntas tipificadas dirigidas a una muestra representativa, tienen por objeto dar a conocer las preferencias electorales de los ciudadanos.

Se entiende por Encuesta: Estrategia de investigación en la cual sistemáticamente se recoge información de todos los casos de una muestra de una forma estandarizada.

Muestra: Subconjunto de casos que se seleccionan a partir de una población de interés de la que se pretende obtener datos.

Estudios de opinión: Encuesta representativa diseñada científicamente para medir opiniones de un grupo específico.

Encuestas de Salida: Instrumento de investigación cuantitativo para determinar quién de los candidatos o partidos contendientes es el triunfador en una elección.

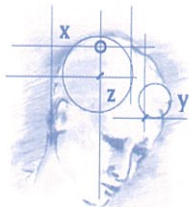
Conteo Rápido: Es una técnica de estadística electoral que se utiliza para estimar el posible resultado final de la jornada electoral antes y más rápido de que estos sean anunciados por la instancia oficial



I. METODOLOGÍA PARA ENCUESTAS DE SALIDA Y CONTEO RÁPIDO.

Para obtener una estimación del resultado de las elecciones estatales con certidumbre estadística, es necesario entrevistar a una muestra representativa de los votantes. Este objetivo se obtendrá de la siguiente manera:

- 1) Primero, se seleccionará una muestra representativa de las casillas donde se realizará la votación. La encuesta de salida está basada en un muestreo probabilístico aleatorio. Se establece como marco muestral las secciones electorales reportadas por el INE para la elección federal de 2015. Se utilizará un criterio de selección de las unidades muestrales con probabilidad al tamaño de su población (PPT). La selección de los puntos de levantamiento será a través de un método sistemático con arranque aleatorio.
- 2) Segundo, en cada sección seleccionada se entrevistará únicamente a los votantes de la casilla básica. Los encuestados serán seleccionados de acuerdo con un método de salto sistemático. Lo anterior, a través de un intervalo establecido con base en la participación. Por ejemplo, se puede entrevistar a uno de cada cuatro. En caso de que se rechace la entrevista, se intentará entrevistar al siguiente votante que sale de la casilla. Al entrevistado: 1) se les administra un cuestionario para conocer sus características socioeconómicas y las razones de su voto y, 2) se le pide que marque, en secreto, el partido o candidato por el que votó.
- 3) La información recabada en cada casilla será transmitida periódicamente a lo largo del día y por vía telefónica a un centro de acopio. La primera transmisión es entre las 11:00 y las 12:00 horas, la segunda es entre las 13:00 y 14:00 horas y la tercera es entre las 16:30 y 17:30 horas (al cierre de las casillas). La última transmisión será la del conteo rápido a la publicación de los resultados electorales de las casillas. En el centro de acopio se procesarán los datos para obtener la estimación estadística del resultado.
- 4) A lo largo del día, la certeza de las estimaciones depende del número de entrevistas recibidas y de lo cerrado de la competencia. El número de entrevistas NO puede determinarse antes porque depende de la afluencia de los votantes el día de la jornada electoral, sin embargo, se estima que durante la elección se podrían recibir entre 1,000 y 2,500 entrevistas. Esto representa un error muestral de entre +/- 3.1% y +/- 2%. Es importante recordar que toda encuesta tiene un margen de error estadístico, por lo que si la competencia electoral es muy cerrada es imposible estimar con certeza quien lleva la delantera; se considera entonces un empate técnico.
- 5) La estimación final del resultado de la elección, y la más acertada, se obtendrá mediante un conteo rápido. Una vez que cierran las casillas, las autoridades de éstas, realizan el conteo de votos y colocan una cartulina con los resultados afuera de la casilla. Este dato es el resultado exacto para



Parametría

INVESTIGACIÓN ESTRATÉGICA
ANÁLISIS DE OPINIÓN Y MERCADO

esa casilla. El entrevistador copia ese resultado y lo transmite al centro de acopio, donde se procesa con los otros resultados del resto de las casillas y se obtiene así la estimación final. Este dato se obtiene aproximadamente a las once de la noche (11:00 PM) misma de la elección. La estimación del conteo rápido es, en teoría, más cercana a la realidad, ya que se basa en un censo de las votaciones en la muestra de casillas, y no en una muestra de votantes de la muestra de casillas.

Finalmente, deseo comunicarle la posible realización de una conferencia de prensa convocada por el que suscribe al término de la jornada electoral.

El propósito de dicha conferencia de prensa (en caso de que se realice) sería la de informar sobre nuestros resultados de la encuesta de salida respecto a las preferencias de la ciudadanía para las elecciones estatales de Diputados.

I.I Periodo o fecha de aplicación: 02 de Junio del 2019.

I.II Lugar en donde se llevará a cabo: En el estado de Tamaulipas, (Se anexa marco muestral).

I.III Objetivo del Estudio: Estimar con oportunidad las tendencias de los resultados finales de la elección de

- Diputados para el estado de Tamaulipas.

2. Marco Muestral: Se establece como marco muestral las secciones electorales reportadas por el INE para la elección federal de 2015.

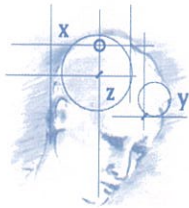
3. Diseño muestral: El diseño muestral se caracteriza por ser probabilístico, por lo cual los resultados obtenidos de la encuesta se generalizan a toda la población. Donde la unidad de selección es la vivienda y la unidad de observación es la persona. O en el caso de la encuesta de salida la unidad de selección y observación es la persona misma. (SE ANEXA EL MARCO MUESTRAL)

- **A) Población objetivo:** personas mayores de 18 años con credencial de elector que residan en la República Mexicana o en el estado en cuestión.
- **B) Procedimiento de selección de unidades:** Sistemático con arranque aleatorio simple.
- **C) Procedimiento de estimación:** Estimación basada en la utilización de factores de expansión. Para obtener una estimación del resultado de la elección ya sea federal o estatal con certidumbre estadística, es necesario entrevistar a una muestra representativa de los votantes. Este objetivo se obtendrá de la siguiente manera:

Tamaño y forma de obtención de la muestra:

Benjamín Hill No. 185 Hipódromo Condesa, 06170 México, D.F. Tel. 26 14 00 89

Email: parametria@parametria.com.mx



Parametría

INVESTIGACIÓN ESTRATÉGICA
ANÁLISIS DE OPINIÓN Y MERCADO

Primero, se seleccionará una muestra representativa de las casillas donde se realizará la votación. La encuesta de salida está basada en un muestreo probabilístico aleatorio. Se establece como marco muestral las secciones electorales reportadas por el INE para la elección federal de 2015. Se utilizará un criterio de selección de las unidades muestrales con probabilidad al tamaño de su población (PPT). La selección de los puntos de levantamiento será a través de un método sistemático con arranque aleatorio.

Segundo, en cada sección seleccionada se entrevistará únicamente a los votantes de la casilla básica. Los encuestados serán seleccionados de acuerdo con un método de salto sistemático. Lo anterior, a través de un intervalo establecido con base en la participación. Por ejemplo, se puede entrevistar a uno de cada cuatro. En caso de que se rechace la entrevista, se intentará entrevistar al siguiente votante que sale de la casilla. Al entrevistado: 1) se les administra un cuestionario para conocer sus características socioeconómicas y las razones de su voto y, 2) se le pide que marque, en secreto, el partido o candidato por el que votó.

La información recabada en cada casilla será transmitida periódicamente a lo largo del día y por vía telefónica a un centro de acopio. La primera transmisión es entre las 11:00 y las 12:00 horas, la segunda es entre las 13:00 y 14:00 horas y la tercera es entre las 16:30 y 17:30 horas (al cierre de las casillas). La última transmisión será la del conteo rápido a la publicación de los resultados electorales de las casillas. En el centro de acopio se procesarán los datos para obtener la estimación estadística del resultado.

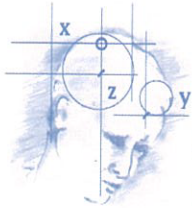
A lo largo del día, la certeza de las estimaciones depende del número de entrevistas recibidas y de lo cerrado de la competencia. El número de entrevistas NO puede determinarse antes porque depende de la afluencia de los votantes el día de la jornada electoral, sin embargo, se estima que durante la elección se podrían recibir entre 1,000 y 2,500 entrevistas. Esto representa un error muestral de entre +/- 3.1% y +/- 2%. Es importante recordar que toda encuesta tiene un margen de error estadístico, por lo que si la competencia electoral es muy cerrada es imposible estimar con certeza quien lleva la delantera; se considera entonces un empate técnico.

