



INFORME QUE PRESENTA LA EMPRESA PARAMETRÍA SA DE CV SOBRE LA ENCUESTA EN VIVIENDA QUE REPORTA LAS PREFERENCIAS DE GOBERNADOR DE QUERÉTARO DEL 26 DE FEBRERO AL 2 DE MARZO DE 2021 Y QUE FUE PUBLICADA ORIGINALMENTE EN EL PERIÓDICO 24 HORAS

La empresa Parametría S.A. de C.V. presenta el informe sobre la encuesta realizada del 26 de febrero al 2 de marzo del 2021. Dicha encuesta refiere las preferencias electorales para gobernador de Querétaro. Los datos sobre cuándo se publicó la misma y en qué medios se precisan en la siguiente tabla.

Fecha de Publicación	Preferencias Electorales	Medio donde se difundió
25 de marzo de 2021	Gobernador de Querétaro	Diario impreso y página web. https://www.24-horas.mx/2021/03/25/celia-maya-avanza-se-cierra-la-eleccion-por-la-gubernatura-de-queretaro/

Objetivos del estudio

La encuesta estatal en referencia se realizó con el fin de dar a conocer las preferencias electorales previas a las elecciones de Gobernador de Querétaro.

24 Horas

<https://www.24-horas.mx/2021/03/25/celia-maya-avanza-se-cierra-la-eleccion-por-la-gubernatura-de-queretaro/>

Marco muestral

Para la realización de la encuesta se utilizó como marco muestral el listado de las secciones electorales definidas por el Instituto Nacional Electoral.

Diseño muestral

Se empleó un muestreo sistemático aleatorio en el que se seleccionaron probabilísticamente secciones electorales

a) Definición de la población objetivo

La población objetivo de la encuesta son mexicanos adultos, a quienes se les preguntó si cuentan con credencial para votar vigente. Los resultados de la encuesta reflejan las preferencias de los entrevistados con credencial para votar.

La muestra utilizada en el estudio está diseñada para reflejar las características de esa población, en términos de su distribución geográfica, sociodemográfica (sexo y edad) y urbana-rural. Los resultados reflejan las preferencias electorales y las



opiniones de los encuestados al momento de realizar el estudio y son válidos sólo para esa población y fechas específicas.

b) Procedimiento de estimación

Para la estimación de las preferencias electorales el encuestador preguntó a los entrevistados diferentes reactivos, mismos que pueden ser consultados en el cuestionario que es parte del presente informe.

c) Tamaño y forma de obtención de la muestra

En total se realizaron 800 entrevistas personales, cara a cara, en la vivienda de las personas seleccionadas. El criterio de elegibilidad es que fueran adultos y vivieran en el domicilio seleccionado. También se preguntó si tenía credencial para votar vigente.

d) Confianza y error máximo

Con un nivel de confianza del 95%, la encuesta tiene un margen de error de +/- 3.5 por ciento para los 800 entrevistados con credencial para votar vigente que participaron en la encuesta.

e) Frecuencia y tratamiento de la no-respuesta, señalando los porcentajes de los indecisos, los que responden “ninguno” “no sé” o no contestan.

Después de plantear la pregunta de intención de voto por candidatos, el **10% señaló que no saber aún por quién votaría y 4% no contestó a la pregunta.** En total, sumando las opciones antes mencionadas, el **14% de los entrevistados** no declaró preferencia.

f) Tasa de rechazo general a la entrevista

La tasa de rechazo a la encuesta fue de **36 %** considerando en el cálculo los siguientes elementos:

$$T = R/R+E$$

Tasa de Rechazo (T) es igual al número de rechazos (R) entre la suma del número de rechazos más las entrevistas efectivas (E).



Método y fecha de recolección de información

Las entrevistas se realizaron personalmente, cara a cara usando dispositivos electrónicos, en la vivienda de cada entrevistado. Es requisito para hacer la encuesta que la persona entrevistada viva en el domicilio seleccionado, que sea mayor de edad y que cuente con credencial para votar vigente al momento de la entrevista

Las fechas de realización del estudio son del **26 de febrero al 2 de marzo de 2021** En el levantamiento participaron 15 encuestadores y 3 supervisores.

Para el estudio, personal de Parametría capacitó a los encuestadores y a los supervisores para estandarizar las metodologías de selección del entrevistado y la aplicación del cuestionario.

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

El cuestionario empleado por Parametría para la encuesta referida se anexa al presente, el mismo contiene los reactivos que se realizaron para conocer las preferencias electorales.

Forma de procesamiento, estimadores e intervalos de confianza

Los resultados de la encuesta sobre preferencia electoral se basan en las respuestas de **800 entrevistados** de 18 años o mayores con credencial de elector vigente residentes en territorio nacional.

Software utilizado para el procesamiento

La captura de la información recopilada se hizo a través de un software propio diseñado por el Departamento de Sistemas de Parametría SA de CV. El análisis de los resultados de la encuesta y la obtención de los estimadores se hizo utilizando el Paquete Estadístico, SPSS para Windows, versión 16.0.

Base de datos

Se adjunta el archivo de SPSS con la base de datos de la encuesta sobre las preferencias electorales para gobernador.

Principales resultados

Se adjunta la publicación realizada en el periódico 24 Horas.

Procedimiento de estimación: Los resultados presentados no son frecuencias simples, sino estimaciones basadas en la utilización de factores de expansión.



Autoría y financiamiento

La realización y diseño de la encuesta son responsabilidad de Parametría SA de CV.

Denominación social: Parametría SA de CV. No. de la escritura en la que consta su Acta Constitutiva: 82,811. Fecha: 4 de julio de 2001. Dirección: Benjamín Hill 185, Colonia Hipódromo Condesa, Alcaldía Cuauhtémoc, CDMX CP 06170, México.

Recursos económicos/ financieros aplicados

Los costos de realización de la encuesta corrieron a cargo de la empresa Información Integral 24/ (noticias 24 horas). El valor de mercado de la encuesta ascendió a \$139,200 (Ciento treinta nueve mil doscientos pesos 00/100 M.N.)

El patrocinador de la encuesta es: Información Integral 24/ (noticias 24 horas)

El que solicitó, ordenó y pagó su publicación fue: Información Integral 24/ (noticias 24 horas)

Quien publicó el estudio fue: periódico 24 Horas

Estamos a sus órdenes para cualquier comentario o aclaración, esperando con ello dar cumplimiento a los requisitos establecidos por el Instituto.

Cualquier duda o aclaración por favor comunicarse al teléfono: 5552776674 o a los correos electrónicos: parametria@parametria.com.mx y javera@parametria.com.mx



Factura	
FOLIO:	A 806
TIPO DE COMPROBANTE:	I - Ingreso
FECHA:	25/3/2021 12:04:37
Moneda: MXN - Peso Mexicano	

PARAMETRÍA S.A. DE C.V.	Benjamin Hill No. 185
	Hipódromo Condesa
	06170, Cuauhtémoc Ciudad de México
	601 - General de Ley Personas Morales
Lugar de Expedición: 06170	

Cliente: INFORMACIÓN INTEGRAL 24/7 S.A.P.I. DE C.V.

R.F.C.: [REDACTED]

Domicilio:	AVENIDA EJÉRCITO NACIONAL No. 216 No. Int PISO 13		
Colonia:	ANZURES	Municipio / Demarcación Territorial:	Miguel Hidalgo
C.P.:	11590	Ciudad:	Ciudad de México
Uso de CFDI	G03 - Gastos en general		

Cantidad	Unidad	Concepto/Descripción	Marca	Valor Unitario	Impuestos	Importe
1.00	E48 SERVICIO	80141500 SERVICIO Estudio de preferencias electorales en el estado de Querétaro.		\$120,000.00	002 - IVA - \$19,200.00	\$120,000.00

Importe total con letra	SUBTOTAL:	\$120,000.00
CIENTO TREINTA Y NUEVE MIL DOSCIENTOS PESOS 00/100 M.N.	I.V.A.:	\$19,200.00
Forma de Pago	TOTAL:	\$139,200.00

03 - Transferencia electrónica de fondos

Observaciones:

CFDI Relacionado:

Tipo Relación: -

CFDI Relacionado:

Este documento es una representación impresa de un CFDI	
*Efectos fiscales al pago	
*PPD - Pago en parcialidades o diferido	
Serie del Certificado del emisor:	00001000000505879977
Folio fiscal:	B298B821-8F30-4555-B015-4A772F25AE91
No de Serie del Certificado del SAT:	00001000000505142236
Fecha y hora de certificación:	Marzo 26 2021 - 11:59:40

ELIMINADO: Con fundamento en los artículos 109, 111 y 116 de la Ley General de Transparencia y Acceso a la Información Pública; 1 y 6 de la Ley de Protección de Datos Personales en Posesión de Sujetos Obligados del Estado de Querétaro; así como Sexagésimo y Sexagésimo primero de los Lineamientos Generales en Materia de Clasificación y Desclasificación de la Información, así como para la Elaboración de Versiones Públicas, en virtud de tratarse de datos personales (RFC y código) concernientes a una persona identificada o identificable.

