

003523

México, D.F. a, 26 de mayo de 2015

Con esta fecha estamos entregando un sobre cerrado a:

**Lic. Edmundo Jacobo Molina**

**Secretario Ejecutivo del Instituto Nacional Electoral**

Conteniendo:

- 1/ Solicitud de registro ante la Secretaria Ejecutiva del Instituto Nacional Electoral
- 1/Copia del acta constitutiva de la empresa y copia de cesión de poderes
- 1/ Copia de Cédula de Identificación Fiscal y Currículum empresarial.

Atentamente,

**LIC. JOSE ALBERTO VERA MENDOZA**

Domicilio:

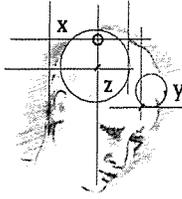
Viaducto Tlalpan No. 100 Col. Arenal Tepepan, Delegación Tlalpan,  
C.P. 14610, México, D.F.

Tel. 01 800 433 2000



Benjamín Hill No. 185, Col. Hipódromo Condesa, Deleg. Cuauhtémoc, 06170 México, D.F.

Tel. y Fax: (55) 2614 0089 E-mail: parametria@parametria.com.mx



**Parametría**  
INVESTIGACIÓN ESTRATÉGICA  
ANÁLISIS DE OPINIÓN Y MERCADO

**Lic. Edmundo Jacobo Molina**  
**SECRETARIO EJECUTIVO DEL INSTITUTO**  
**NACIONAL ELECTORAL**  
**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-010704-DV1

Domicilio:

Calle y Número: BENJAMÍN HILL NUM. 185

Colonia: HIPÓDROMO CONDESA

Delegación o Municipio: CUAUHTÉMOC

Código Postal: 06170

Entidad Federativa: DISTRITO FEDERAL

Teléfonos: 26 14 00 89

Fax : 26 14 00 89

Correo Electrónico: [parametria@parametria.com.mx](mailto:parametria@parametria.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, AGUSTO RODÍN 499 MIXCOAC MÉXICO, D.F.

Relación de Accionistas:

Apellido Paterno	Apellido Materno	Nombre (s)	R.F.C.	% Acciones
ABUNDIS	LUNA	FRANCISCO	AULF-650525-BB8	95
ABUNDIS	LUNA	AGUSTÍN	AULA-620413-347	05

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.

México, D.F., a México DF a 26 de Mayo de 2015

Protesto lo necesario

**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: [parametria@parametria.com.mx](mailto:parametria@parametria.com.mx)**



México DF a 26 de Mayo del 2015

**Lic. Edmundo Jacobo Molina**  
**SECRETARIO EJECUTIVO DEL INSTITUTO**  
**NACIONAL ELECTORAL**  
**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 213, numeral 1 INE/CG220/2014 que forma parte de la Ley General de Instituciones y Procedimientos electorales emitido por el Instituto Nacional Electoral.

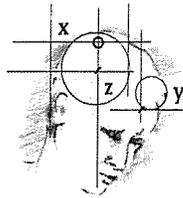
Además de lo estipulado en el Acuerdo del Consejo General del Instituto Nacional Electoral por el que se establecen los lineamientos, así como los criterios de carácter científico que deberán entregar a más tardar el 30 de Mayo de 2015, las personas físicas o morales que pretendan ordenar y realizar encuestas de salida y/o conteos rápidos para la jornada electoral del día 7 de Junio del 2015, con fundamento en INE/CG238/2015.

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 el día de la jornada electoral el 07 de Junio a Nivel Nacional para el Proceso Electoral 2015 respecto a las preferencias de la ciudadanía para la elección de Diputados Federales, además de realizar encuestas de salida y conteos rápidos para la jornada electoral el 07 de Junio del 2015 en los estados de Baja California Sur, Campeche, Colima, DF, Edo. México, Guanajuato, Guerrero, Jalisco, Michoacán, Morelos, Nuevo León, Querétaro, San Luís Potosí, Sonora, Tabasco, Yucatán para la elección de Gobernador, Diputados Locales, Ayuntamientos y Jefes Delegacionales.

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

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.