D) Calidad de la estimación: confianza y error máximo implícito en la muestra seleccionada para la distribución de preferencias o tendencias

- A lo largo del día, la certeza de las estimaciones depende del número de entrevistas recibidas y de lo cerrado de la competencia. El número de entrevistas NO puede determinarse antes porque depende de la afluencia de los votantes el día de la jornada electoral, sin embargo, se estima que durante la elección se podrían recibir entre 1,000 y 2,500 entrevistas. Esto representa un error muestral de entre +/- 3.1% y +/- 2%. Es importante recordar que toda encuesta tiene un margen de error estadístico, por lo que si la competencia electoral es muy cerrada es imposible estimar con certeza quien lleva la delantera; se considera entonces un empate técnico.

La estimación final del resultado de la elección, y la más acertada, se obtendrá mediante un conteo rápido. Una vez que cierran las casillas, las autoridades de éstas realizan el conteo de votos y colocan una cartulina con los resultados afuera de la casilla. Este dato es el resultado exacto para esa casilla. El entrevistador copia ese resultado y lo transmite al centro de acopio, donde se procesa con los otros resultados del resto de las casillas y se obtiene así la estimación final. Este dato se

Benjamín Hill No. 185 Hipódromo Condesa, 06170 México, D.F. Tel. 26 14 00 89
Email: parametria@parametria.com.mx



Parametría

INVESTIGACIÓN ESTRATÉGICA
ANÁLISIS DE OPINIÓN Y MERCADO

obtiene aproximadamente a las once de la noche (11:00 PM) misma de la elección. La estimación del conteo rápido es, en teoría, más cercano a la realidad, ya que se basa en un censo de las votaciones en la muestra de casillas, y no en una muestra de votantes de la muestra de casillas.

E) Frecuencia y Tratamiento de la no respuesta:

- Se asigna de manera proporcional entre los que sí respondieron. La imputación aleatoria establece la probabilidad de asignar un caso perdido a una categoría en función de la proporción de casos válidos de esa categoría.

F) Tasa de no respuesta:

- Las tasas de respuesta revisten una importancia particular en las encuestas por muestreo. Éstas pueden servir, por una parte a medir el avance o el éxito de la colecta de datos de una encuesta, y por otra, pueden ayudar a corregir las estimaciones para tomar en cuenta las no respuestas. Así se puede distinguir dos categorías de tasa de respuesta: las tasas de respuesta operacionales y las que calificaremos de tasas de respuesta correctoras. La Tasa de la no respuesta es de 40% aproximadamente.

4. Método de recolección de información: Aplicación de encuestas cara a cara.

5. Forma de procesamiento: Se procesa en el programa estadístico SPSS.

6. Denominación del software: El software que utiliza para la captura de datos en Parametría se llama SIEP y es propio de la empresa.

7. Por el momento *Parametría SA de CV* no cuenta con persona física y/o moral que haya ordenado, patrocinado o pagado la realización de alguna encuesta de salida y/o el conteo rápido, Parametría se compromete a informar a la brevedad si este existiera. (Se anexa carta no cliente firmada por el Apoderado Legal)

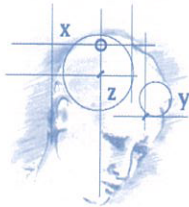
Sin otro particular, quedo a sus apreciables órdenes.

José Alberto Vera Mendoza



Director de investigación y Apoderado legal
Parametría SA de CV.

Benjamín Hill No. 185 Hipódromo Condesa, 06170 México, D.F. Tel. 26 14 00 89
Email: parametria@parametria.com.mx



Parametría

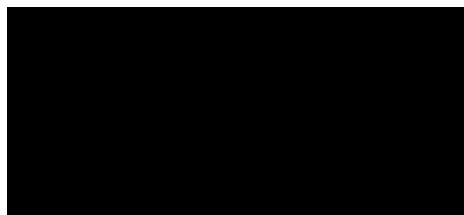
INVESTIGACIÓN ESTRATÉGICA
ANÁLISIS DE OPINIÓN Y MERCADO

Ciudad de México, a 14 de Mayo del 2019.

Mtro. José Francisco Salazar Arteaga
Secretario Ejecutivo del Instituto
Electoral de Tamaulipas
Presente.-

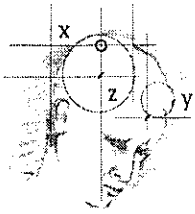
Parametría informa que las personas responsables para dirigir las encuestas o sondeos de opinión es el Lic. José Alberto Vera Mendoza Director de investigación y Apoderado legal especial.

ATENTAMENTE



JOSÉ ALBERTO VERA MENDOZA
APODERADO LEGAL ESPECIAL
DE PARAMETRÍA SA DE CV

Benjamín Hill No. 185 Hipódromo Condesa, 06170 México, D.F. Tel. 26 14 00 89
Email: parametria@parametria.com.mx



Parametría
INVESTIGACIÓN ESTRATÉGICA
ANÁLISIS DE OPINIÓN Y MERCADO

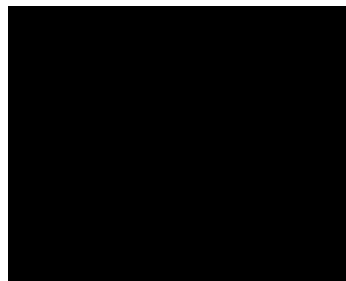
Ciudad de México a 14 de Mayo de 2019

**MTRO. JOSÉ FRANCISCO SALAZAR ARTEAGA
SECRETARIO EJECUTIVO DEL INSTITUTO
ELECTORAL DE TAMAULIPAS
PRESENTE.-**

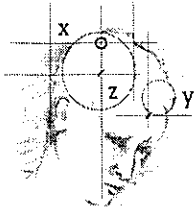
Yo José Alberto Vera Mendoza en mi facultad de Apoderado Legal manifiesto bajo protesta de decir verdad que a la fecha 14 de Mayo del 2019 no se cuenta con un tercero (cliente o contratante) para la realización de Exit poll y Conteo rápido de la fecha 2 de Junio de 2019, por tal motivo no se entrega al Instituto Electoral de Tamaulipas el listado de las Mesas directivas de casilla en las que estarán ubicados los encuestadores, esto debido a que Parametría aun no tiene definida la muestra en la que se realizarán las encuestas de salida y conteo rápido.

Parametría se compromete a informar a la brevedad si este existiera.

ATENTAMENTE



**JOSÉ ALBERTO VERA MENDOZA
APODERADO LEGAL ESPECIAL
DE PARAMETRÍA SA DE CV**



Parametría
INVESTIGACIÓN ESTRATÉGICA
ANÁLISIS DE OPINIÓN Y MERCADO

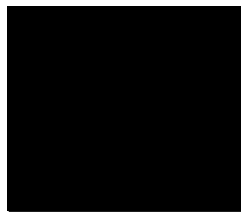
Ciudad de México a 14 de Mayo del 2019

**MTRO. JOSÉ FRANCISCO SALAZAR ARTEAGA
SECRETARIO EJECUTIVO DEL INSTITUTO
ELECTORAL DE TAMAULIPAS
PRESENTE.-**

Yo José Alberto Vera Mendoza en mi facultad de Apoderado Legal manifiesto bajo protesta de decir verdad que a la fecha 14 de Mayo de 2019 no se cuenta con un tercero (cliente o contratante) para la realización de Exit poll y Conteo rápido de la fecha 2 de junio de 2019.

Parametría se compromete a informar a la brevedad si este existiera.

ATENTAMENTE



**JOSÉ ALBERTO VERA MENDOZA
APODERADO LEGAL ESPECIAL
DE PARAMETRÍA SA DE CV**

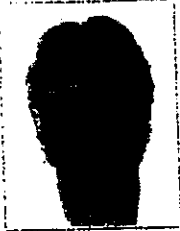
A



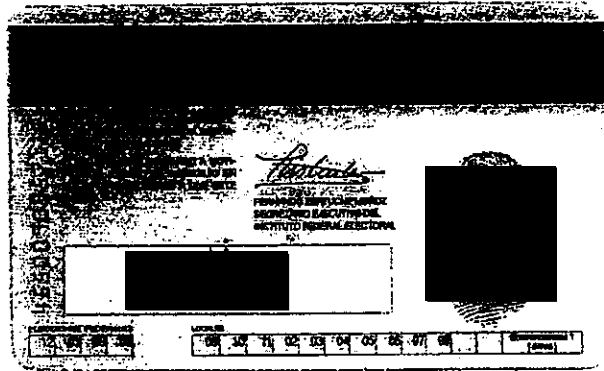
INSTITUTO FEDERAL ELECTORAL
REGISTRO FEDERAL DE ELECTORES
CREDENCIAL PARA VOTAR

NOMBRE
ABUNDIS
LUNA
FRANCISCO
CONCEJO
[REDACTED]
CUAHTEMOC, D.F.

EDAD 36
SEXO H



NO DE REGISTRO 2002 00
[REDACTED]



00 01 02 03 04 05 06 07 08

INSCRIPCIÓN EN EL R.F.C.