Sello del SAT

dSHqZVMX4BkrWtwJQpZ5Q9Pvu1PwFN5FZkehrfTqa77HorVRpwj0+3t5xh0LyMjtoKoDj/4SggBhSyyUJm51n8Q6Gfb+KFIIdYGTnveAhpwHQtaH+a2FzN8C8LuDIpBjBxnx3zK5er1gwbN4csZFTAIjyavM17UB/0jKpLeKKD1WgHjoACGWFYlMHPyx+9XIyb5rWdYUdHOvWKB5GkrccFR8GLwg2DMfsGHHP1WkzeH9geD/TxDWvFYokDmVpSC3DJUGeYqpEfHQKTIzHbFjCM8VmsadpAXhXQvW95syM9H9G4nLiIMC7RuBR22E1U69ZR0NHUrS/E+LeGu1NC6h4Q==

Cadena original del complemento de certificación digital del SAT

||1.1|B298B821-8F30-4555-B015-4A772F25AE91|2021-03-26T11:59:40|MAS0810247C0|PLOG90D9T3WODIeVJIvAhEeLyRakKHipD/C23jxLYxsZ9Ywjx7LOuKIacp+QaA9kKPtWUFdv2C+x7gJ/zd2dJneac2WzHq/FdIACm7B4X2ui6dCc7K2Yjxm1JdENLICIQCrmaxRz6HbFnUcUsLjGQ14HvpAK+tWhL9h04zDua5UWnI+X//kzFxeNFvj/hPgPF1IVTWgye4Cc2x1YF+3gXSPDtZ55H1dxWuTyADBju3WR0d5rw/xGG

1BULKvjgAcDZQJ5054x7wr8gMgHddANA2AEz1XRjcOdm9jG2b63DEydmN1P/37j1ngqqFa6mc8myyqHi
OsmzicNynDwZ1/ru9Q==|00001000000505142236||

Parametría

INVESTIGACIÓN ESTRATÉGICA
ANÁLISIS DE OPINIÓN Y MERCADO

ENCUESTA EN VIVIENDA

ESTADO DE QUERÉTARO

FEBRERO 2021

Tipo de estudio	Encuesta en vivienda
Objetivo de investigación	Medición de preferencias electorales y posicionamiento de aspirantes a gobernador del estado de Querétaro
Fecha de levantamiento	Del 26 de febrero al 2 de marzo de 2021
Población objetivo	Personas de 18 años en adelante con credencial de elector vigente residentes del estado de Querétaro
Marco muestral	Conjunto de secciones electorales reportadas por el INE
Método de selección de las secciones electorales	Sistemático aleatorio con probabilidad de selección proporcional a su tamaño
Método de selección de viviendas	Sistemático con arranque aleatorio simple

Método de selección de unidades de observación	Aleatoria simple
Método de recolección de datos	Encuesta cara a cara en vivienda utilizando dispositivo móvil
Método de estimación de los resultados	Los resultados presentados no son frecuencias simples, sino estimaciones basadas en la utilización de factores de expansión.
Método de edición	Validación en Excel y clean up en SPSS

Representatividad	Número de encuestas	Error teórico muestral asociado al 95% de confianza estadística
Estado de Querétaro	800	(+/-) 3.5 %






















Los resultados presentados sólo tienen validez para expresar la opinión de la población estudiada en la fecha específica del levantamiento de datos.

¿Por cuál partido o candidato votaría el día de hoy para gobernador de Querétaro?

Preferencia BRUTA

Partido y candidato		Porcentaje (%)	
	Mauricio Kuri		29
	Mauricio Kuri		1
		30 %	
	Abigail Arredondo		14
	Raquel Ruiz		1
	Katia Reséndiz		3
	PT		1
	Beatriz León		1
	Celia Maya		26
	Partido Encuentro Solidario		0
	Miguel Nava		1
	Juan Carlos Martínez		1
	Ninguno		8
	No sabe		10
	No contesta		4
TOTAL		100%	

Preferencia EFECTIVA*

Partido y candidato		Porcentaje (%)	
	Mauricio Kuri		37
	Mauricio Kuri		1
		38 %	
	Abigail Arredondo		18
	Raquel Ruiz		1
	Katia Reséndiz		5
	PT		1
	Beatriz León		1
	Celia Maya		33
	Partido Encuentro Solidario		1
	Miguel Nava		1
	Juan Carlos Martínez		1
TOTAL		100%	

* La preferencia EFECTIVA no contabiliza el "ninguno", "no sabe" y "no contesta".

PREGUNTAS FILTRO

- A) ¿Tiene credencial para votar en este municipio?
1) Sí
2) No (Encuestador: agradezca y TERMINE entrevista)
- B) ¿Su credencial para votar está actualizada con este domicilio?
1) Sí
2) No (Encuestador: agradezca y TERMINE entrevista)
- C) ¿Qué edad tiene usted? (Suspender si es menor de 18 años)
- D) Sexo: (Encuestador: anotar SIN preguntar)
1) Hombre 2) Mujer

PREFERENCIA ELECTORAL POR PARTIDO Y CANDIDATO

ENCUESTADOR: MOSTRAR LA BOLETA POR PARTIDOS Y CANDIDATOS PARA GOBERNADOR EN EL DISPOSITIVO Y AL MISMO TIEMPO LEA

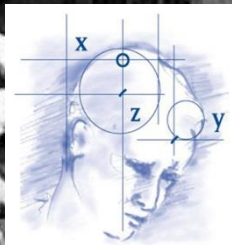
Voy a pedirle que marque en el dispositivo el partido o candidato por el que votaría el día de hoy para gobernador de Querétaro. Deslice con su dedo la pantalla para que pueda ver todas las opciones. Su respuesta es confidencial y sólo se utilizará con fines estadísticos.

- 1) Mauricio Kuri / PAN
- 2) Abigail Arredondo / PRI
- 3) Raquel Ruiz / PRD
- 4) Katia Reséndiz / Partido Verde
- 5) PT
- 6) Movimiento Ciudadano
- 7) Celia Maya / MORENA
- 8) Mauricio Kuri / QI
- 9) Partido Encuentro Solidario
- 10) Miguel Nava / RSP
- 11) Juan Carlos Martínez / FxM
- 97) Ninguno (espontánea)
- 98) No sabe (espontánea)
- 99) No contesta (espontánea)

SOCIODEMOGRÁFICOS

- ¿Hasta qué año estudió usted?
- 1) Nada / sin estudios
 - 2) Primaria
 - 3) Secundaria
 - 4) Preparatoria
 - 5) Universidad o más
 - 99) No contestó
- ¿Cuál es su principal ocupación?
- 1) Trabajador en el gobierno
 - 2) Trabajador en sector privado
 - 3) Profesionista independiente
 - 4) Trabajador por cuenta propia
 - 5) Estudiante
 - 6) Comerciante
 - 7) Empresario
 - 8) Maestro
 - 9) Ama de casa
 - 10) Desempleado
 - 11) Jubilado o pensionado
 - 12) Campesino o jornalero
 - 13) Otro
 - 98) No sabe (espontánea)
 - 99) No contesta (espontánea)

Parametría S.A. de C.V.



Parametría
INVESTIGACIÓN ESTRATÉGICA
ANÁLISIS DE OPINIÓN Y MERCADO

¿Quiénes somos?

Parametría es una consultora que entiende los retos de hacer investigación de calidad tanto de opinión pública como de mercado, es por ello que propone, diseña y aplica diferentes herramientas que permiten tener un mejor acercamiento con los consumidores y con la ciudadanía. El uso de nuevas metodologías de acuerdo con el perfil de cada proyecto, el análisis a profundidad con investigación previa y la adecuada lectura de los contextos la hacen una consultora líder en el ramo.

Uno de los sellos de *Parametría* es hacer de cada estudio un producto único, avalado por la experiencia y la recopilación de información a través de los años. Ello queda asentado en los medios de comunicación nacionales e internacionales que retoman sus publicaciones. Medios como *The Economist* o *The Guardian* en la Gran Bretaña, *The New York Times*, *Wall Street Journal*, *LA Times*, en Estados Unidos o *El País* de España han hecho uso de la información que esta consultora genera.



¿Quiénes somos?

Las mediciones sobre distintos temas de interés social, de satisfacción con productos o servicios, o la opinión de políticas públicas en general, le ha permitido realizar estudios con instituciones de prestigio internacional. Presta sus servicios a organizaciones como el Banco Mundial, o la BBC de Londres a través de *Globe Scan*. La idea de los consumidores responsables o el derecho de la ciudadanía a la información es una preocupación constante tanto para *Parametría* como para algunas de las instituciones mencionadas con las que colabora.

Para diferentes estudios *Parametría* colabora con instituciones académicas como Colmex, CIDE, FLACSO, o la Universidad Iberoamericana, esto le permite realizar innovaciones metodológicas en diversas áreas como puede ser la investigación cualitativa, métodos mixtos, modelos de asignación de no respuesta, corrección de preferencias ocultas entre otras. Estas herramientas metodológicas se integran a sus proyectos de manera cotidiana.