**Parametría**

INVESTIGACIÓN ESTRATÉGICA  
ANÁLISIS DE OPINIÓN Y MERCADO

**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 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.

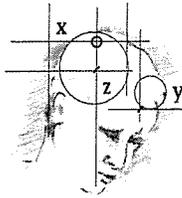
## I. METODOLOGÍA PARA ENCUESTAS DE SALIDA Y CONTEO RÁPIDO.

Para obtener una estimación del resultado de la elección para Gobernador, Diputados Federales y Diputados Locales, Ayuntamientos y Jefes Delegacionales 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 2012. 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 ex ante porque depende de la afluencia de los votantes el día de la jornada electoral, sin embargo, se

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

**Email: [parametria@parametria.com.mx](mailto:parametria@parametria.com.mx)**



## *Parametría*

INVESTIGACIÓN ESTRATÉGICA  
ANÁLISIS DE OPINIÓN Y MERCADO

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 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 sería la de informar sobre nuestros resultados de la encuesta de salida correspondiente a la elección de Gobernador, Diputados Federales y Diputados Locales, Ayuntamientos y Jefes Delegacionales.

Sin otro particular, quedo a sus apreciables órdenes.

**I.I Periodo o fecha de aplicación:** 7 de Junio del 2015.

**I.II Lugares en donde se llevará a cabo:** A nivel nacional (Se anexa marco muestral) y los 16 estados en donde se realizarán elecciones (Se anexa marco muestral individual por estado)

**I.I Periodo o fecha de aplicación:** 7 de Junio del 2015.

**I.II Lugares en donde se llevará a cabo:** A nivel nacional (Se anexa marco muestral) y los 17 estados en donde se realizarán elecciones locales (Se anexa marco muestral individual por estado)

**1. Objetivo del Estudio:** Estimar con oportunidad las tendencias de los resultados finales de la elección Federal de Diputados, además de estimar con oportunidad las tendencias de los resultados finales de la elección Local para Gobernador, Diputados Locales, Ayuntamientos y Jefes Delegacionales.

**2. Marco Muestral:** Se establece como marco muestral las secciones electorales reportadas por el INE para la elección federal de 2012.

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

Email: [parametria@parametria.com.mx](mailto:parametria@parametria.com.mx)



### 3. Diseño 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.
- **D) Tamaño y forma de obtención de la muestra:** 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 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.
- **E) Calidad de la estimación:** 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.
- **F) Tratamiento de la no respuesta:** Se asigna de manera proporcional entre los que sí respondieron.

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

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

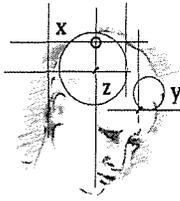
**6. Denominación del software:** El software que utiliza para la captura de datos en Parametría se llama SIEP y es propio de la empresa.

**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



**Parametría**  
INVESTIGACIÓN ESTRATÉGICA  
ANÁLISIS DE OPINIÓN Y MERCADO

México DF a 26 de Mayo de 2015

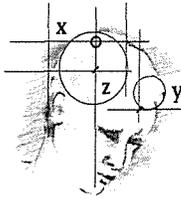
**Lic. Edmundo Jacobo Molina**  
SECRETARIO EJECUTIVO DEL INSTITUTO  
NACIONAL ELECTORAL  
PRESENTE.

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



**Parametría**

INVESTIGACIÓN ESTRATÉGICA  
ANÁLISIS DE OPINIÓN Y MERCADO

México DF a 26 de Mayo de 2015

**Lic. Edmundo Jacobo Molina**  
**SECRETARIO EJECUTIVO DEL INSTITUTO**  
**NACIONAL ELECTORAL**  
**PRESENTE.**

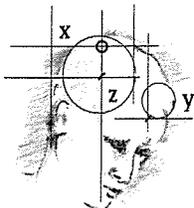
**(CESIÓN DE DERECHOS DE PARAMETRÍA)**

Por medio de la presente informo que Francisco Abundís Luna en su facultad de Representante Legal de Parametría, otorgó un poder especial a José Alberto Vera Mendoza, en el que tienen la facultad de representar a la Sociedad. (Se anexa testimonio de la escritura del: poder especial que otorga Parametría, sociedad anónima de capital variable, a favor del señor José Alberto Vera Mendoza).