1160-1

EL SERVICIO DE ADMINISTRACIÓN TRIBUTARIA, LE DA A CONOCER EL REGISTRO FEDERAL DE CONTRIBUYENTES, QUE LE HA SIDO ASIGNADO CON BASE EN LOS DATOS QUE PROPORCIONÓ, LOS CUALES HAN QUEDADO REGISTRADOS CONFORME A LO SIGUIENTE:

SAT
SECRETARÍA DE ECONOMÍA
ESTADO DE IDENTIFICACIÓN FISCAL
CLAVE ÚNICA DE REGISTRO DE Población
ADMINISTRACIÓN LOCAL DE RECAUDACIÓN
ACTIVIDAD
FECHA DE INSCRIPCIÓN
FECHA DE INICIO DE OPERACIONES

NOMBRE, DENOMINACIÓN O RAZÓN SOCIAL
ADONDIS LUNA AGUSTIN

DOMICILIO
COL. SAN BARTOLO ATEPEHUACAN

CLAVE DEL R.F.C.
CLAVE ÚNICA DE REGISTRO DE Población **AUIA62041310P6NG04**

ADMINISTRACIÓN LOCAL DE RECAUDACIÓN
DEL NORTE DEL D.F.

ACTIVIDAD
SERVICIOS DE ASESORIA ESTUDIOS TECNOLÓGICOS Y ARQ

SITUACIÓN DE REGISTRO
REACTIVADO

FECHA DE INSCRIPCIÓN **1993/10/14** FECHA DE INICIO DE OPERACIONES **1993/07/01**

OBLIGACIONES

CLAVE SAT	DESCRIPCIÓN	FECHA ALTA
VI	Pagos en forma habitual IVA	1993/07/01
		1993/07/01

LÍMITES ESTABLECIDOS	FECHA DE PRESENTACIÓN
ENTREGA DE COPIA DE IDENTIFICACIÓN FISCAL	30/06/1997
RENOVIACIÓN DE ACTIVIDADES	1997/03/11
AMENSAZAS DE ACTIVIDADES	1997/12/30
INFORMACIÓN PERSONA FÍSICA	1993/10/14

FECHA DEL TRÁMITE

- 3332261
- 5017014
- 1388295
- 1397393

ADMINISTRADOR LOCAL DE RECAUDACIÓN
 DEL NORTE DEL D.F.

LIC. RAFAEL MACÍAS FARODI

SAT
 Administración Tributaria
 A LA SALUD DEL CREDITO PUBLICO

IDENTIFICACIÓN FISCAL

ESTADO DE CONTRIBUYENTE

IDENTIFICACIÓN FISCAL

ESTADO DE CONTRIBUYENTE

IDENTIFICACIÓN FISCAL

ESTADO DE CONTRIBUYENTE

INSCRIPCIÓN EN EL R.F.C. RFC - 1

EL SERVICIO DE ADMINISTRACIÓN TRIBUTARIA, LE DA A CONOCER EL REGISTRO FEDERAL DE CONTRIBUYENTES, QUE LE HA SIDO ASIGNADO CON BASE EN LOS DATOS QUE PROPORCIONÓ, LOS CUALES HAN QUEDADO REGISTRADOS CONFORME A LO SIGUIENTE:

NOMBRE, DENOMINACIÓN O RAZÓN SOCIAL
PARANETRIA SA DE CV

DOMICILIO **VICENTE SUAREZ CUAHTEMOC D.F.**

CLAVE DEL R.F.C.

ADMINISTRACIÓN LOCAL DE RECAUDACIÓN **DEL CENTRO DEL D.F.**

ACTIVIDAD **SERVICIOS DE MERCADO CTENIA**

SITUACIÓN DE REGISTRO **ACTIVO**

FECHA DE INSCRIPCIÓN **2001/07/20** FECHA DE INICIO DE OPERACIONES **2001/07/17**

OBLIGACIONES

IMPAC/Gravado	DESCRIPCIÓN	FECHA ALTA
	Difer obligaciones Operación con efectos y prestaciones	2001/07/17
	RETENCIÓN Retenedor de salarios	2001/07/17
	RETENCIÓN RETENEDOR DE IVA	2001/07/17
	RETENCIÓN Retenedor de honorarios (10%)	2001/07/17
	Sociedad mercantil	2001/07/17
	IVA Gravado	2001/07/17

TRÁMITES EFECTUADOS	FECHA DE PRESENTACIÓN	FOLIO DEL TRÁMITE
PERSONA MORAL	2001/07/20	2467713

DEL 24 DE JULIO DE 2001
 DE ATENCIÓN CIUDADANA
 Y SUGERENCIAS) 01-800-728-2000

ADMINISTRADOR LOCAL DE RECAUDACION
 DEL CENTRO DEL D.F.

[Firma]
C.P. PEDRO BERNAL SANCHEZ

7549951

CURRÍCULO DE PARAMETRÍASA DE CV

Nuestra misión es satisfacer las necesidades del cliente de forma profesional, ética, a precios competitivos; proporcionando información clara, objetiva, precisa y oportuna para la mejor toma de decisiones de nuestros clientes. Visión: Ser una de las tres empresas de Opinión pública e Investigación de Mercado de mayor reconocimiento por la generación de información confiable, precisa y veraz. Contribuyendo en el análisis de temas sociales de interés público, generando información para académicos, medios de comunicación y consultores.

Es miembro de:

- Asociación Mexicana de Agencias de Investigación de Mercado y Opinión Pública (AMAI),
- American Association for Public Opinion Research (AAPOR),
- World Association for Public Opinion Research (WAPOR),
- European Society for Opinion and Marketing Research (ESOMAR)

Normas de calidad: Parametría está certificada bajo la norma ESIMM (Estándar de Servicios para la Investigación de Mercados en México)

SERVICIOS

ESTUDIOS DE OPINIÓN	INVESTIGACIÓN DE MERCADOS
<ul style="list-style-type: none"><input type="checkbox"/> Diagnóstico sobre imagen de personas, instituciones y productos<input type="checkbox"/> Diagnóstico de principales problemas de política pública<input type="checkbox"/> Diagnóstico sobre conceptos de candidato y campaña<input type="checkbox"/> Medición de preferencias electorales<input type="checkbox"/> Tracking poll<input type="checkbox"/> Encuestas de salida (exit poll)<input type="checkbox"/> Evaluación de campañas y spots publicitarios<input type="checkbox"/> Medición de hábitos, actitudes y opiniones<input type="checkbox"/> Investigaciones académicas	<ul style="list-style-type: none"><input type="checkbox"/> Evaluación de satisfacción de cliente<input type="checkbox"/> Pruebas de marca<input type="checkbox"/> Ubicación de nichos de mercado (reales y potenciales)<input type="checkbox"/> Segmentación de mercados<input type="checkbox"/> Factibilidad de proyectos<input type="checkbox"/> Identificación de fortalezas y debilidades del producto<input type="checkbox"/> Benchmarking<input type="checkbox"/> Análisis de lealtad de clientes y clientes perdidos<input type="checkbox"/> Medición de hábitos, actitudes y motivaciones<input type="checkbox"/> Inteligencia de mercados

METODOLOGÍA

Parametría se ha posicionado en el mercado por la habilidad de adaptar las herramientas metodológicas a la necesidad específica de cada cliente, logrando que cada estudio tenga un valor estratégico.

Buscamos el sentido de oportunidad y precisión en la información, así como la reducción de los costos siguiendo criterios de eficiencia y competitividad.

Parametría utiliza como pilares fundamentales de su metodología herramientas cuantitativas y cualitativas, que encuentran sus principales fundamentos en la psicología social y la estadística.

LAS HERRAMIENTAS CUANTITATIVAS INCLUYEN:	LAS HERRAMIENTAS CUALITATIVAS INCLUYEN:
<ul style="list-style-type: none"> <input type="checkbox"/> Diseños muestrales probabilísticos <input type="checkbox"/> Diseño de cuestionarios <input type="checkbox"/> Levantamiento de entrevistas (en vivienda, telefónicas, cara a cara, a la salida de casillas) <input type="checkbox"/> Validación de información <input type="checkbox"/> Modelos estadísticos <input type="checkbox"/> Análisis estratégico de los resultados 	<ul style="list-style-type: none"> <input type="checkbox"/> Sesiones de grupos de enfoque <input type="checkbox"/> Entrevistas a profundidad <input type="checkbox"/> Diseño de agendas de investigación <input type="checkbox"/> Investigación sobre temas específicos o especializados <input type="checkbox"/> Prueba de argumentos sobre temas selectos <input type="checkbox"/> Procesamiento de la información <input type="checkbox"/> Análisis estratégico de resultados

La combinación eficaz de estas dos herramientas en cada investigación han hecho que los productos que entrega Parametría se hayan convertido en los mejores del mercado por su solidez estadística, la profundidad en la exploración de motivaciones o razones y los precios competitivos que ofrece.