¿Quiénes somos?



El Director de *Parametría*, Francisco Abundis participa en diferentes canales de televisión tales como: el noticiero matutino de Canal 11, ADN 40, Televisión Educativa (Canal 22), Foro TV, Canal 34 del Estado de México, así como el Canal del Congreso. Además de escribir artículos en periódicos como *El Financiero*, *Milenio*, *El Sol de México* y en revistas como *Newsweek* o *Este País*. Tiene también intervenciones en los programas de radio de IMER y Grupo Fórmula. Los análisis intentan dar mejor entendimiento y profundidad a nuestra compleja opinión pública.

¿Quiénes somos?



Francisco Abundis Luna es Candidato a Doctor en Ciencia Política por la Universidad de Connecticut. Maestro por la Universidad de Oxford en Políticas Públicas y por la Universidad de Columbia en Asuntos Internacionales.

- Ha sido profesor investigador del CIDE, profesor invitado en el ITAM y profesor de la Universidad Iberoamericana, así como ponente en los congresos WAPOR MAPOR.
- Se desempeña como consultor del gobierno federal, gobiernos locales, partidos políticos y organizaciones internacionales como el Banco Mundial, British Council, The Software Alliance, UNESCO entre otros.
- Es miembro fundador de la Asociación Mexicana de Agencias de Inteligencia de Mercado y Opinión A.C.
- Miembro del Comité de Comunicación del [Centro Mexicano para la Filantropía A.C.](#)(CEMEFI)

Posicionamiento de Parametría

En la pasada elección presidencial, Parametría se ubicó como la mejor casa encuestadora en sus estimaciones de acuerdo con las evaluaciones realizadas por distintos especialistas:

Fuente	Ranking	Link
Periódico Reforma	1°	https://busquedas.gruporeforma.com/reforma/Documento/Impresa.aspx?id=6802424 InfodexTextos&url=https://hemerotecalibre.reforma.com/20180708/interactiva/RREV20180708-014.JPG&text=como+medio+de+comunicaci%3f3n%2c+Grupo+Reforma+se+mantuvo+firme+en+la+independencia+de+sus+mediciones&flow_type=paywall
Animal Político	1°	https://www.animalpolitico.com/2018/07/encuesta-parametria-resultados/
SDP Noticias	1°	https://www.sdpnoticias.com/nacional/2018/07/04/el-ruedo-de-las-encuestas
Revista Este País	1°	http://www.estepais.com/articulo.php?id=1662&t=la-ciencia-del-error-acierta-evaluacion-de-las-encuestas-electorales-2018

Posicionamiento de Parametría

En la pasada elección presidencial, Parametría se ubicó como la mejor casa encuestadora en sus estimaciones de acuerdo con las evaluaciones realizadas por distintos especialistas: **Periódico Reforma**



Nitidez en la contienda

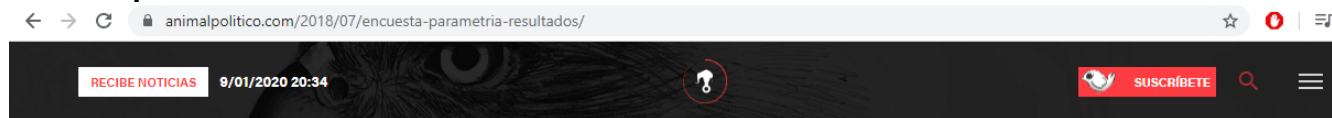
Resultados de 15 casas encuestadoras, incluida **Grupo REFORMA**, contra las cifras del Programa de Resultados Electorales Preliminares del INE.



		Bronco	Meade	Anaya	AML0
PREP* (93%)		5.3	16.9	23.2	54.6
EMPRESA / MEDIO	ERROR PROMEDIO				
Parametría	1.4	7	18	22	53
Berumen/Coparmex	2.0	3	17	27	53
Enkoll / La Silla Rota	2.1	7	19	22	52
Demotecnia	2.2	5	19	25	51
REFORMA	2.9	3	19	27	51
ARCOP	2.9	2	18	28	52
Varela y Asociados	3.4	4	19	28	49
BGC	3.4	4	21	26	49
Consulta Mitofsky	3.9	4	23	26	48
GEA ISA	6.9	2	26	28	44
El Financiero	2.5	3	22	21	54
Suasor / Heraldo de México	6.6	4	28	26	42
Numerus / 24 Horas	8.4	4	31	26	39
Conteo / La Razón	8.8	2	31	27	40
POP Group	9.4	1	34	25	40

Posicionamiento de Parametría

En la pasada elección presidencial, Parametría se ubicó como la mejor casa encuestadora en sus estimaciones de acuerdo con las evaluaciones realizadas por distintos especialistas: **Animal Político**



Comparte    

La casa encuestadora Parametría fue la más certera en la medición de preferencias previo a la elección presidencial. Su encuesta final acertó exactamente al porcentaje que obtuvieron los dos primeros lugares, de acuerdo con el conteo rápido del INE, y también fue la más cercana en cuanto al porcentaje obtenido por el tercer y cuarto sitio.

Consulta Mitofsky y el periódico Reforma también se destacaron como las más acertadas.

Por el contrario, estudios de opinión de encuestadores como Pop Group, Numerus y Defoe, además de los tracking diarios de TRResearch e Innova fueron distantes de los resultados y por varios meses dieron a José Antonio Meade el segundo lugar de las preferencias electorales.

Una encuesta realizada por la empresa Pop Group publicada el 19 de junio colocaba a Andrés Manuel López Obrador a la cabeza de las preferencias electorales con 32% de la intención del voto, con una leve ventaja sobre José Antonio Meade, quien tenía el 28%, una diferencia de 4%.

Según esta encuestadora, a dos semanas de la elección, Meade acertaba distancia con el abanderado puntero, Andrés Manuel López Obrador, con 39% de la intención de voto, mientras que Meade subió otros dos puntos para tener el 31% de las preferencias.

Para entender mejor

Sinaloa aprueba cárcel hasta por 5 años para quien comparta fotos o videos...

Paros en la UNAM: Renuncia directivo de Filosofía; prepa 9 no logra acuerdo

Posicionamiento de Parametría

En la pasada elección presidencial, Parametría se ubicó como la mejor casa encuestadora en sus estimaciones de acuerdo con las evaluaciones realizadas por distintos especialistas: **SDP Noticias**

CASA ENCUESTADORA	RANKING	OBSERVACIONES	SDP
Parametría	1		
LSR-Enkoll (La Silla Rota)	2		
El Financiero	1*	De no ser por el error en el orden.	
Berumen	3	*La Casa Juega.	
Demotecnia	4		
Arcop	5		
Reforma	6		
Ipsos	7		
Massive Caller	8		
Consulta	8		
BCC	9		
Varela	10		
Gea-ISA	11		
El Financiero	12*	Falló en el 2do y 3er lugar.	
México Elige	13	Invirtió el 2do y 3er lugar.	
Suasor	14	Subestimó la diferencia de manera notoria.	

Posicionamiento de Parametría

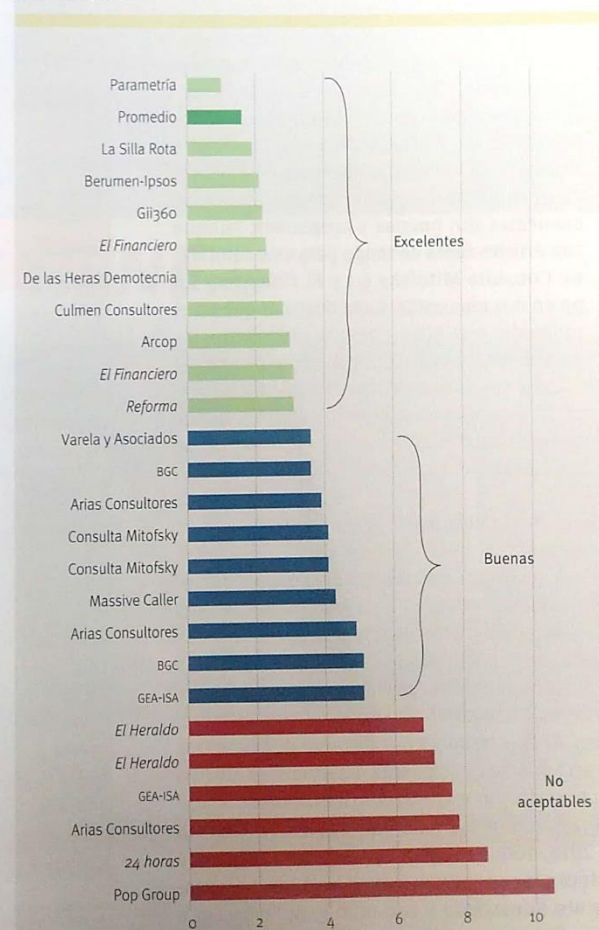
En la pasada elección presidencial, Parametría se ubicó como la mejor casa encuestadora en sus estimaciones de acuerdo con las evaluaciones realizadas por distintos especialistas: **Revista Este País**

