

Ciudad de México a 22 de mayo del 2018

3634
INSTITUTO NACIONAL ELECTORAL
OFICIALIA DE PARTES COMUN

2018 MAY 28 PM 2:30



Lic. Edmundo Jacobo Molina

Secretario Ejecutivo
Instituto Nacional Electoral

PRESENTE:

Original en zh Anexos 2 Grupo Impacto
Ccp Observaciones
ICD

Con base en los Lineamientos y en los 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 expedidos por el Consejo General del Instituto Nacional Electoral, se le hace entrega de copia del estudio completo que esta empresa realizó y pagó, por decisión propia dentro de la actividad cotidiana de la misma a nivel nacional y bajo las especificaciones que se muestran en el propio documento adjunto.

Los resultados se publicarán completa o parcialmente de manera original en el sitio web <http://www.gii360.com.mx/> en diferentes formatos. Los datos mostrados corresponden a la proporción de respuestas sobre frecuencias simples, y en su caso a las preferencias electorales brutas, por lo que no se emplean estimadores. Estos resultados se procesaron y obtuvieron a través del software Microsoft Excel 2010. **La metodología, incluyendo nivel de confianza, margen de error y porcentaje de abandono y de contactos no exitosos**, se especifican en el documento adjunto. También se adjunta la base de datos completa en formato xls y el logotipo de la empresa en png.

Los datos de la empresa, representante, directivos y responsables del estudio se muestran a continuación:

DENOMINACIÓN SOCIAL: CONSULTORÍA EMPRESARIAL UNIVERSAL SA DE CV RFC: CEU 130910 BPA

(Se adjunta logotipo)

Agustín González de Cossio 821, Colonia del Valle Delegación Benito Juárez C.P. 03100, CDMX.

contacto@gii360.com.mx, Teléfonos. (55) 90007062 y 90007063

Costo total aproximado del estudio realizado: \$ 75,000 más IVA (setenta y cinco mil pesos 00/100 M.N.)

CEO, Fundadora y Representante.- Ana Laura Arroyo ana.arroyo@gii360.com.mx Se adjunta semblanza.

Director General. Fernando Arroyo. fernando.arroyo@gii360.com.mx

Se solicita acuse de recibido de esta documentación misma que se envía físicamente a las oficinas del Instituto correspondiente. Quedamos a sus órdenes en los medios de contacto antes mencionados para cualquier comunicación.

Lic. Magaly G y Catalina
INE SECRETARÍA EJECUTIVA
Instituto Nacional Electoral
28 MAY 2018
Catalina Talarera 19:05
ÁREA DE ASESORES

Atentamente. GRUPO IMPACTO, GII360

González de Cossio #821, Col. del Valle, C.P. 03100,
Del. Benito Juárez, Tel.: + 52 (55) 9000 7062 / 63
www.gii360.com.mx





Grupo Impacto

SEGUNDO DEBATE PRESIDENCIAL

Empresa con procesos
y estándares en:
Calidad y Seguridad
de la Información



METODOLOGÍA



Grupo Impacto

*Grupo Impacto realizó, cubrió los costos, y publicará en su sitio web esta encuesta bajo la siguiente metodología.

Objetivo principal:	Conocer la opinión de los mexicanos, respecto al segundo debate entre los candidatos a la Presidencia de México.
Alcance:	Nacional
Target:	Personas mayores de edad con credencial para votar vigente.
Tamaño y diseño muestral:	1,000 entrevistas elegidas mediante un muestreo aleatorio simple a nivel nacional.
Técnica de recolección:	Telefónica
Nivel de confianza y Margen de Error:	95% y $\pm 3\%$ respectivamente.
Fecha de levantamiento:	21 de mayo de 2018.

*La validez de esta información corresponde únicamente a las preferencias electorales de la población especificada y a los días del levantamiento. Las encuestas, análisis y trabajos de investigación que realizamos en gii360, que se publican en nuestras redes sociales, no están a favor ni en contra de ningún partido político, propuesta, candidato o iniciativa de cualquier tipo. Trabajamos de manera libre e independiente para compartir datos reales con la sociedad mexicana. Nuestro Objetivo es dar a conocer la opinión ciudadana sobre temas sociales, culturales, políticos y electorales de manera transparente y honesta.