**ATENTAMENTE**

---

**FRANCISCO ABUNDÍS LUNA**  
DIRECTOR GENERAL  
DE PARAMETRÍA SA DE CV



**Parametría**

INVESTIGACIÓN ESTRATÉGICA  
ANÁLISIS DE OPINIÓN Y MERCADO

México D.F. a 26 de Mayo del 2015.

**Lic. Edmundo Jacobo Molina**  
SECRETARIO EJECUTIVO DEL INSTITUTO  
NACIONAL ELECTORAL  
PRESENTE.

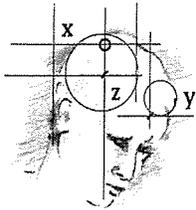
Yo José Alberto Vera Mendoza en mi facultad de Apoderado Legal manifiesto bajo protesta de decir verdad que a la fecha 26 de Mayo del 2015 no se cuenta con un tercero (cliente o contratante) para la realización de Exit poll y Conteo rápido de la fecha 7 de Junio de 2015.

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

México D.F. a 24 de Abril del 2015.

**Lic. Edmundo Jacobo Molina**  
**SECRETARIO EJECUTIVO DEL INSTITUTO**  
**NACIONAL ELECTORAL**  
**PRESENTE.**

Yo José Alberto Vera Mendoza en mi facultad de Apoderado Legal manifiesto bajo protesta de decir verdad que a la fecha 24 de Abril del 2015 no se cuenta con un tercero (cliente o contratante) para la realización de Exit poll y Conteo rápido de la fecha 7 de Junio de 2015, por tal motivo no se entrega al Instituto Nacional Electoral 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**



ASOCIACIÓN MEXICANA  
DE AGENCIAS DE  
INTELIGENCIA DE MERCADO  
Y OPINIÓN A.C.

# Certifica

## a Parametría S.A.de C.V.

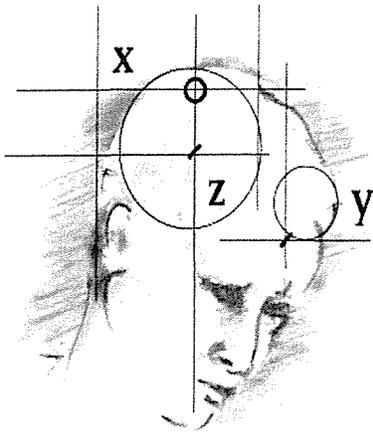
Como empresa que ha cumplido con los lineamientos del **ESTÁNDAR DE SERVICIO PARA LA INVESTIGACIÓN DE MERCADOS EN MÉXICO** en lo referente a: Diseño, desarrollo, aplicación e interpretación de estudios de mercado **Cualitativos y Cuantitativos**.

Este certificado acredita que la agencia cumple con el estándar ESIMM 2.0. Es propiedad de la AMAI y podrá ser revocado o quedar sin valor en caso de no acreditar las auditorías de seguimiento o si la empresa deja de ser miembro de la Asociación. Si desea conocer la validez de este certificado llamar a la AMAI, Tel. 55.45.14.65 [amai@amai.org](mailto:amai@amai.org)

Luis Woldenberg Karakowsky  
Presidente

Alicia Martín del Campo  
Coordinadora del Comité de Calidad

Vigencia SEPTIEMBRE 2015



# *Parametría*

INVESTIGACIÓN ESTRATÉGICA  
ANÁLISIS DE OPINIÓN Y MERCADO

## Experiencia

### **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:***

- Diseños muestrales probabilísticos
- Diseño de cuestionarios
- Levantamiento de entrevistas (en vivienda, telefónicas, cara a cara, a la salida de casillas)
- Validación de información
- Modelos estadísticos
- Análisis estratégico de los resultados