Cuadro 1
Error promedio de encuestas publicadas.
Junio 1 al 27 de 2018

Nº	Encuestadora	Error promedio
1	Parametría	1.0
2	Promedio	1.6
3	La Silla Rota	1.9
4	Berumen-Ipsos	2.1
5	Gij360	2.2
6	El Financiero	2.3
7	De las Heras - Demotecnia	2.4
8	Culmen Consultores	2.8
9	Arcop	3.0
10	Reforma	3.1
11	El Financiero	3.1
12	Varela y Asociados	3.6
13	BGC	3.6
14	Arias Consultores	3.9
15	Consulta Mitofsky	4.1
16	Consulta Mitofsky	4.1
17	Massive Caller	4.3
18	Arias Consultores	4.9
19	GEA-ISA	5.1
20	BGC	5.1
21	El Heraldo	6.8
22	El Heraldo	7.1
23	GEA-ISA	7.6
24	Arias Consultores	7.8
25	24 horas	8.6
26	Pop Group	10.5

Por de valor, 1 mejores a 3.1%, encuestas calificadas como excelentes. Sin color: encuestas buenas, 3.2% a 5.1%, encuestas con un error promedio entre 3.2% y 5.1%. Rojo: encuestas no aceptables, 5.2% a 10.5%. Elaboración de Alduncin y Asociados. Fuente: Revista Este País y Wikipedia e.ig.

Gráfica 1
Error promedio de encuestas publicadas.
Junio 1 al 27 de 2018



Miembros del equipo

Análisis

José Alberto Vera
(Coordinador de investigación)

Anabel Ramírez
(Muestreo)

Diana Penagos
(Analista)

Camila Gutiérrez
(Analista)

Ana Vaca
(Analista)

Raymundo Garcés
(Analista)

Ilse Sánchez
(Analista)

Carolina Echarte
(Analista)

Captura

Marina Marcelino
(Coordinadora de procesamiento)

Capturistas
(50 estaciones de trabajo)

Campo

Fabián Eleazar
(Director de campo)

Libeth Díaz Hurtado
(Jefe de campo)

Supervisores

Encuestadores
(más de 100)

Reclutadores

Administración, Calidad y Medios

José Zárate
(Jefe Administrativo y RRHH)

Alma Arciniega
(Asistente)

Héctor Tapia
(Asistente)

Selene Cruz
(Jefa de calidad)

Marisol Vázquez
(Directora de medios)

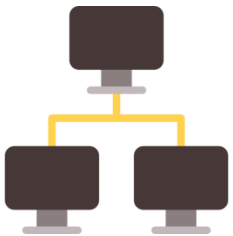
Iván Kemch
(Redes sociales)

Infraestructura de servicios

Parametría cuenta con la última tecnología para cada tipo de estudio:



50 estaciones de captura de datos y *call center* con terminales de computadoras equipadas con un software exclusivo de *Parametría* que permite la exportación de datos al instante.



Una red interna que facilita el manejo coordinado de datos o de la información entre el equipo de trabajo. Acceso a Internet de banda ancha que permite conectar todas las computadoras de forma paralela, adicional a la red interna, así como obtener y compartir información dentro y fuera de la empresa.



Salas equipadas con audio y cámara de Gesell para la realización de *focus groups*.

- ✓ Infraestructura de calidad,
- ✓ Comodidad para nuestros clientes,
- ✓ Tecnología al servicio de la investigación,
- ✓ Profesionalismo y experiencia...

...Para la toma de decisiones.

Servicios cuantitativos

Cuestionario

Elaboración de cuestionario.
Adaptación de cuestionario.

Muestreo

Aleatorio simple (MAS)
Estratificado
Con arranque sistemático
Proporcional al tamaño
Por conglomerados
Bietápico
Multietápico
Muestreo Complejo (Modelos combinados)

Levantamiento y procesamiento de la información

Cobertura nacional e internacional

- Entrevistas cara a cara en vivienda y punto de afluencia
- Entrevistas telefónicas (CATI)
- Entrevistas personales asistidas por computadora (CAPI)
- Entrevistas vía internet

Análisis

Univariado

- Diferencias estadísticas a través de pruebas de hipótesis
- Regresión simple
- Correlación de variables
- Mapeo

Multivariado

- Regresión múltiple
- Análisis por conglomerados (Cluster)
- Análisis de discriminantes
- Análisis de factores
- Análisis de interdependencias
- Análisis de correspondencias

Servicios cualitativos

Grupos de enfoque.

**Estudios pre y post
test**

**Entrevistas
individuales en
profundidad.**

**Mini grupos de
enfoco (4-6
participantes).**

**Observación
etnográfica,
recorridos de campo.**

**Talleres de
evaluación y/o
generación de ideas.**

Mystery visit.

Mystery shopping.

**Pruebas de
exposición.**





Estudio Indicadores de Política Pública

Cada dos años se realiza el *Indicador de Políticas Públicas*, un estudio único en el país que proporciona información de las 32 entidades sobre temas como: el nivel de acuerdo con las autoridades, las instituciones, los servicios públicos, las políticas públicas, percepción de instituciones, percepción de inseguridad, expectativas económicas y asuntos específicos de cada región. Dado que este estudio se ha realizado en diferentes ocasiones, es posible comparar los indicadores en el tiempo, con otros estados o a nivel federal.

Estudio Indicadores de Política Pública



¿Desde hace cuánto lo realizan?

• Desde el año 2007, *Parametria* lleva a cabo una medición en serie sobre la percepción de los mexicanos respecto a temas de política pública de relevancia nacional y estatal.



¿Con qué periodicidad?

• Bianaual



¿Por qué esta es una medición distinta a las que ya existen?

- Es el único estudio de evaluación de política pública con representatividad estatal realizado en vivienda.
- El dato agregado nacional ofrece un margen de error menor al $\pm 1\%$.
- Debido a la precisión mencionada, prácticamente cualquier cambio a nivel nacional dentro de la serie entre la medición anterior y la actual puede considerarse sustancial fuera de margen de error.
- Permite realizar un mapeo de percepción en regiones o por estados, creando grupos comparables.
- Es un instrumento preciso para conocer los niveles de visibilidad y opinión sobre programas federales y estatales y darle seguimiento a estas percepciones a través de las distintas mediciones.

Metodología: Indicadores de Política Pública

Estados	Número de casos	Error teórico muestral asociado al 95% de confianza estadística
Aguascalientes	400	(+/-) 4.9%
Baja California	400	(+/-) 4.9%
Baja California Sur	400	(+/-) 4.9%
Campeche	400	(+/-) 4.9%
Coahuila	400	(+/-) 4.9%
Colima	400	(+/-) 4.9%
Chiapas	400	(+/-) 4.9%
Chihuahua	400	(+/-) 4.9%
Distrito Federal	400	(+/-) 4.9%
Durango	400	(+/-) 4.9%
Guanajuato	400	(+/-) 4.9%
Guerrero	400	(+/-) 4.9%
Hidalgo	400	(+/-) 4.9%
Jalisco	400	(+/-) 4.9%
Estado de México	400	(+/-) 4.9%
Michoacán	400	(+/-) 4.9%
Morelos	400	(+/-) 4.9%
Nayarit	400	(+/-) 4.9%
Nuevo León	400	(+/-) 4.9%
Oaxaca	400	(+/-) 4.9%
Puebla	400	(+/-) 4.9%
Querétaro	400	(+/-) 4.9%
Quintana Roo	400	(+/-) 4.9%
San Luis Potosí	400	(+/-) 4.9%
Sinaloa	400	(+/-) 4.9%
Sonora	400	(+/-) 4.9%
Tabasco	400	(+/-) 4.9%
Tamaulipas	400	(+/-) 4.9%
Tlaxcala	400	(+/-) 4.9%
Veracruz	400	(+/-) 4.9%
Yucatán	400	(+/-) 4.9%
Zacatecas	400	(+/-) 4.9%
Nacional	12,800	(+/-) 0.9%

Tipo de estudio

Encuesta en vivienda

Objetivo de investigación

Evaluación de Gobierno y opinión sobre temas de interés

Fecha de levantamiento

Bianual

Población objetivo

Personas con credencial de elector que al momento de la entrevista residen en el lugar de interés

Marco muestral

Secciones electorales reportadas por el INE

Método de recolección de datos

Aplicación de encuesta persona a persona

Método de estimación de los resultados

Los resultados presentados no son frecuencias simples, sino estimaciones basadas en la utilización de factores de expansión. Validados en Excel y *clean up* en SPSS.