PROYECTOS REALIZADOS

A continuación presentamos algunas empresas e instituciones que han confiado en nosotros, permitiéndonos convertir sus objetivos en los nuestros.

ESTUDIOS DE OPINION ONG's o Instituciones		
CLIENTE	PRODUCTO	FECHA
Universidad de Chicago	Soporte metodológico y levantamiento de encuestas postelectorales para investigación académica de encuesta de valores y cultura política en Michoacán y Puebla	Nov-01
Centro de Investigación y Docencia Económicas (CIDE)	Soporte metodológico y levantamiento de encuestas para investigación académica con internos de reclusorios de readaptación social y penitenciarias del Distrito Federal, Estado de México y Morelos	Dic 01- May 02
CLIENTE	PRODUCTO	FECHA
LVIII Legislatura, Centros de Estudios Sociales y de Opinión Pública	Diagnóstico de opinión sobre asuntos públicos de interés legislativo.	Nov-02
Canal 11 Instituto Politécnico Nacional	Encuestas en vivienda de la serie nacional omnibus.	Jun 02-Jun 03
H. Cámara de Diputados	Estudios de opinión tipo omnibus	Ene-03

Universidad Nacional Autónoma de México	Captura y procesamiento de datos de 30,000 mil encuestas levantadas en la sexta exposición de orientación vocacional "Al encuentro del mañana"	Ene-03
Secretaría de Finanzas del Gobierno del Estado de Zacatecas	Asesoría en Imagen Gubernamental	Abr-03
Instituto Federal Electoral (Dirección Ejecutiva de capacitación electoral y educación cívica)	Análisis sobre proceso de capacitación y cumplimiento de función de ciudadanos insaculados para ser funcionarios de casilla en las elecciones federales de 2003.	Jul-03
Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Monterrey Campus Ciudad de México (ITESM-CCM)	Estudio sobre el funcionamiento del Programa de Abasto Social de Leche, a cargo de Liconsa, S.A. de C.V., correspondiente a la Evaluación de Resultados para el Ejercicio Fiscal 2003	Dic-03
Muévete por tu Ciudad	Estudio sobre hábitos, actitudes y motivaciones de los conductores y peatones de la Ciudad de México	Abr-04
Congreso de la Unión	Evaluación de campañas e imagen del Congreso	Ago-04
Instituto Federal Electoral	Evaluación de campañas e imagen del IFE	Sep-04
ONG Muévete por tu Ciudad	Evaluación de campaña publicitaria entre conductores y peatones de la Ciudad de México	Feb-05
FLACSO	Primera Fase de Estudio cuantitativo en Escuelas secundarias de la Ciudad de México	Abr-05
ONG Muévete por tu Ciudad	Evaluación sobre transportes públicos	Abr-05
Universidad Iberoamericana	Evaluación externa del Programa de Apoyo Alimentario a cargo de Diconsa	Dic-05
IFE	Evaluación Institucional	May-06
PUBLICORP	Grupos de enfoque para evaluar material publicitario para la Secretaría de Energía	Jul-05
CLIENTE	PRODUCTO	FECHA
IFC- International Financial Corporation	Evaluación de los trámites de apertura de negocios	Jul-06
FLACSO	Estudio cuantitativo sobre la evaluación de la participación social en la educación	Ago-06

Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Monterrey Campus Ciudad de México (ITESM-CCM)	Evaluación de la estrategia de Microrregiones (5,640 entrevistas a hogares beneficiarios; levantamiento de 227 cédulas para proyectos y acciones bandera blanca; realización de 12 grupos de enfoque con representantes de hogares beneficiarios)	Sep-06
Financiera Rural	Supervisión al proceso de crédito	Oct-06
FLACSO	Estudio cuantitativo de evaluación de la economía informal	Mar-07
Banco Azteca	Evaluación de créditos de bienes de capital y capital de trabajo	May-07
UAM- PGDDF	Percepción de seguridad pública en el D.F	Jul-07
Demotecnia	Conocer las opiniones de la población sobre el conflicto social en Oaxaca	Jul-07
Banco Mundial	Estudio Cualitativo: Evaluación de Imagen del Banco Mundial en México y Centroamérica	Jul-07
Seguridad Ciudadana, A.C	Estudio Cuantitativo y Cualitativo: Percepción de seguridad pública	Ago-07
Consejo Mexicano Contra el Tabaquismo	Estudio Cualitativo y Cuantitativo: actitud ante los espacios libres de humo y evaluación de campaña de comunicación.	Ago-07
Universidad Nacional Autónoma de México (UNAM)	Evaluación de la imagen de la Universidad Nacional Autónoma de México (UNAM)	Sep-07
Centro Nacional de Trasplantes (CENATRA)	Estudio Cuantitativo: Evaluación de campaña publicitaria, y cultura de donación de órganos	Nov-07
Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Monterrey Campus Ciudad de México y Servicio de Administración Tributaria	Evasión fiscal del ambulante. Encuestas con ambulantes en vía pública y líderes de ambulantes en 6 ciudades del país	Nov-07
CLIENTE	PRODUCTO	FECHA
Centro de Estudios Sociales y de Opinión Pública del Congreso de la Unión (CESOP)	Encuesta en vivienda a nivel Nacional: Percepción de los mexicanos sobre temas relacionados con la migración	Dic-07
Instituto para la Seguridad y la Democracia (INSYDE)	Percepciones sobre la migración en la frontera sur. Estudio cualitativa (4 grupos de enfoque) y cuantitativo (600 encuestas) en Tapachula-Chiapas	Abr-08

Secretaría de Seguridad Pública	Evaluación de la percepción al interior de las corporaciones policiales sobre las mejoras en materia de profesionalización, infraestructura y equipamiento, así como su impacto en el desempeño policial. . Se realizaron 400 encuestas cara a cara a mayores de 18 años en cada una de las 32 entidades federativas sumando un total de 12,800 encuestas a nivel nacional). Estudio cualitativo mediante 19 grupos de enfoque con elementos adscritos a las distintas divisiones de la Secretaría de Seguridad Pública. Estudio cuantitativo para conocer la percepción institucional en materia de seguridad pública y prevención del delito dentro de los centros de trabajo de la Secretaría de Seguridad Pública y su órgano administrativo desconcentrado Policía Federal. En total se realizaron 22,000 encuestas estratificadas por divisiones (Fuerzas Federales, Seguridad Regional, Inteligencia, Investigación, Científica y Antidrogas).	Abr-Ago 2008
Centro de Estudios Sociales y de Opinión Pública del Congreso de la Unión	Encuesta en vivienda a nivel Nacional: Percepción de los mexicanos sobre temas relacionados con la migración	Oct-08
Instituto Nacional de las Mujeres del Distrito Federal	Estudio cualitativo (12 grupos de enfoque) y cuantitativo (6,400 encuestas) aplicado a mujeres y hombres habitantes de la Ciudad de México	Oct-08
Fondo Nacional de Apoyo para las Empresas de Solidaridad (FONAES)	Encuesta a participantes de los encuentros regionales de capacitación y jornadas estatales	Nov-08
CLIENTE	PRODUCTO	FECHA
Secretaría de Educación Pública	Grupos de enfoque (9) y encuestas (10,370) a alumnos, profesores, directores y padres de familia dentro del programa Escuela Segura	Dic-08
Muévete por tu ciudad	Encuestas aplicadas a alumnos de secundaria en el Distrito Federal y Guadalajara	Feb-09
UAM, Unidad Iztapalapa	Levantamiento y procesamiento de encuesta para la determinación de las necesidades de productos (2500 encuesta y relevamiento de precios de los productos de las canastas básica)	Feb-Marzo 09