#### ***Las herramientas cualitativas incluyen:***

- Sesiones de grupos de enfoque
- Entrevistas a profundidad
- Diseño de agendas de investigación
- Investigación sobre temas específicos o especializados
- Prueba de argumentos sobre temas selectos
- Procesamiento de la información
- 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		
CLIENTES	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
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 ómnibus.	Jun 02-Jun 03
H. Cámara de Diputados	Estudios de opinión tipo ómnibus	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
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	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 Centro América	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
Banco Mundial	Estudio Cuantitativo:	Sep-07



Universidad Nacional Autónoma de México (UNAM)	Evaluación de la imagen de la Universidad Nacional Autónoma de México (UNAM)	Sep-07
IFC		Oct-07
Centro Nacional de Transplantes (CENATRA)	Estudio Cuantitativo: Evaluación de campaña publicitaria.	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
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 (UNSYDE)	Percepciones sobre la migración en la frontera sur. Estudio cuantitativo en Tapachula-Chiapas	Abr-08
Cultura Ciudadana	Gobierno de la Ciudad de México	Ene-08
Metrobús	Gobierno de la Ciudad de México	Feb-08
Fideicomiso de Fomento Minero	Secretaría de Economía	Jun-08
Evaluación del III Encuentro Internacional de Empresarias Sociales 2008	Fondo Nacional de Apoyo para las Empresas de Solidaridad	Jul-08

<b>ESTUDIOS DE MERCADO</b>		
<b>Empresas</b>		
<b>CLIENTES</b>	<b>PRODUCTO</b>	<b>FECHA</b>
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
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 6Internac, Brasil	Evaluación de atención al cliente y publicidad de American Express.	Jul-04
Geotex International Corporation	Estudio de opinión a personal capacitado por Geotex 6Internacional 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
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

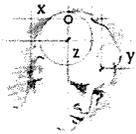


Grupo Posadas	Estudio cualitativo de evaluación de imagen	Oct-06
Banco Azteca	Estudio cualitativo y cualitativo: Evaluación de Créditos	May-07
COPENSA	Estudio cualitativo y cualitativo: viabilidad para la instalación de parquímetros	Jul-07
Banco Azteca	Evaluación del Programa ASMAZ	Sep-07
Proyecto 40	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
Consejo Mexicano Contra el Tabaquismo	Estudio cuantitativo y grupos de enfoque: Situación del tabaquismo y niveles de aprobación de espacios libres de humo	Abr-2008

<b>ESTUDIOS ELECTORALES</b>		
<b>Partidos Políticos y medios de comunicación</b>		
<b>CLIENTES</b>	<b>PRODUCTO</b>	<b>FECHA</b>
Candidato a la presidencia municipal por Convergencia por la Democracia.	Estudio de evaluación del gobierno. Auscultación de candidatos y la situación de la Ciudad de Oaxaca	Feb-01
PRD-Tlaxcala	Grupos de enfoque y encuestas para diseñar la campaña de promoción y los productos para campaña	Feb-01



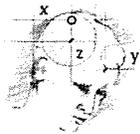
Sistema Rasa, Yucatán	Encuesta a la salida de casillas ( <i>exit poll</i> ) en elección constitucional de Gobernador del Estado de Yucatán	May-01
CIRT-Michoacán	Encuesta a la salida de casillas ( <i>exit poll</i> ) en la elección constitucional de Gobernador del Estado de Michoacán	Nov-01
Periódico La Crónica	Encuesta nacional sobre temas relevantes para la renovación de dirigencia del PRI	Nov-01
Canal 40	Encuesta a la salida de casillas ( <i>exit poll</i> ) en elección interna del PRI de su dirigencia nacional	Feb-02
Canal 40	Encuesta a la salida de casillas ( <i>exit poll</i> ) en elección interna del PRD de su dirigencia nacional	Mar-02
Periódico La Crónica	Encuesta preelectoral sobre el proceso interno de elección de dirigencia del PRD	Mar-02
Fundación Colosio A.C	Estudio de opinión sobre temas prioritarios en México.	Oct-02
PRD Gobierno del Estado de México	Encuestas pre-electorales en el Estado de México, 28 municipios.	Feb-03
PRD Gobierno del Estado de México	Campaña Nacional Estado de México.	Feb-03
	Encuestas de percepción de problemas sociales.	
Partido México Posible	Estudios de Opinión cuantitativa ómnibus.	Mar-03
PRD Gobierno de la Ciudad de México	Estudios de Opinión Pública	Mar-03
Partido Revolucionario Institucional	Estudio y análisis de resultados de una encuesta.	Mar-03
PRD	Estudios de Opinión Pública	May-03
Gobierno del Estado de San Luis Potosí	Estudio de Imagen del Gobierno del Estado por el Sexto Informe de Gobierno.	Jun-03