Módulos del último estudio: IPP



Conocimiento y opinión de personajes



Evaluación de autoridades



Rumbo del país y percepción de la economía



Evaluación de áreas del Gobierno Federal



Confianza en instituciones



Principales problemas y obras públicas



Evaluación de servicios



Seguridad pública y narcotráfico



Evaluación de áreas del Gobierno Estatal



Conocimiento y opinión de programas



Medios de información



Calidad de vida



Identidad partidista



Evaluación de Partidos Políticos



Calidad de las elecciones



Preferencia Electoral

Estudio Indicadores de Política Pública

Acuerdos Estudio Indicadores de Política Pública

- *Parametría S.A. de C.V.* se compromete al levantamiento en tiempo y forma de 400 entrevistas en cada una de las entidades federativas participantes.
- Las entrevistas quedarán registradas en cuestionarios en papel y serán resguardadas en *Parametría S.A. de C.V.*
- Los clientes podrán solicitar la apertura de las cajas contenedoras de los cuestionarios para su supervisión bajo las siguientes condiciones:
 - Sólo podrán supervisar las entrevistas levantadas en sus entidades.
 - La revisión de los materiales sólo podrá llevarse a cabo en las oficinas de *Parametría S.A. de C.V.* bajo la supervisión de un ejecutivo de la empresa.
 - Ningún cuestionario podrá salir de *Parametría S.A. de C.V.* ni se podrán realizar copias fotostáticas de los mismos.
 - En ningún caso el cliente podrá conocer la identidad de los entrevistados tal como expresa el Código de Ética de la AMAI (Asociación Mexicana de Agencias de Investigación de Mercado y Opinión Pública) para lo cual se extraerá la última página de cada cuestionario que contiene los datos particulares del entrevistado y se archivará por separado del cuerpo principal del instrumento.

Estudio Indicadores de Política Pública

Acuerdos Estudio Indicadores de Política Pública

- La información recabada en el estudio será de exclusiva propiedad de *Parametría S.A de C.V.*, comprometiéndose la empresa a no publicar en ningún medio de comunicación los resultados obtenidos.
- Luego de un año de pasado el levantamiento, la empresa podrá utilizar dicha información con fines académicos para presentar en congresos, seminarios, talleres o publicaciones técnicas con el fin de compartir con la comunidad académica los alcances metodológicos del estudio, pero sin revelar la información exclusiva propiedad de cada cliente.
- En ningún caso se hará referencia de los clientes o de quien hubiera financiado el estudio. Sólo se mencionará al estado participante en su condición de entidad federal.

Estudio Indicadores de Política Pública

COSTO DEL ESTUDIO INDICADORES DE POLÍTICA PÚBLICA

El costo de cada módulo es de \$350,000.00 (Trescientos cincuenta mil pesos 00/100 MN)



Estudio Parabús

Desde el año de 2002 Parametría lleva a cabo una medición mensual con representatividad nacional sobre la percepción de los mexicanos respecto a diferentes temas sociales, políticos y coyunturales, datos que resultan de gran relevancia para los actores políticos, empresas y tomadores de decisiones.

Estudio Parabús

¿Desde hace cuánto lo realizan?

- Desde hace 10 años realizamos el Parabús, una herramienta para solucionar tus necesidades de información puntuales o continuas sobre el estado de la opinión pública y el mercado mexicano.

¿Con que periodicidad?

- Mensual.

¿Con qué alcance?

- Nacional

¿Qué secciones contiene?

- El estudio contiene tres secciones:
 - 1) Sección con preguntas permanentes. En esta sección se encuentran los sociodemográficos básicos y variables a las que Parametría y algunos clientes les dan un seguimiento constante.
 - 2) Sección de preguntas que cambian cada dos meses. En esta sección se incorporan temas académicos, de política pública o de mercado, en los que los interesados requieren de un número mayor de entrevistas para su análisis. Aquellos clientes que prefieren un tamaño de muestra mayor, incorporan sus preguntas durante dos mediciones, de tal forma que al término del bimestre cuenten con 1,600 entrevistas.
 - 3) Una sección de preguntas que cambian cada mes. En esta sección se encuentran básicamente los temas coyunturales, y que por su impacto en la opinión pública o el mercado, se requiere de información en un periodo corto de tiempo.

Estudio Parabús

¿Para qué me serviría?



- Es un metodología que permite obtener respuestas rápidas a problemas u objetivos puntuales de una gran cantidad de personas y a un bajo costo.

¿Qué empresas pueden participar?



- De cualquier tipo y categoría, incluso instituciones, u organizaciones que necesiten obtener información a nivel nacional y que por el costo de la misma no se justifique la realización de un estudio ad hoc. Los clientes sólo pagan por sus preguntas, compartiendo el coste de la encuesta con los demás clientes.

Pero, ¿cualquiera puede conocer mis preguntas?



- No. Lo único que se comparte son los datos sociodemográficos de la muestra, pero cada cliente tiene acceso exclusivo a su información.

¿Y cuántas preguntas puedo incorporar?



- Los interesados pueden ingresar con bloques de cinco preguntas. Puedes adquirir uno, dos, tres bloques o los que necesites. Las preguntas sociodemográficas siempre están incluidas en el estudio.

¿Y cuándo lo puedo contratar?



- Hoy mismo. La siguiente fecha de salida es en febrero de 2021.

Estudio Parabús

Metodología de investigación

Tipo de estudio:	Encuesta en vivienda	Población objetivo:	Mayores de 18 años residentes en la localidad de interés.
Alcance :	Nacional	Método de muestreo:	Sistemático aleatorio con probabilidad de selección proporcional a su tamaño
Periodicidad:	Mensual	Método de selección de individuos:	Aleatorio simple
Error teórico muestral:	(+/-) 3.5%	Método de recolección de datos:	Entrevista cara a cara
Nivel de confianza estadística:	95%		

Estudio Parabús

Variables Sociodemográficas:

Edad

Nivel de Estudios

Religión

Estado Civil

Ocupación

Ingresos del hogar

Equipamiento del hogar:

- TV
- Teléfono
- Computadora
- Internet
- Celular

Raza

Percepción de clase (alta, media-alta, media-media, media baja, baja)



Cientes

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



Cientes Organismos Internacionales

Tipo de Estudio: Vivienda sustentable y temáticas ambientales



FLACSO
MÉXICO

Cliente: Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales (Flacso) México

Estudio: Encuesta con representatividad Nacional en materia del uso de energéticos para conocer el impacto de los subsidios al Gas LP y a la Electricidad en el sector residencial.

Metodología: Encuestas, entrevistas a profundidad

Fecha de realización: 15 de febrero 2018 y 30 de octubre del 2018



Cliente: Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo . PNUD

Estudio: Estudio de opinión sobre cambio climático, como insumo para la 6ª Comunicación Nacional de Cambio Climático.

Metodología: 2000 entrevistas personales (cara a cara) en vivienda y entrevistas a profundidad con sectores prioritarios.

Fecha de realización: Agosto 2016 a Febrero del 2017



FLACSO
MÉXICO

Cliente: Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales (Flacso) México

Estudio: Encuesta para análisis de adopción de medidas de ahorro de energía en viviendas en el municipio de Mérida, Yucatán

Metodología: Encuestas cara a cara en hogares utilizando dispositivo móvil (CAPI)

Fecha de realización: Enero del 2020 a Marzo del 2020

ELIMINADO: Con fundamento en los artículos 109, 111 y 116 de la Ley General de Transparencia y Acceso a la Información Pública; 1 y 6 de la Ley de Protección de Datos Personales en Posesión de Sujetos Obligados del Estado de Querétaro; así como Sexagésimo y Sexagésimo primero de los Lineamientos Generales en Materia de Clasificación y Desclasificación de la Información, así como para la Elaboración de Versiones Públicas, en virtud de tratarse de datos personales (teléfono y correo electrónico personal) concernientes a una persona identificada o identificable.

Clientes Organismos Internacionales

Tipo de Estudio: Vivienda sustentable y temáticas ambientales



Cliente: Fondo de las Naciones Unidas para la Infancia (Unicef) México

Estudio: Servicio de consultoría para la elaboración de un estudio de conocimientos, actitudes y prácticas (CAP) sobre agua, saneamiento e higiene (WASH) en escuelas de Ciudad de México

Metodología: Encuestas y entrevistas a profundidad y realización de grupos de enfoque

Fecha de realización: En ejecución



Cliente: Fondo de las Naciones Unidas para la Infancia (Unicef) México

Estudio: Servicio de consultoría para la elaboración de un estudio de conocimientos, actitudes y prácticas (CAP) sobre medioambiente en escuelas de Ciudad de México

Metodología: Encuestas y entrevistas a profundidad y realización de grupos de enfoque

Fecha de realización: En ejecución

ELIMINADO: Con fundamento en los artículos 109, 111 y 116 de la Ley General de Transparencia y Acceso a la Información Pública; 1 y 6 de la Ley de Protección de Datos Personales en Posesión de Sujetos Obligados del Estado de Querétaro; así como Sexagésimo y Sexagésimo primero de los Lineamientos Generales en Materia de Clasificación y Desclasificación de la Información, así como para la Elaboración de Versiones Públicas, en virtud de tratarse de datos personales (teléfono) concernientes a una persona identificada o identificable.