IFE	Evaluación Cuantitativa (Post Test) de los mensajes correspondientes a la subcampaña de promoción de la participación ciudadana emitidos a través de medios electrónicos y diversos medios alternativos durante el proceso electoral 2008-2009 (1,200 encuestas)	Ago-Sep 09
SECRETARÍA DE DESARROLLO SOCIAL	Servicio de levantamiento y procesamiento de encuestas a beneficiarios (2910 casos) y responsables del Programa de estancias infantiles (2122 casos) para apoyar a madres trabajadoras de la Secretaría de Desarrollo Social	Oct-09
BIRMEX	Encuestas para medir el nivel de conocimiento y actitudes hacia la influenza	Dic-09
FLACSO	Observatorio Ciudadano de la Seguridad Escolar- Estudio cualitativo (6 grupos de enfoque con alumnos y padres, y 10 entrevistas a profundidad docentes, directores, y personal administrativo)	Feb-Abr 10
FONAES	XII Feria Nacional de Empresas Sociales	Ago-10
Secretaría del Medio Ambiente del Distrito Federal	Evaluación del Programa Ecobici (grupos de enfoque, encuesta vía internet usuarios, y potenciales usuarios encuesta cara a cara en polígonos)	Ago-10
Secretaría de Turismo del Distrito Federal	Evaluación de la Feria Internacional de Turismo de las Américas	Sep-10
CLIENTE	PRODUCTO	FECHA
Colegio de México	Estudio sobre Riesgo y vulnerabilidad urbana de dos ciudades de la Costa Pacífico de México ante tsunamis, huracanes y sismos. 1750 poblaciones que habitan en los márgenes de ríos y causes, montañas y otros lugares de riesgo ubicados en Acapulco, Guerrero y en Puerto Vallarta, Jalisco. Realizar la georeferenciación de todas las encuestas.	Sep-10
Gobierno del Estado de Chiapas	Evaluación de la Agenda Chiapas-ONU (2400 encuestas cara a cara en vivienda a mayores de 18 años (400 en cada uno de los siguientes municipios: Comitán de Domínguez, Palenque, San Cristóbal de las Casas, Tapachula, Tonalá y Tuxtla Gutiérrez)	Oct-10
Sistema Nacional para el Desarrollo Integral de la Familia (DIF)	Evaluación Campaña Niños Migrantes no acompañados./ Determinar el grado de cumplimiento de los objetivos y metas de comunicación de la Campaña "Niños Migrantes No Acompañados" (800 encuestas en vivienda cara a cara en	Oct-Dic 10

	zonas urbanas)	
Consejo Ciudadano de Seguridad Pública y Procuración de Justicia del Distrito Federal	Evaluación de la campaña sobre el uso del cinturón de seguridad	Ene-11
Secretaría de Protección Civil DF	Estudio sobre cultura de protección civil	Mar-11
Secretaría de Educación del DF	Estudio exploratoria cualitativo de Evaluación del Programa Escuela de Tiempo Completo	Mar-11
Secretaría de Seguridad Pública	Servicios de Subcontratación Especializada para el apoyo en la Integración Documental para la Formulación de Diagnósticos en Prevención del Delito y Seguridad Pública (encuesta a población abierta sobre temas relacionados con la seguridad pública y encuesta interna con elementos de la policía federal) Alcance Nacional. 26000 encuestas	Abr-Ago 11
Becas Fulbright-García Robles	Estudio para construir indicadores del grado en el que las becas Fulbright-García Robles propician un mejor entendimiento entre México y Estados Unidos, y apoyan la formación de personas que tienen un impacto positivo en sus comunidades y sus ámbitos profesionales.	May-11
Secretaría de Promoción Turística del Estado de Guerrero	Estudio sobre el perfil de turistas de los principales destinos turísticos de Guerrero.	May-11
CLIENTE	PRODUCTO	FECHA
Centro de Estudios Sociales y de Opinión (CESOP- Cámara de Diputados)	Estudio sobre migración y derechos humanos	Jul-11
Asociación Civil	Estudio de medición de preferencias Electorales en la Delegación Iztapalapa	Jul-11
Aspirante a candidato a delegado	Estudio de medición de preferencias Electorales en la Delegación Venustiano Carranza	Jul-11
Canal 34	Exit Poll y Conteo Rápido Estado de México	Jul-11
Instituto para la Atención y Prevención de las adicciones (IAPA)	Evaluación de campaña institucional de prevención de adicciones. Mediante estudio cualitativo de 15 grupos de enfoque con adolescentes y padres de familia.	Ago-11

Procuraduría General de la República (PGR)	Servicio de elaboración de un estudio de evaluación Tipo Post-Test con levantamiento de una encuesta nacional en vivienda de 800 cuestionarios en zonas metropolitanas del Distrito Federal; Campeche, Campeche y Monterrey, Nuevo León, para la Campaña "Servicios periciales" versión "Inauguración Laboratorio Central".	Sep-11
Programa Nacional de Financiamiento al Microempresario (PRONAFIM)	Evaluación del 10° encuentro nacional de microfinanzas. Encuesta telefónica microfinancieras asistentes.	Oct-11
Diconsa	Evaluar el impacto, alcance, penetración y efectividad de la campaña "Donde estés, está Diconsa". Encuesta cara a cara de mujeres y hombres de la población rural y urbana, de entre 19 y 65 años o más, de niveles socioeconómicos C, D y E que residan en las 24 ciudades donde se pauto la campaña "Donde Estés, Está Diconsa".	Nov-11
IFE	Evaluar el impacto, alcance, penetración y efectividad de los spots de radio y televisión, y de los materiales en medios alternativos de la Campaña Institucional del IFE 2011-2012 (2,500 encuestas en 24 ciudades donde existió actividad en medios alternativos)	Dic- 11
Management Systems International (MSI)	Encuesta de opinión pública para la secretaria del consejo de la coordinación para la implementación del sistema de justicia penal (3,500 encuestas)	Ene-12
CLIENTE	PRODUCTO	FECHA
GlobeScan- UNESCO	Realización de reclutamiento y moderación de grupos de enfoque con adolescentes que no estudian ni trabajan como parte de un estudio mundial sobre el problema social de los "ni ni".	Feb-12
Servicio Postal Mexicano	Estudio Post-test campañas de Mexpost 2012: 400 encuestas telefónicas a usuarios Pymes, 400 encuestas cara a cara en vivienda con usuarios familiares de emigrantes y 400 con usuarios individuales de mensajería.	May-12
Carlos Luis Sánchez y Sánchez	Perfil de los consumidores de cine mexicano	Jul-12
Centro Nacional para la Prevención y Control de las Adicciones (CENADIC)	Estudio cualitativo (12 grupos de enfoque) y cuantitativo de alcance nacional para la evaluación del impacto de las leyendas de advertencia sanitarias y pictogramas	Jul-Ago 12

Comisión Nacional Bancaria de Valores	Aplicación de una encuesta para conocer la percepción de los empleados de la CNBV sobre los servicios informáticos	Ago-12
Instituto para la Atención y Prevención de las adicciones (IAPA)	400 encuestas cara a cara en vivienda en el Distrito Federal tema adicciones	Ago- Sep 12
Subsecretaría de Prevención y Participación Ciudadana	Diversos estudios cualitativos de Evaluación de la Estrategia de Comunicación de las Acciones transversales de prevención social del delito	Ene-Mar 2013
STCM	Evaluación de servicio. Estudio cualitativo y cuantitativo.	Dic- 13
Sistema de transporte RUTA	Evaluación de servicio. Estudio cualitativo y cuantitativo.	Ene- 14
CIDE	Aplicación prueba Enlace	Feb-14
SEDESOL	Estudio Cuantitativo Nacional para medir la opinión pública sobre el Programa Cruzada Contra el Hambre.	Jul-14
COLBACH BHR	Aplicación de pruebas no cognitivas, prueba raven y prueba de aptitud académica en el Distrito Federal	Mar-14
SISTEMA DE INFORMACIÓN LOGÍSTICA SA DE CV	Encuesta con público de interés asistente al Expo Foro Pemex 2da edición	Abr-14
CLIENTE	PRODUCTO	FECHA
UAEM	Estudio Cuantitativo con 1500 encuestas en vivienda para conocer los hábitos de consumo de medios de comunicación de los habitantes del Estado de Morelos.	Jun-14
Hábitat para la Humanidad	Estudio de Brand Awareness «Hábitat para la Humanidad»	Ago-14
UAEM	Estudio Cuantitativo con 1500 encuestas en vivienda para conocer los hábitos de consumo de medios de comunicación de los habitantes del Estado de Morelos.	Jun-14
Liconsá	Estudio cualitativo (12 grupos de enfoque) y cuantitativo (1,200 encuestas) sobre conocimiento, consumo y evaluación pre-test de campaña de los productos "Leche en Polvo"- y lactancia materna, "Leche Frisia" y "Leche UHT".	Oct-14
Instituto Nacional Electoral (INE)	Estudio cuantitativo "Evaluación de la ciudadanía sobre la imagen, atribuciones y fines del Instituto Nacional Electoral 2014" (1,200 encuestas a nivel nacional)	Nov.-14