	Estudio sobre Percepción de Servicios de Seguridad Pública	
PRD Gobierno de la Ciudad de México	Encuestas Delegaciones en la Ciudad de México	Jun-03
PRD Gobierno del Estado de México y Guerrero	Encuestas distritales en los estados de México y Guerrero, 21 distritos.	Jun-03
PRD Gobierno del Estado de México	Encuestas de Salida en el Estado de México, 12 municipios.	Jun-03
PRD Gobierno del Estado de Chiapas y Guerrero	Encuestas en Chiapas y Guerrero, 12 distritos	Jun-03
Gobierno del Estado de Tlaxcala	Diagnóstico de Opinión e Imagen del Gobierno del Estado	Jul-03
Partido de la Revolución Democrática	Encuestas de salida Elecciones Federales 2003.	Jul-03
Partido Revolucionario Institucional	Encuesta de salida en la elección de Gobernador del Estado de Veracruz.	Sep-04
Partido de la Revolución Democrática	Encuesta de salida en la elección de Gobernador del Estado de Tlaxcala	Nov-04
Partido Revolucionario Institucional	Encuesta de salida en la elección de Gobernador del Estado de Puebla	Nov-04
Partido de la Revolución Democrática	Medir preferencias electorales para elección de Gobernador	Ene-05
Partido Revolucionario Institucional	Grupos de enfoque para evaluar imagen del candidato de interés	Feb-05
Partido Revolucionario Institucional	Grupos de enfoque evaluar imagen del candidato a Gobernador en el Estado de Morelos.	Feb-05
Gobierno del Estado de Veracruz	Diagnóstico de Opinión e Imagen del Gobierno del Estados de Veracruz	Feb-05



Partido de la Revolución Democrática	Encuesta de salida en la elección de Gobernador del Estado de Guerrero	Feb-05
Partido de la Revolución Democrática	Grupos de enfoque para evaluar piezas publicitarias –slogans y logos– para las campañas de Gobernador para el Estado de Nayarit.	Abr-05
Partido Revolucionario Institucional	Medir preferencias electorales y diagnóstico sobre conceptos de campaña para elección de Gobernador Estado de Morelos	Abr-05
Partido de la Revolución Democrática	Auscultación de candidatos para Presidente Municipal en el Estado de Guerrero	May-05
Partido de la Revolución Democrática	Encuesta de salida en la elección de Gobernador del Estado de Nayarit	Jul-05
Partido Revolucionario Institucional	Medición de preferencias en el Estado de México	Jun-05
Partido Revolucionario Institucional Local	Evaluar los avances del Gobierno Estatal y del municipio de Tuxtla Gutiérrez.	Jul-05
Gobierno del Estado de Zacatecas	Evaluación del Gobierno de Zacatecas	Jul-05
Grupo Unidad Democrática del PRI	Auscultación de candidatos a la Presidencia de México	Jul-05
Partido de la Revolución Democrática	Encuesta de salida: elección interna del PRD para elegir a su candidato a Jefe de Gobierno del DF	Nov-05
Partido Alternativa Socialdemócrata y Campesina	Medición de preferencias electorales rumbo a la elección Presidencial del 2006	Nov-05
PRI: Gobierno de Chihuahua	Estudios cuantitativo y cualitativo de evaluación de gobierno	Ago-06
PRI: Gobierno de Tamaulipas	Estudio cuantitativo de evaluación de gobierno y estudio cualitativo de evaluación de publicidad gubernamental.	Oct-06
PRD: Gobierno de Zacatecas	Estudios cuantitativo y cualitativo de evaluación de Gobierno	Oct-06
PRD: Gobierno del Distrito Federal	Estudio cualitativo: evaluación de la imagen del DIF	Feb-07