Clientes en el Sector Público

Tipo de Estudio: Evaluación de Programas de Gobierno



Cliente: Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Monterrey Campus Ciudad de México y Secretaría de Desarrollo Social

Estudio: Evaluación de la Estrategia de Microrregiones

Metodología: Encuestas, grupos de enfoque y entrevistas a profundidad

Fecha de realización: Marzo del 2005 a Octubre del 2006

Cliente: Secretaría de Educación Pública

Estudio: Evaluación del Programa Nacional de Escuela Segura

Metodología: Grupos de enfoque y encuestas a alumnos de primaria y secundaria, así como con profesores, padres de familia y directores.

Fecha de realización: Marzo 2009



Cliente: Fideicomiso del Programa Nacional de Financiamiento al Microempresario (PRONAFIM)

Nombre del estudio: Evaluación de las Asistencias Técnicas Específicas e Integrales desarrolladas en el 2010 y 2011

Metodología: 30 entrevistas a profundidad distribuidas en once estados de México.

Fecha de realización: Diciembre de 2010 y 2011



ELIMINADO: Con fundamento en los artículos 109, 111 y 116 de la Ley General de Transparencia y Acceso a la Información Pública; 1 y 6 de la Ley de Protección de Datos Personales en Posesión de Sujetos Obligados del Estado de Querétaro; así como Sexagésimo y Sexagésimo primero de los Lineamientos Generales en Materia de Clasificación y Desclasificación de la Información, así como para la Elaboración de Versiones Públicas, en virtud de tratarse de datos personales (correos) concernientes a una persona identificada o identificable.

Clientes en el Sector Público

Tipo de Estudio: Evaluación de Programas de Gobierno



Cliente: Ecobici

Estudio: Evaluación del programa y satisfacción de usuarios

Metodología: Encuestas vía internet con usuarios y cara a cara en áreas del polígono con potenciales usuarios.

Fecha de realización: Agosto 2010



Cliente: 5M2

Nombre del estudio: Estudio de satisfacción de los usuarios con el servicio del metrobús/ Estudio de afluencia y Censo de negocios líneas de metrobús 1, 2, 3 y 4/ Estudio afluencia y censo de negocios Maxibús.

Objetivo general: conocer el nivel de satisfacción de los usuarios con los servicios del metrobús/ Medir afluencia autos particulares y taxis, N° de personas por vehículo, población residente y laboral.

Metodología: 1960 encuestas a usuarios y 6 grupos de enfoque con usuarios del metrobús (amas de casa, estudiantes y oficinistas de NSE medio y bajo)

Fecha de realización: Febrero de 2008/ Enero de 2011/ Marzo de 2012



Cliente: Universidad Iberoamericana

Estudio: Evaluación Externa del Programa Alimentario de Diconsa

Metodología: Encuestas en vivienda y entrevistas a profundidad

Fecha de realización: Diciembre de 2005

ELIMINADO: Con fundamento en los artículos 109, 111 y 116 de la Ley General de Transparencia y Acceso a la Información Pública; 1 y 6 de la Ley de Protección de Datos Personales en Posesión de Sujetos Obligados del Estado de Querétaro; así como Sexagésimo y Sexagésimo primero de los Lineamientos Generales en Materia de Clasificación y Desclasificación de la Información, así como para la Elaboración de Versiones Públicas, en virtud de tratarse de datos personales (correos) concernientes a una persona identificada o identificable.



Clientes en el Sector Público

Tipo de Estudio: Evaluación de Desempeño Institucional



Cliente: Instituto Federal Electoral

Estudio: Evaluación del proceso de capacitación y cumplimiento de función de ciudadanos que participaron como funcionarios de casilla en las elecciones federales de 2003 y 2006

Metodología: Entrevista a funcionarios de casillas, capacitadores y vocales.

Entrevista a electores a la salida de casillas.

Fecha de realización: Julio de 2003 y Julio de 2006



Cliente: Secretaría de Seguridad Pública Federal

Estudio: Diagnóstico de las corporaciones que reciben el Subsidio a la Seguridad Pública Municipal (SUBSEMUN)

Metodología: Encuestas autoaplicadas con policías

Fecha de realización: Julio 2008 a Diciembre 2008



Cliente: Financiera Rural

Estudio: Evaluar los procedimientos relativos a la operación crediticia aplicados en cada una de las agencias de crédito rural

Metodología: Encuestas

Fecha de realización: Julio de 2006 y Octubre de 2006



Cliente: Secretaría de Finanzas del Distrito Federal

Estudio: Evaluación del desempeño de las 21 oficinas tributarias del Distrito Federal

Metodología: Encuestas

ELIMINADO: Con fundamento en los artículos 109, 111 y 116 de la Ley General de Transparencia y Acceso a la Información Pública; 1 y 6 de la Ley de Protección de Datos Personales en Posesión de Sujetos Obligados del Estado de Querétaro; así como Sexagésimo y Sexagésimo primero de los Lineamientos Generales en Materia de Clasificación y Desclasificación de la Información, así como para la Elaboración de Versiones Públicas, en virtud de tratarse de datos personales (correos) concernientes a una persona identificada o identificable.

Clientes en el Sector Público

Tipo de Estudio: Percepción sobre temas sociales objeto de política pública



Cliente: Centro de Estudios Sociales y de Opinión Pública del Congreso de la Unión (CESOP)

Estudio: Percepción de los mexicanos sobre temas relacionados con la migración

Metodología: Encuestas en vivienda a nivel nacional

Fecha de realización: Diciembre 2007, Noviembre 2008 y Agosto 2011



Cliente: Instituto de las Mujeres de la Ciudad de México

Estudio: Vida Libre de Violencia para las Mujeres

Metodología: Grupos de enfoque y Encuestas en vivienda

Fecha de realización: Noviembre 2008 a Enero 2009



Cliente: Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Monterrey Campus Ciudad de México y Servicio de Administración Tributaria

Estudio: Evasión fiscal del ambulante

Metodología: Encuestas con ambulantes en vía pública y líderes de ambulantes en 6 ciudades del país

Fecha de realización: Noviembre 2007



Cliente: Instituto para la Atención y Prevención de las Adicciones en la Ciudad de México (IAPA)

Estudio: Estudio situación del Tabaquismo en la Ciudad de México 2012

Metodología: 400 encuestas en vivienda a personas mayores de 13 años.

ELIMINADO: Con fundamento en los artículos 109, 111 y 116 de la Ley General de Transparencia y Acceso a la Información Pública; 1 y 6 de la Ley de Protección de Datos Personales en Posesión de Sujetos Obligados del Estado de Querétaro; así como Sexagésimo y Sexagésimo primero de los Lineamientos Generales en Materia de Clasificación y Desclasificación de la Información, así como para la Elaboración de Versiones Públicas, en virtud de tratarse de datos personales (correo y teléfono) concernientes a una persona identificada o identificable.

Clientes en el Sector Público

Tipo de Estudio: Evaluación de campaña de comunicación



Cliente: Consejo Ciudadano de Seguridad Pública y Procuración de Justicia del Distrito Federal

Estudio: Evaluación de la campaña sobre el uso del cinturón de seguridad

Metodología: Conteo en puntos de afluencia

Fecha de realización: Enero de 2011

ELIMINADO: Con fundamento en los artículos 109, 111 y 116 de la Ley General de Transparencia y Acceso a la Información Pública; 1 y 6 de la Ley de Protección de Datos Personales en Posesión de Sujetos Obligados del Estado de Querétaro; así como Sexagésimo y Sexagésimo primero de los Lineamientos Generales en Materia de Clasificación y Desclasificación de la Información, así como para la Elaboración de Versiones Públicas, en virtud de tratarse de datos personales (teléfono y correo) concernientes a una persona identificada o identificable.

Cliente: Diconsa

Estudio: Post-test de la campaña “Donde estés, está Diconsa”.

Metodología: Encuesta en vivienda

Fecha de realización: Del 15 al 20 de diciembre de 2011.



Cliente: Correos de México

Estudio: Estudio de mercados para evaluar la pertinencia y efectividad de las campañas de Mexpost 2012 (post-test)”.

Metodología: Encuesta en vivienda

Fecha de realización: mayo a junio de 2012



Cliente: Comisión Nacional del Agua

Estudio: Post-test de la campaña “Cultura del agua. Versión nuevos hábitos”.

Metodología: Encuesta en vivienda

Fecha de realización: Del 1 al 25 de septiembre de 2012.



Clientes en el Sector Público

Tipo de Estudio: Evaluación de campaña de comunicación



Cliente: DIF

Estudio: Estudio de mercado "post-test" para la Campaña de Niños Migrantes, No Acompañados

Metodología: Encuesta en vivienda

Fecha de realización: 12 al 16 de Noviembre de 2010.



Cliente: Fideicomisos Instituidos en Relación con la Agricultura (FIRA)

Estudio: Estudio sobre el Impacto de la Campaña de Publicidad 2010 de FIRA

Metodología: Encuesta 760 casos en ciudades de cobertura de la campaña.

Fecha de realización: Noviembre-Diciembre 2010



Cliente: Fondo Mixto de Promoción Turística del Distrito Federal

Estudio: Evaluación Feria Internacional de Turismo de las Américas 2010

Metodología: Encuesta a público asistente y medios de comunicación.