Embajada de Estados Unidos en México	Tracking poll Nacional y en estados fronterizos con Estados Unidos para conocer la opinión y percepciones de los mexicanos hacia Estados Unidos tanto de manera general como en los temas específicos	Mar-Dic15 y 2016
New York University	Medición sobre temas ambientales en el Área Metropolitana del Distrito Federal	Jul-15
Jorge Castañeda	Encuesta a nivel nacional y grupos de enfoque sobre candidaturas independientes	Ago-15
Gobierno del Estado de Morelos	Estudio de satisfacción con el transporte público en la zona metropolitana de Cuernavaca (Grupos de enfoque con usuarios, operarios y concesionarios, y 1,638 usuarios)	Nov-15
Instituto Mexicano de la Radio (IMER)	Evaluación de la radio pública en México y el Instituto Mexicano de la Radio (6 grupos de enfoque, encuesta vía internet radioescuchas y cada dos años personal del IMER, y encuesta cara a cara nacional población en general).	2009 al 2015
PNUD	Servicios de levantamiento de información de campo y generación de la base de datos para el diagnóstico en materia de inclusión social e igualdad entre mujeres y hombres en el ámbito laboral en el Centro Administrativo Petróleos Mexicanos	Feb-Marzo 2016
CLIENTE	PRODUCTO	FECHA
Banobras	Post Test Campaña Publicitaria y Pre Test Cualitativo Campaña	Nov 2016 y Abril 2017
PNUD	Estudio de opinión sobre cambio climático, como insumo para la 6ª Comunicación Nacional de Cambio Climático	Nov 2016 Feb 2017
Bansefi	PROYECTO DE CONSOLIDACIÓN DEL SECTOR DE AHORRO Y CRÉDITO POPULAR E INCLUSIÓN FINANCIERA	Mayo de 2017
World Justice Project	MEXICAN STATES RULE OF LAW INDEX 2017, Realizar levantamiento de encuestas para entender la visión que las personas de Ciudad de México, Guerrero, Estado de México, Morelos, Puebla y Zacatecas tienen sobre sus experiencias con la ley y el sistema de justicia.	Junio 2017
Comisión Nacional de Electricidad	Estudio Post-test de la campaña Grandeza CFE II: evaluar el impacto, alcance, penetración, y efectividad de la campaña de comunicación Grandeza CFE II de conformidad con sus diseños, condiciones y especificaciones.	Sept 2017

Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales	Opinión de ciudadanos acerca del sistema de transporte Optibus	Octubre 2017
IMSS Instituto Mexicano del Seguro Social	Servicio de levantamiento de encuestas y captura de datos, que permitan identificar el motivo del desconocimiento de los trabajadores respecto a su afiliación al instituto mexicano del seguro social (IMSS), los beneficios a que tienen derecho, así como conocer la opinión trabajadores afiliados y no afiliados al IMSS sobre los servicios de salud de la institución, con el propósito de identificar los factores que favorecen o inhiben la afiliación de los trabajadores al IMSS.	Agosto 2017
Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales	Levantamiento de una encuesta con representatividad nacional : Eficiencia Energética , horario de verano y normatividad	En ejecución
CNDH. Comisión nacional de derechos humanos	Contratación de los servicios consistentes en la realización de una encuesta de opinión pública, que permita medir el conocimiento y la percepción que tiene la población en las diferentes regiones del país sobre la comisión nacional de los derechos humanos (CNDH) y sus programas, así como conocer la opinión de las y los mexicanos sobre el tema de igualdad entre mujeres y hombres	Oct 2017
CIDE, Centro de Investigación y Docencia Económicas	Realizar encuestas y procesamiento de resultados respecto al conflicto de interés y temas relacionados para el CIDE	Nov 2017

ESTUDIOS DE MERCADO		
Empresas		
CLIENTE	PRODUCTO	FECHA
Nextel de México	Estudio cualitativo y cuantitativo de satisfacción de clientes	Ene-01
Farmacias del Ahorro	Estudio cualitativo de satisfacción de clientes	Ene-01
Cervecería Modelo del Noroeste, S.A. de C.V.	Estudio de mercado	Feb-03
Academia Metropolitana IAP	Levantamiento de encuestas	Abr-03
Western Union	Estudio sobre comparación de servicios de remesas entre WU y la competencia.	Abr- Jun 03

Mega Direct, S.A. de C.V.	Levantamiento de encuestas.	May-03
ZIPPO, Estados Unidos	Entrevistas a profundidad para ubicar los nichos de mercado (reales y potenciales) de nuevos diseños de Zippo. Segmentación de mercados.	Dic-03
Market Analysis, Brasil	Entrevistas a profundidad para ubicar los nichos de mercado (reales y potenciales) de nuevos diseños de filtros de agua. Segmentación de mercados.	Jul-04
Market nternac, Brasil	Evaluación de atención al cliente y publicidad de American Express.	Jul-04
Geotex International Corporation	Estudio de opinión a personal capacitado por Geotex International Corporation	Sep-04
Market Analysis, Brasil	Prueba de producto de teléfonos celulares de la compañía Motorola	Oct-04
Mont Blanc	Evaluación de atención al cliente	Nov-04
CLIENTE	PRODUCTO	FECHA
Market Analysis, Brasil	Estudio para conocer las opiniones de médicos mexicanos de distintas especialidades acerca de diferentes temas relacionados con la salud y específicamente con la detección y tratamiento de la hepatitis B (Cuestionario, levantamiento y captura)	Mar-05
Grupo NASA	Evaluación de servicios propios y de la competencia	Abr-05
Grupo Posadas	Estudio cualitativo de evaluación de imagen	Oct-06
Banco Azteca	Estudio cualitativo y cualitativo: Evaluación de Créditos	May-07
COPEMSA	Estudio cualitativo y cualitativo: viabilidad para la instalación de parquímetros	Jul-07
Banco Azteca	Evaluación del Programa ASMAZ	Sep-07
Proyecto 40	Análisis de la imagen actual de Proyecto 40 y oportunidades de posicionamiento para el futuro	Feb-2008
5M2	Estudio Cuantitativo y cualitativo: Evaluación de los servicios del Metrobús en el Distrito Federal	Abr-2008
Grupo ENM MÉXICO S.A. de C.V.	Grupos de enfoque y encuestas en vivienda en zonas urbanas del Estado de México	Abr-2008
Time Contact	Perfil del lector de la revista Time Contact	Jun-09

Kraft Food de México	Entrevistas a profundidad para evaluar la imagen corporativa de Kraft sobre RS.	Jul-09
Elektra	Estudio Nacional de Competencia para Grupo Elektra (17,091 encuestas)	Dic -09
Kimberly Clark de México	Evaluación del ambiente laboral en la planta Prosede de Kimberly Clark. Metodología: encuestas encuesta cara a cara, utilizando un cuestionario semiestructurado. La encuesta se aplicó en los tres turnos que maneja la planta: matutino, vespertino y nocturno. Se realizaron un total de 282 encuestas.	Sep-09
Capullo	Penetración de la crema de cacahuete Aladino	Jul-10
FIRA	Estudio sobre el Impacto de la Campaña de Publicidad 2010 de FIRA. 700 encuestas a personas mayores de 18 años que residan en localidades rurales -de menos de 2500 pobladores- en las que se pautó a campaña	Dic-10
CLIENTE	PRODUCTO	FECHA
Tarjeta Asmaz y Microcrédito Azteca	Estudio de Posicionamiento y Evaluación de programa de lealtad	Abr-2011
Fundación Azteca	Estudio de imagen	May-2011
Café la Parroquia	Evaluación de nuevo concepto de cafetería	Jul.-Ago.- 11
Transportes Marítimos Mexicanos	Estudio de imagen y Estudio de satisfacción de clientes	May-2010 y Feb-2012
Fideicomiso para el ahorro de energía eléctrica	Estudio de mercado lámparas fluorescentes compactas autobalastadas (LFCA's)	Feb-2012
Refaccionaria Millán	Estudio de hábitos de consumo y compra. Encuesta de salida a los consumidores.	May-2012
GlobeScan-Disney	Estudio cualitativo sobre responsabilidad social mediante entrevistas telefónicas con líderes de opinión (académicos, industriales, organización civil, etc.)	Jun-2012
Accenture	Estudio de Satisfacción de usuarios en 3 sectores de servicios: financiero, comercial y comunicaciones. 500 encuestas telefónicas: 200 DF, 150 Guadalajara, 150 Monterrey.	Jul-2012
Once TV México	Estudio Encuentro con el televidente 2012.	Nov-2012

CFE	Evaluación de la percepción de la Comisión Federal de Electricidad y del programa de intervención para regularización del pago de la luz en la zona Héroes-Tecámac	May-13
Accenture	Encuesta telefónica Every Business is a Digital Business	Ago.- 13
PROMEXICO	Estudio Nacional sobre Industria de Turismo Médico. Más de 100 entrevista cara a cara a directivos de Hospitales Privados y encuesta vía internet a las mismas instituciones.	Nov.-13
Tsuru Morales Isla Abogados-Lysol	Estudios cualitativos mediante la técnica de grupos de enfoque para evaluar el reconocimiento de marcas de limpieza.	Jun-Jul 15
Agroasemex	Estudio cualitativo mediante entrevistas a profundidad con clientes (Asociaciones civiles de Fondos de Aseguramiento) para evaluar estrategia de comunicación.	Jul-15
BPP-Fondo Nacional de Fomento al Turismo	Estudio cualitativo mediante entrevistas a profundidad para explorar entre especialistas del sector de turismo de reuniones la viabilidad mercadológica de remodelar el Centro de Convenciones de Acapulco.	Ago-15

Nuestra historia

Política de Calidad

Parametría se rige por el trabajo en equipo y la mejora continua, la calidad es un principio básico para la realización de cualquier investigación garantizando de esta manera que todo trabajo realizado cubrirá las necesidades de nuestros clientes.