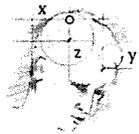


Partido Revolucionario Institucional	Estudio cuantitativo: encuesta telefónica-preferencias rumbo a la renovación del partido	Feb-07
Partido Nueva Alianza	Estudio cuantitativa: percepción del grupo parlamentario	Mar-07
PRD: Gobierno de Guerrero	Estudio cuantitativo: Evaluación de imagen del gobernador	Mar-07
Gobierno de Zacatecas	Estudio Exit Poll y Conteo Rápido: elección de Presidente Municipal en Zacatecas, Fresnillo y Jerez	Jun-07
Partido Revolucionario Institucional	Estudio Cuantitativo: Auscultación de candidatos en el Municipio de San Pedro Cholula, Puebla	Jul-07
Partido de la Revolución Democrática	Estudio Cuantitativo: Auscultación de candidatos en los Municipios de Zamora, Zongolica y Cerro Azul, Veracruz	Jul-07
Partido Convergencia	Estudio Cuantitativo: Medición de preferencias electorales y auscultación de candidatos	Ago-07
Partido Revolucionario Institucional	Estudio Cuantitativo: Medición de preferencias electorales Municipio de Puebla	Sep-07
Partido de la Revolución Democrática	Estudio Exit Poll y Conteo Rápido: elección de Presidente Municipal en Tuxtla Gutiérrez, Chiapas	Oct-07
Partido de la Revolución Democrática	Estudio Cuantitativo: Medición de preferencias electorales Estado de Michoacán	Oct-07
Partido Revolucionario Institucional	Estudio Exit Poll y Conteo Rápido: elección de Presidente Municipal de Tampico, Tamaulipas	Nov-07
Partido de la Revolución Democrática	Estudio Exit Poll y Conteo Rápido: elección de Gobernador en el Estado de Michoacán	Nov-07

Instituto para la Seguridad y la Democracia (INSYDE)	Percepciones sobre la migración en la frontera sur. Estudio cuantitativo en Tapachula-Chiapas	Abr-08
--	---	--------



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	Oct-08
Instituto Nacional de las Mujeres del Distrito Federal	Estudio cualitativo y cuantitativo 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
Secretaría de Educación Pública	Encuesta 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
C230 y FLACSO	Encuestas con beneficiarios del programa y responsables de atender las estancias	Oct-09
BIRMEX	Encuestas para medir el nivel de conocimiento y actitudes hacia la influenza	Dic-09
FONAES	XII Feria Nacional de Empresas Sociales	Ago-10
Secretaría del Medio Ambiente del Distrito Federal	Evaluación del Programa Ecobici	Ago-10
Secretaría de Turismo del Distrito Federal	Evaluación de la Feria Internacional de Turismo de las Américas	Sep-10
<b>CLIENTES</b>	<b>PRODUCTO</b>	<b>FECHA</b>
Gobierno del Estado de Chiapas	Evaluación de la Agenda Chiapas-ONU	Oct-10
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
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
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)	Evaluación post- test de la campaña "Servicios Periciales" de la PGR. Encuesta en vivienda ciudadanos mayores 18 años.	Sep-11
Programa Nacional de Financiamiento al Microempresario (PRONAFIM)	Evaluación del 10° encuentro nacional de microfinanzas. Encuesta telefónica microfinancieras asistentes.	Oct-11
<b>CLIENTES</b>	<b>PRODUCTO</b>	<b>FECHA</b>
Diconsa	Evaluación de Campaña "Donde Estés, Está Diconsa". Encuesta en once estados en donde se pauto la campaña.	Nov-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	Ene-12
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

### ESTUDIOS DE MERCADO

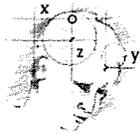
#### Empresas

CLIENTES	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 14nternac, 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

CLIENTES	PRODUCTO	FECHA
Mont Blanc	Evaluación de atención al cliente	Nov-04
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	Dic -09
Capullo	Penetración de la crema de cacahuete Aladino	Jul-10
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 (GTMM)	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