Fecha de realización: 23 a 26 de septiembre de 2010.



Cliente: Instituto Federal Electoral

Estudio: Evaluación Cuantitativa (Post-Test) de la Campaña Institucional 2010

Metodología:

Fecha de realización: Septiembre 2010 y 2011

ELIMINADO: Con fundamento en los artículos 109, 111 y 116 de la Ley General de Transparencia y Acceso a la Información Pública; 1 y 6 de la Ley de Protección de Datos Personales en Posesión de Sujetos Obligados del Estado de Querétaro; así como Sexagésimo y Sexagésimo primero de los Lineamientos Generales en Materia de Clasificación y Desclasificación de la Información, así como para la Elaboración de Versiones Públicas, en virtud de tratarse de datos personales (correo y teléfono) concernientes a una persona identificada o identificable.

Clientes en el Sector Público

Tipo de Estudio: Evaluación de campaña de comunicación



Cliente: Procuraduría General de la República

Estudio: Estudio de evaluación tipo Post-test con levantamiento de una encuesta nacional.

Metodología: Encuesta en vivienda

Fecha de realización: Agosto 2011.



Cliente: Centro Nacional para la Prevención y Control de las Adicciones (CENADIC)

Estudio: Estudio cuantitativo y cualitativo de alcance nacional para la evaluación del impacto de las leyendas de advertencia sanitarias y pictogramas.

Metodología: 10 preguntas en Serie Nacional y 12 grupos de enfoque.

Fecha de realización: agosto de 2012



Cliente: Banco Nacional de Obras y Servicios Públicos (BANOBRAS)

Estudio: Estudio de evaluación tipo Pre y Post-test con grupos focales y levantamiento de una encuesta nacional

Metodología: Encuesta en vivienda y 2 grupos de enfoque.

Fecha de realización: diciembre 2016



ELIMINADO: Con fundamento en los artículos 109, 111 y 116 de la Ley General de Transparencia y Acceso a la Información Pública; 1 y 6 de la Ley de Protección de Datos Personales en Posesión de Sujetos Obligados del Estado de Querétaro; así como Sexagésimo y Sexagésimo primero de los Lineamientos Generales en Materia de Clasificación y Desclasificación de la Información, así como para la Elaboración de Versiones Públicas, en virtud de tratarse de datos personales (correo y teléfono) concernientes a una persona identificada o identificable.

Clientes en el Sector Público

Tipo de Estudio: Evaluación de Gobierno



Cliente: Estado de Querétaro
Estudio: Evaluación Cualitativa y cuantitativa de Gobierno
Metodología: Diversas mediciones a nivel estatal y municipal.
Fecha de realización: Febrero 2010 – Marzo 2012



Cliente: Estado de Chiapas
Estudio: Evaluación Cualitativa y cuantitativa de Gobierno
Metodología: Encuesta en vivienda -estatal y regional- y grupos de enfoque.
Fecha de realización: Noviembre de 2008, Octubre 2011, Marzo de 2011



Cliente: Estado de Campeche
Estudio: Evaluación Cualitativa y cuantitativa de Gobierno
Metodología: 12 grupos de enfoque y 2200 encuestas con representatividad estatal y distrital.
Fecha de realización: Marzo de 2012.



Cliente: Estado de Zacatecas
Estudio: Evaluación Cualitativa y cuantitativa de Gobierno
Metodología: Grupos de enfoque y encuesta en vivienda en los principales municipios de la entidad.
Fecha de realización: 2005

Clientes Organismos Internacionales y ONG´s



Cliente: Banco Mundial

Estudio: Evaluación de la imagen del Banco Mundial

Metodología: Grupos de enfoque en México y Centroamérica

Fecha de realización: Junio de 2007 a la fecha

Referencia: Fadia Haddad, Latin America and Caribbean Region The World Bank Group 1850 I Street, N.W., Washington, DC, 20433 USA [REDACTED]



Cliente: Becas Fulbright-García Robles

Objetivo general: 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.

Fecha de realización: Mayo de 2011

Referencia: Dr. Arturo Borja Tamayo / Director Ejecutivo/Executive Director / Berlín 18, Col. Juárez, 06600 México D.F. / [REDACTED]

ELIMINADO: Con fundamento en los artículos 109, 111 y 116 de la Ley General de Transparencia y Acceso a la Información Pública; 1 y 6 de la Ley de Protección de Datos Personales en Posesión de Sujetos Obligados del Estado de Querétaro; así como Sexagésimo y Sexagésimo primero de los Lineamientos Generales en Materia de Clasificación y Desclasificación de la Información, así como para la Elaboración de Versiones Públicas, en virtud de tratarse de datos personales (teléfono, correo y fax) concernientes a una persona identificada o identificable.

Cliente: Consejo Mexicano Contra el Tabaquismo

Estudio: Situación del tabaquismo y niveles de aprobación de espacios libres de humo

Metodología: Grupos de enfoque y encuestas en vivienda en el Distrito Federal y a nivel nacional

Fecha de realización: Agosto de 2007 a la fecha



Clientes Organismos Internacionales y ONG´s



Cliente: Metrópoli 2025

Nombre del estudio: Estudio cualitativo sobre cultura ciudadana.

Metodología: realización de 6 grupos de enfoque adultos y jóvenes de nivel socioeconómico alto, medio y bajo.

Fecha de realización: Julio de 2008.

Referencia: Lic. René Solís



Cliente: New Ventures

Nombre del estudio: Oportunidades para generar inclusión social y económica en México utilizando servicios de conectividad

Objetivo general: Identificar las oportunidades para generar inclusión social y económica en el México utilizando servicios de conectividad.

Metodología: Dos estudios de caso en los municipios de Jilotzingo (Estado de México) y San Bartolo Tutotepec (Hidalgo). Se realizaron en cada localidad dos grupos de enfoque con jóvenes y adultos.

Fecha de realización: Noviembre de 2008

Referencia: Graciela Reyes/ Consulting and New Projects Manager



Cliente: Instituto para la Seguridad y la Democracia - Seguridad (Insyde)

Nombre del estudio: Precepciones sobre la migración en la frontera sur

Objetivo general: Conocer la percepción sobre el fenómeno de la migración en la frontera sur de México.

Metodología: Se realizaron 4 grupos de enfoque en el municipio de Tapachula, Chiapas con mujeres, hombres, jóvenes y Empresarios y contratistas de mano de obra y 400 encuestas en vivienda.

Fecha de realización: Febrero de 2008

Referencia: Laura Díaz de León/ Coordinadora Oficina de Servicio

Clientes en el sector social



FLACSO
MÉXICO

Cliente: Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales
Estudio: Evaluación de la participación social en educación
Metodología: Encuestas, grupos de enfoque y entrevistas a profundidad
Fecha de realización: Mayo de 2006
Referencia: Giovanna Valenti Nigrini



Casa abierta al tiempo

UNIVERSIDAD AUTÓNOMA METROPOLITANA

Cliente: Universidad Autónoma Metropolitana
Estudio: Percepción de los habitantes del Distrito Federal sobre temas relacionados con la seguridad pública
Metodología: Encuestas en vivienda y grupos de enfoque
Fecha de realización: Agosto 2007 a Diciembre 2007
Referencia: Carmen Lloréns



Cliente: Instituto Mexicano de la Radio (IMER)
Nombre del estudio: Evaluación de la radio pública en México y del Instituto Mexicano de la Radio
Objetivo general: evaluar el papel y desempeño de la radio pública en México y específicamente del Instituto Mexicano de la Radio desde una visión externa (audiencia y opinión pública en general) e interna (funcionarios del IMER).
Metodología: En 2009, 2010, 2011 y 2012 se realizaron encuesta vía internet con funcionarios del instituto y su audiencia.
Fecha de realización: 2009, 2010, 2011 y 2012

ELIMINADO: Con fundamento en los artículos 109, 111 y 116 de la Ley General de Transparencia y Acceso a la Información Pública; 1 y 6 de la Ley de Protección de Datos Personales en Posesión de Sujetos Obligados del Estado de Querétaro; así como Sexagésimo y Sexagésimo primero de los Lineamientos Generales en Materia de Clasificación y Desclasificación de la Información, así como para la Elaboración de Versiones Públicas, en virtud de tratarse de datos personales (correo) concernientes a una persona identificada o identificable.

Clientes en el área política



Clientes en el área de mercado



Cliente: Once TV

Estudio: Estudio encuentro con el televidente

Metodología: encuestas en vivienda en ciudades donde el canal tiene cobertura.

Fecha de realización: Noviembre de 2012

ELIMINADO: Con fundamento en los artículos 109, 111 y 116 de la Ley General de Transparencia y Acceso a la Información Pública; 1 y 6 de la Ley de Protección de Datos Personales en Posesión de Sujetos Obligados del Estado de Querétaro; así como Sexagésimo y Sexagésimo primero de los Lineamientos Generales en Materia de Clasificación y Desclasificación de la Información, así como para la Elaboración de Versiones Públicas, en virtud de tratarse de datos personales (correo y teléfono) concernientes a una persona identificada o identificable.