En el año 2004 – 2005 Parametría S.A. de C.V. se incorpora a la Asociación Mexicana de Agencias de Investigación de Mercado y Opinión Pública A.C. (AMAI).



Valores

El valor se refiere a una excelencia o a una perfección. Los valores por los que se rige Parametría son:



CLIENTES

Parametría ha colaborado con un grupo muy diverso de clientes. Presentamos algunos de ellos a continuación:



STAFF

Contamos con un equipo de trabajo multidisciplinario conformado por mercadólogos, economistas, politólogos y sociólogos, con gran experiencia tanto en el área cuantitativa como cualitativa.

INSTALACIONES

Infraestructura para capacitación



Equipo para captura de información



Cámara Gesell Ciudad de México

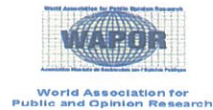


Moderadores y Reclutadores

Tenemos un equipo de moderadores experimentados en diversos segmentos del mercado, lo que garantiza el adecuado desarrollo de las sesiones de grupo y la óptima obtención de resultados. Así como contamos con reclutadores para garantizar la calidad y veracidad de la información recabada en las sesiones de grupo.

Asociaciones

Las asociaciones a las que pertenecemos son:





CERTIFICADO

No. 121703

Vigencia de 06 de Octubre de 2017 al 06 de Octubre de 2020

Parametría S.A. de C.V.

Calle Benjamin Hill No.185

Colonia Hipódromo Condesa C.P. 06170

Ciudad de México, CDMX



A los 06 días del mes de Octubre de 2017, Quality International Compliance S.A. de C.V. con domicilio en Avenida Temoaya, No. 18-A Int. 406, Colonia Centro Urbano, Cuautitlan Izcalli, Estado de México, C.P. 54700, conjuntamente con la AMAI ubicada en Mariano Escobedo 375 Int. 704, Col. Chapultepec Morales, C.P. 11570, CDMX, por el presente hacen constar que el sistema administrativo de la organización ha sido evaluado y se encontró en cumplimiento con los requerimientos de

Estándar de Servicio para la Investigación de Mercados en México Versión 3.0

El alcance de certificación es:

Diseño, desarrollo, aplicación e interpretación de estudios de mercado cualitativos, cuantitativos y encuestas telefónicas CATI.

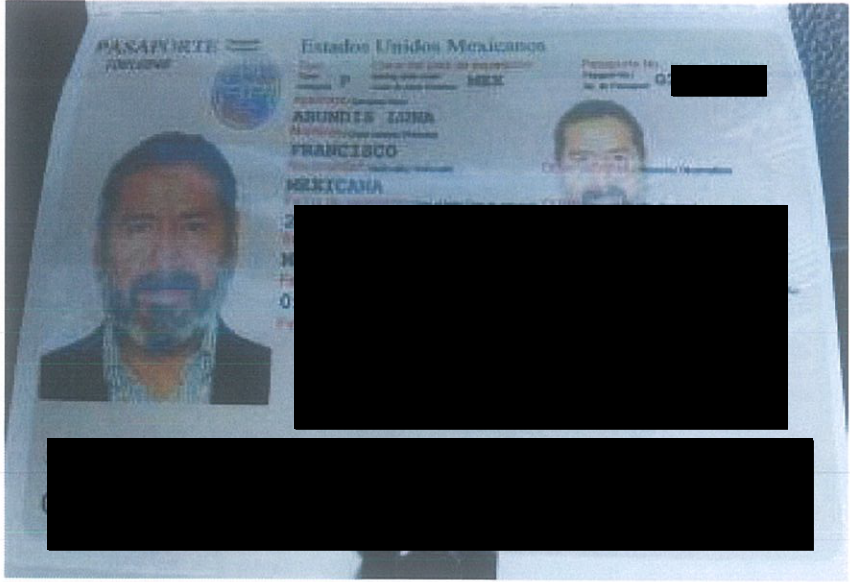


Presidente
AMAI

Director General
Quality International
Compliance, S.A. de C.V.

Jorge R. Valdes
Comité de Promoción
de Calidad AMAI

Este certificado es válido siempre y cuando la organización sea miembro activo AMAI y demuestre su cumplimiento con la norma aplicable a través de la realización de al menos una auditoría de seguimiento cada doce meses, tomando como plazo máximo de ejecución el día y mes de vigencia.



PASAPORTE PANAMINTE

Estados Unidos Mexicanos

Tipos: *Libre de todo impuesto*

Nombre: **ABUNDIS LUNA**

Apellido: **FRANCISCO**

MEXICANA

Passaporte No. [REDACTED]

Fecha de Emisión: [REDACTED]

Fecha de Expiración: [REDACTED]

Sexo: [REDACTED]

Color de Ojos: [REDACTED]

Color de Pelo: [REDACTED]

[REDACTED]




MÉXICO INSTITUTO NACIONAL ELECTORAL
CREDENCIAL PARA VOTAR

NOMBRE
VERA
MENDOZA
JOSE ALBERTO
DOMICILIO

FECHA DE EMISIÓN

SEXO: H

ANO DE REGISTRO 2000 01



NACIONALES PROBLEMAS LOCALS Y ESTADONORMAS

INE



CLAYTON ANDRÉS MORALES
SECRETARIO SUBSTITUTO DEL
INSTITUTO NACIONAL ELECTORAL





AMAI
INTELIGENCIA APLICADA
A DECISIONES

CERTIFICADO

No. 121703

Vigencia de 06 de Octubre de 2017 al 06 de Octubre de 2020

Parametría S.A. de C.V.

Calle Benjamin Hill No.185

Colonia Hipódromo Condesa C.P. 06170

Ciudad de México, CDMX



A los 06 días del mes de Octubre de 2017, Quality International Compliance S.A. de C.V. con domicilio en Avenida Temoaya, No. 18-A Int. 406, Colonia Centro Urbano, Cuautitlan Izcalli, Estado de México, C.P. 54700, conjuntamente con la AMAI ubicada en Mariano Escobedo 375 Int. 704, Col. Chapultepec Morales, C.P. 11570, CDMX, por el presente hacen constar que el sistema administrativo de la organización ha sido evaluado y se encontró en cumplimiento con los requerimientos de

Estándar de Servicio para la Investigación de Mercados en México Versión 3.0

El alcance de certificación es:

Diseño, desarrollo, aplicación e interpretación de estudios de mercado cualitativos, cuantitativos y encuestas telefónicas CATI.



Oscar Balcázar
Presidente
AMAI

Carlos Carreño Berrón
Director General
Quality International
Compliance, S.A. de C.V.

Jorge A. Valdés
Comité de Promoción
de Calidad AMAI

Este certificado es válido siempre y cuando la organización sea miembro activo AMAI y demuestre su cumplimiento con la norma aplicable a través de la realización de al menos una auditoría de seguimiento cada doce meses, tomando como plazo máximo de ejecución el día y mes de vigencia.





Servicio de Administración Tributaria
SECRETARÍA DE HACIENDA Y CRÉDITO PÚBLICO

CÉDULA DE IDENTIFICACIÓN FISCAL

CLAVE DE REG. FED. DE CONTRIBUYENTE

PAR [REDACTED]

NOMBRE, DENOMINACIÓN O RAZÓN SOCIAL

PARAMETRIA SA DE CV



FOLIO

DF-20/04/20

INSCRIPCIÓN EN EL R.F.C

RFC - 1

EL SERVICIO DE ADMINISTRACIÓN TRIBUTARIA, LE DA A CONOCER EL REGISTRO FEDERAL DE CONTRIBUYENTES, QUE LE HA SIDO ASIGNADO CON BASE EN LOS DATOS QUE PROPORCIONÓ, LOS CUALES HAN QUEDADO REGISTRADOS CONFORME A LO SIGUIENTE:

NOMBRE, DENOMINACIÓN O RAZÓN SOCIAL
PARAMETRIA SA DE CV

DOMICILIO
BENJAMIN HILL [REDACTED] PODROMO DE LA CONDESA DISTRITO FEDERAL 06170

CLAVE DEL R.F.C

PAR [REDACTED]

ADMINISTRACIÓN LOCAL

ALR CENTRO DEL D.F.

ACTIVIDAD **Servicios de investigación de mercados y encuestas de opinión pública**

SITUACIÓN DE REGISTRO

ACTIVO

FECHA DE INSCRIPCIÓN --

FECHA DE INICIO DE OPERACIONES

17-07-2001

OBLIGACIONES

DESCRIPCIÓN	FECHA ALTA
Presentar la declaración y pago provisional mensual de retenciones de Impuesto Sobre la Renta (ISR) por sueldos y salarios.	31-03-2002
Presentar la declaración anual de Impuesto Sobre la Renta (ISR) donde se informe sobre los clientes y proveedores de bienes y servicios.	31-03-2002
Presentar la declaración anual de Impuesto Sobre la Renta (ISR) donde informen sobre los pagos y retenciones de servicios profesionales. (personas morales).	31-03-2002
Presentar la declaración anual donde se informe sobre las retenciones de los trabajadores que recibieron sueldos y salarios y trabajadores asimilados a salarios.	31-03-2002
Presentar la declaración y pago provisional mensual de Impuesto Sobre la Renta (ISR) por las retenciones realizadas a los trabajadores asimilados a salarios.	01-12-2002
Proporcionar la información del Impuesto al Valor Agregado (IVA) que se solicite en las declaraciones del Impuesto Sobre la Renta (ISR)	31-03-2002
Presentar la declaración y pago provisional mensual de Impuesto Sobre la Renta (ISR) de personas morales del régimen general.	31-03-2002
Presentar la declaración anual de Impuesto Sobre la Renta (ISR) de personas morales	31-03-2002
Presentar la declaración mensual donde se informe sobre las operaciones con terceros para efectos de Impuesto al Valor Agregado (IVA).	01-09-2006
Presentar la declaración y pago provisional mensual de Impuesto Sobre la Renta (ISR) por las retenciones realizadas por servicios profesionales.	31-03-2002
Presentar la declaración y pago mensual de retenciones de Impuesto al Valor Agregado (IVA).	31-03-2002
Presentar la declaración y pago definitivo mensual de Impuesto al Valor Agregado (IVA).	31-03-2002
Presentar la declaración y pago provisional mensual del Impuesto Empresarial a Tasa Única (IETU).	01-01-2008
Presentar la declaración y pago anual del Impuesto Empresarial a Tasa Única (IETU).	01-01-2008
Presentar la declaración informativa anual de Subsidio para el Empleo.	01-01-2008

TRÁMITES EFECTUADOS	FECHA DE PRESENTACIÓN	FOLIO DEL TRÁMITE
Servicio o Solicitud / 32-D SOLICITUD DE OPINIÓN /	14-08-2009	AV200917191966
Servicio o Solicitud / 32-D SOLICITUD DE OPINIÓN /	02-06-2009	AV200915784277
Servicio o Solicitud / 32-D SOLICITUD DE OPINIÓN /	01-08-2008	AV200810136362

Fecha de Impresión: 20 de Abril de 2010
TELEFONO DE ATENCION CIUDADANA
(Quejas Y Sugerencias) 01-800-463-6728



folio 20190517005



MTRO. JOSÉ FRANCISCO SALAZAR ARTEAGA
SECRETARIO EJECUTIVO
H. INSTITUTO ELECTORAL DE TAMAULIPAS
P R E S E N T E

Adelantando un cordial saludo me permito hacer de su conocimiento que este Instituto es Proveedor del Instituto Nacional Electoral (INE) con número de registro 201504201095902 desde abril de 2015 y el refrendo 2019 se realizó el pasado 20 de febrero, el año pasado el INE nos acreditó para realizar Encuestas de Salida para la jornada electoral del 01 de julio de 2018, relacionada con Presidencia de la República, Ayuntamientos y Alcaldías y Diputados Federales en las 32 Entidades del país.

Y en base a la Normatividad para Encuestas de Salida del Reglamento de Elecciones del Instituto Nacional Electoral, en la Sección Tercera, Obligaciones en Materia de Encuestas de Salidas o Conteos Rápidos No Institucionales, en el Artículo 138 del primer párrafo, me permito hacer de su conocimiento la intención del **Instituto de Mercadotecnia y Opinión (IMO)** por participar mediante encuesta de salida en el actual proceso electoral para la elección a las 22 Diputaciones Locales que se llevará a cabo el próximo 02 de junio de 2019, cumpliendo con los lineamientos que marca la autoridad electoral y cubriendo el horario de las 8:00hrs hasta las 18:00hrs., o en su defecto hasta que haya votado la última persona, motivo por el cual **solicito el registro** para realizar el ejercicio estadístico señalado.



Así mismo, de acuerdo al Artículo 139 donde se solicita la información sobre los criterios generales de carácter científico que se señalan en la fracción II del Anexo 3 del Reglamento es la siguiente:

*** Objetivo del estudio**

Estimar las tendencias de votación durante el desarrollo oficial de la jornada electoral.

*** Marco Muestral**

Se aplicará un Muestreo Aleatorio Estratificado Bietápico para seleccionar la muestra aleatoria de las secciones electorales y seleccionar a los votantes, con un tamaño de 664 secciones electorales en los 22 Distritos Locales del Estado de Tamaulipas que de manera aleatoria sean seleccionados por el diseño muestral para el cargo a Diputado Local.

*** Diseño Muestral**

*** a) Definición de la población**

Son los votantes que emitirán su voto durante la jornada electoral.

*** b) Procedimiento de selección de unidades**

Se estratificará por tipo de población (mixto, rural y urbano) y se seleccionará de manera aleatoria por conglomerado la sección electoral.

* c) Procedimiento de estimación

El estimador presentado corresponde a un submuestreo aleatorio estratificado con unidades de primera etapa de tamaño diferente

En cada estrato (distrito) tenemos un muestreo aleatorio bietápico donde el estimador aplicado es de razón y es el siguiente:

$$\hat{P}_t = \frac{\sum_{i=1}^{n_t} M_{ti} \hat{P}_{ti}}{\sum_{i=1}^{n_t} M_{ti}}$$

$$\hat{P}_{ti} = \frac{\text{entrevistados a favor de un partido en la seccion } i \text{ del estrato } t}{\text{entrevistados totales en la seccion } i \text{ del estrato } t}$$

Una aproximación del estimador de la varianza para cada estrato será: donde

$$s_{tip}^2 = \frac{m_{ti}}{m_{ti} - 1} \hat{P}_{ti} (1 - \hat{P}_{ti}) \left[\frac{1}{m_{ti} - 1} \sum_{i=1}^{n_t} \left(\left(\frac{M_{ti}}{M_{t n_t}} \right)^2 (\hat{P}_{ti} - \hat{P}_t)^2 \right) + \frac{1}{n_t N_t} \sum_{i=1}^{n_t} \left(\frac{1}{m_{ti}} - \frac{1}{M_{ti}} \right) \left(\frac{M_{ti}}{M_{t n_t}} \right)^2 s_{tip}^2 \right]$$

el estimador de la varianza del estimador es:

$$\hat{V}(\hat{P}) = \sum_{t=1} W_t^2 \hat{V}(\hat{P}_t)$$

y el intervalo de confianza para aquellas proporciones entre 20% y 80%, se aproximan con la expresión siguiente:

$$\hat{P} \pm 1.96 \sqrt{\hat{V}(\hat{P})}$$

* d) *Tamaño y forma de obtención de la muestra*

El tamaño de la muestra es de 664 secciones electorales

Distrito Local	Secciones Electorales en muestra
I	27
II	27
III	27
IV	27
V	36
VI	33
VII	29
VIII	30
IX	27
X	16
XI	12
XII	35
XIII	55

Distrito Local	Secciones Electorales en muestra
XIV	27
XV	22
XVI	50
XVII	41
XVIII	25
XIX	14
XX	31
XXI	23
XXII	41

* e) *Calidad de la estimación (confianza y error máximo implícito en la muestra seleccionada)*

Se garantiza una confianza de 95% y un error estadístico de +/-4%.

* f) *Tratamiento de la*

El porcentaje de [REDACTED] utilizará solo para fines estadísticos y de logística interna. No se presenta en el reporte de resultados.

*** Método de recolección de la información**

Mediante un brinco sistemático, a la salida de la casilla, se le solicita a los votantes una vez que hayan emitido su voto, marcar

de manera libre y anónima en un símil de boleta su voto y depositarlo en la caja que el entrevistador lleva consigo.

*** Forma de procesamiento, estimadores e intervalos de confianza**

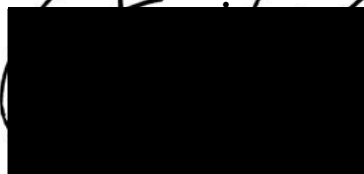
Se registra en el software y se generan los resultados estadísticos.

*** Denominación del software que se pretende utilizar**

Software de análisis estadístico Statistical Package for Social Sciences (SPSS)

Sin otro particular agradezco la fina atención, quedo de Usted.

ATENTAMENTE,
Guadalajara, Jal., a 13 de mayo de 2019



LIC. CÉSAR AUGUSTO MORONES SERVÍN
PRESIDENTE DE IMO