Cliente: Accenture

Estudio: Estudio de Satisfacción de usuarios en 3 sectores de servicios: financiero, comercial y comunicaciones

Metodología: Encuestas telefónicas a usuarios de los sectores evaluados.

Fecha de realización: Junio de 2012



Cliente: GlobeScan-Disney

Estudio: Estudio cualitativo sobre responsabilidad social con líderes de opinión (académicos, industriales, organización civil, etc.)

Metodología: Entrevistas vía telefónica.

Fecha de realización: Junio de 2012.



Clientes en el área de mercado

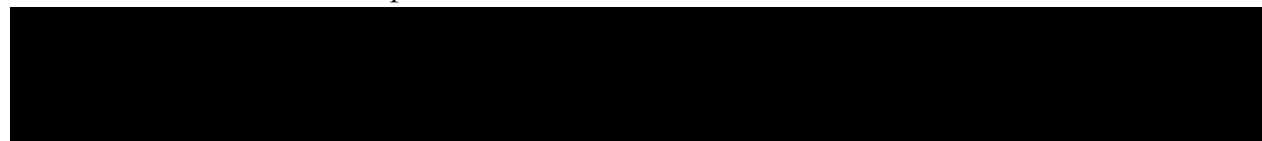


Cliente: Comisión Nacional Bancaria y de Valores

Estudio: Encuesta para conocer la percepción de los empleados de la CNBV sobre los servicios informáticos

Metodología: encuesta vía internet a 319 empleados de la CNBV.

Fecha de realización: Septiembre de 2012.

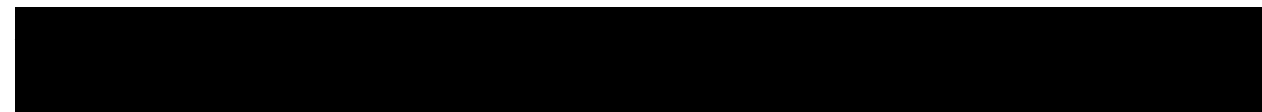


Cliente: Fideicomiso para el ahorro de energía eléctrica

Estudio: Estudio de mercado lámparas fluorescentes compactas autobalastadas (LFCA's)

Metodología: Mystery Shopper.

Fecha de realización: Marzo de 2012

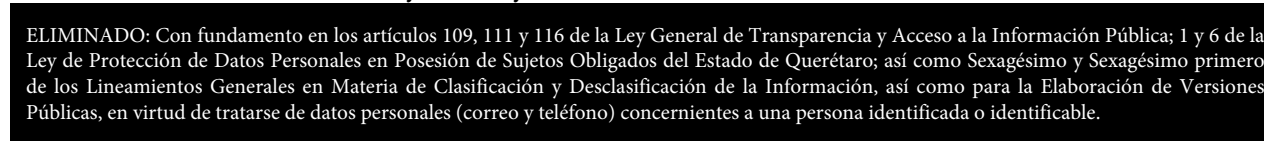


Cliente: Grupo TMM

Estudio: Estudio de imagen y de satisfacción de clientes

Metodología: Entrevistas vía telefónica, internet y cara a cara

Fecha de realización: May-2010 y Feb- 2012



ELIMINADO: Con fundamento en los artículos 109, 111 y 116 de la Ley General de Transparencia y Acceso a la Información Pública; 1 y 6 de la Ley de Protección de Datos Personales en Posesión de Sujetos Obligados del Estado de Querétaro; así como Sexagésimo y Sexagésimo primero de los Lineamientos Generales en Materia de Clasificación y Desclasificación de la Información, así como para la Elaboración de Versiones Públicas, en virtud de tratarse de datos personales (correo y teléfono) concernientes a una persona identificada o identificable.

Clientes en el área de mercado



Cliente: Budweiser

Estudio: Evaluación de campaña de publicidad de Budlight

Metodología: Grupos de enfoque

Fecha de realización: Julio 2008



Cliente: Alimentos Capullo

Estudio: Evaluar el awareness y el trial de Twinings

Metodología: Encuestas en vivienda a nivel nacional

Fecha de realización: Octubre 2008



Cliente: Elektra

Estudio: Estudio Nacional de Competencia

Metodología: Encuestas en vivienda a nivel nacional

Fecha de realización: Noviembre 2009

ELIMINADO: Con fundamento en los artículos 109, 111 y 116 de la Ley General de Transparencia y Acceso a la Información Pública; 1 y 6 de la Ley de Protección de Datos Personales en Posesión de Sujetos Obligados del Estado de Querétaro; así como Sexagésimo y Sexagésimo primero de los Lineamientos Generales en Materia de Clasificación y Desclasificación de la Información, así como para la Elaboración de Versiones Públicas, en virtud de tratarse de datos personales (correos) concernientes a una persona identificada o identificable.

Cliente: Kimberly Clark de México.

Estudio: Evaluación del ambiente laboral en la planta Procede 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.

Fecha de realización: Septiembre de 2009



Kimberly-Clark de México

Clientes en el área de mercado



Cliente: Periódico 24 horas.

Nombre del estudio: Evaluación gráfica del periódico.

Objetivo general: Evaluar la imagen gráfica y conceptual del nuevo periódico entre potenciales consumidores.

Metodología: Entrevistas a profundidad con líderes de opinión

Fecha de realización: Octubre 2011

ELIMINADO: Con fundamento en los artículos 109, 111 y 116 de la Ley General de Transparencia y Acceso a la Información Pública; 1 y 6 de la Ley de Protección de Datos Personales en Posesión de Sujetos Obligados del Estado de Querétaro; así como Sexagésimo y Sexagésimo primero de los Lineamientos Generales en Materia de Clasificación y Desclasificación de la Información, así como para la Elaboración de Versiones Públicas, en virtud de tratarse de datos personales (correo y teléfono) concernientes a una persona identificada o identificable.

SECRETARÍA DE
FOMENTO TURÍSTICO



Cliente: Secretaría de Fomento Turístico del Estado de Guerrero

Nombre del estudio: Perfil del Turista de los principales destinos turísticos de Guerrero.

Metodología: grupos de enfoque y encuesta en punto de afluencia en Acapulco, Ixtapa y Zihuatanejo.

Fecha de realización: Mayo de 2010.



Cliente: Copemsa

Nombre del estudio: viabilidad para la instalación de parquímetros en la Ciudad de Puebla

Metodología: 3 grupos de enfoque en la Ciudad de Puebla. (Dos con conductores y uno con no conductores) y encuesta cara a cara a los residentes.

Fecha de realización: Julio de 2007.

Clientes en el área de mercado



Cliente: Proyecto 40

Estudio: Análisis de la imagen actual de Proyecto 40 y oportunidades de posicionamiento para el futuro

Metodología: Grupos de enfoque y encuestas en vivienda en el Distrito Federal y Valle de México

Fecha de realización: Febrero 2008

ELIMINADO: Con fundamento en los artículos 109, 111 y 116 de la Ley General de Transparencia y Acceso a la Información Pública; 1 y 6 de la Ley de Protección de Datos Personales en Posesión de Sujetos Obligados del Estado de Querétaro; así como Sexagésimo y Sexagésimo primero de los Lineamientos Generales en Materia de Clasificación y Desclasificación de la Información, así como para la Elaboración de Versiones Públicas, en virtud de tratarse de datos personales (correo y teléfono) concernientes a una persona identificada o identificable.



Cliente: Banco Azteca y ASMAZ

Estudio: Evaluación de membresía ASMAZ

Metodología: Grupos de enfoque

Fecha de realización: Septiembre 2007 y Marzo 2011



Cliente: Kraft Foods México

Estudio: Responsabilidad Social

Metodología: Entrevistas a Profundidad

Fecha de realización: Junio 2009

Asociaciones a las que pertenecemos

...que garantizan nuestra calidad



World Association for
Public Opinion
Research



Asociación Mexicana de
Agencias de Investigación de
Mercados y Opinión Pública

AAPOR

American Association for
Public Opinion Research

Certificación de calidad

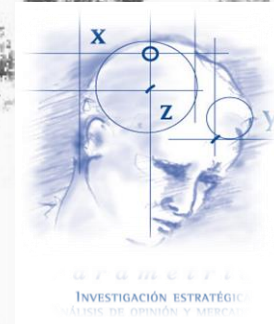
Como miembro de la AMAI (Asociación Mexicana de Agencias de Investigación de Mercados y Opinión Pública), PARAMETRIA se adhiere a los más altos preceptos éticos y estándares de calidad a nivel mundial, garantizando en todo momento la confiabilidad de los resultados.



Estamos certificados en el ESSIM
(Estándar de Servicio para la Investigación de Mercados en
México)

Permítanos

convertir sus objetivos en los nuestros



www.parametria.com.mx



parametria@parametria.com.mx



+52 55 5277 6674



Benjamín Hill No. 185, Condesa,
Cuauhtémoc, 06170, Ciudad de
México