Empresa con procesos
y estándares en:
Calidad y Seguridad
de la información





Grupo Impacto

1. **Objetivos del estudio:** Conocer la opinión de los mexicanos sobre el segundo debate entre los candidatos a Presidente de México.
2. **Marco muestral:** muestreo aleatorio simple sobre el listado de teléfonos Nacional, a personas mayores de edad con credencial para votar vigente.
3. **Diseño muestral:** 1,000 entrevistas divididas a nivel Nacional, elegidas mediante un muestreo aleatorio simple a personas mayores de edad con credencial para votar vigente a nivel Nacional
 - a) **Definición de la población objetivo:** personas mayores de edad con credencial para votar vigente a nivel Nacional
 - b) **Procedimiento de selección de unidades:** entrevistas elegidas mediante un muestreo aleatorio simple a nivel nacional
 - c) **Procedimiento de estimación:** los resultados reportados son frecuencias simples para todos los reactivos del cuestionario, el cual se anexa, y no implican estimadores ponderados
 - d) **Tamaño y forma de obtención de la muestra:** 1,000 entrevistas realizadas vía telefónica a nivel Nacional, elegidas mediante un muestreo aleatorio simple a personas mayores de edad con credencial para votar vigente a nivel Nacional.
 - e) **Calidad de la estimación:** confianza y error máximo implícito en la muestra seleccionada para cada distribución de preferencias o tendencias: Nivel de Confianza y Margen de Error: 95% y +/-3%, respectivamente.
 - f) **Frecuencia y tratamiento de la no-respuesta,** señalando los porcentajes de indecisos, los que responden "no sé" y los que manifiestan que no piensan votar: Frecuencias simples (resultados) y no respuesta 20% de abandonos, 15% contactos no exitosos y la opción de Ns/Nc.
 - g) **Tasa de rechazo general a la entrevista,** reportando por un lado el número de negativas a responder o abandono del informante sobre el total de intentos o personas contactadas, y por otro lado, el número de contactos no exitosos sobre el total de intentos del estudio: 20% de abandonos, 15% contactos no exitosos y la opción de Ns/Nc.
4. **Método y fecha de recolección de la información:** personas mayores de edad con credencial para votar vigente a nivel nacional el 21 mayo del 2018.
5. **El cuestionario o instrumentos de captación utilizados para generar la información publicada:** se anexa el cuestionario
6. **Forma de procesamiento, estimadores e intervalos de confianza:** 1,000 entrevistas a nivel Nacional, elegidas mediante un muestreo aleatorio simple a personas mayores de edad con credencial para votar vigente a nivel nacional, Nivel de Confianza y Margen de Error: 95% y $\pm 3\%$, respectivamente.



Grupo Impacto

7. Denominación del software utilizado para el procesamiento: **Sistema Gii360 (interno) para la recolección de los datos y para el análisis de los resultados de la encuesta y la obtención de los resultados se hizo utilizando Microsoft Excel 2010**
8. La base de datos, en formato electrónico, sin contraseñas ni candados, en el archivo de origen (no PDF o imagen), que permita el manejo de sus datos: **Se adjunta archivo de Excel con la base de datos de la encuesta**
9. Principales resultados, pudiendo especificar la preferencia de votación bruta y la efectiva. En todo caso, el reporte de resultados debe señalar si contiene estimaciones, modelo de votantes probables o cualquier otro parámetro que no consista en el mero cálculo de frecuencias relativas de las respuestas de la muestra estudiada para la encuesta: **se adjunta archivo de resultados en formato PDF Segundo Debate Presidencial.**
10. Autoría y financiamiento: **Grupo Impacto Gii360 realizó, cubrió los costos, y publicará en su sitio web DENOMINACIÓN SOCIAL: CONSULTORÍA EMPRESARIAL UNIVERSAL SA DE CV RFC: CEU 130910 BPA (Se adjunta logotipo)**

Agustín González de Cossio 821, Colonia del Valle Delegación Benito Juárez C.P. 03100, CDMX. contacto@gii360.com.mx, Teléfonos. (55) 90007062 y 90007063

Costo total aproximado del estudio realizado: \$ 75,000 más IVA (setenta y cinco mil pesos 00/100 M.N.)

Los datos que permitan identificar fehacientemente la persona física o moral que ordenó, realizó, publicó y/o difundió los estudios, incluyendo nombre o denominación social, logotipo, domicilio, teléfono y correos electrónicos donde puedan responder requerimientos sobre los estudios mismos. En específico deberá informar:

- a) La o las personas físicas o morales que patrocinaron o pagaron la encuesta o sondeo,
- b) La o las personas físicas o morales que diseñaron y llevaron a cabo la encuesta o sondeo, y
- c) La o las personas físicas o morales que solicitaron, ordenaron y/ pagaron su publicación o difusión.



Grupo Impacto

11. Recursos económicos/financieros aplicados. Un informe sobre los recursos aplicados en la realización de la encuesta o sondeo de opinión, acompañado de la factura que respalda la contratación de la realización de dicha encuesta o sondeo de opinión (incluyendo el nombre de la persona física o moral que contrató el estudio), y explicitando el monto y proporción que hubiese sido efectivamente cubierto al momento de la publicación. En los casos en que sea la misma persona física o moral quien realice y publique la encuesta, ésta deberá presentar un informe del costo total del estudio realizado.

DENOMINACIÓN SOCIAL: CONSULTORÍA EMPRESARIAL UNIVERSAL SA DE CV RFC: CEU 130910 BPA (Se adjunta logotipo) Agustín González de Cossio 821, Colonia del Valle Delegación Benito Juárez C.P. 03100, CDMX. contacto@gii360.com.mx, Teléfonos. (55) 90007062 y 90007063 Costo total aproximado del estudio realizado: \$ 75,000 más IVA (setenta y cinco mil 00/100 M.N.)

12. Experiencia profesional y formación académica. La documentación que pruebe, en su caso, la pertenencia a asociaciones nacionales o internacionales del gremio de la opinión pública de la persona que realizó la encuesta. Además, se deberá incluir documentación que muestre la formación académica y experiencia profesional del director de la organización que lleve a cabo la encuesta o del responsable de la misma: **Se adjunta archivo PDF presentación CEO Gii360**

Buenos días, mi nombre es____, le hablo de Grupo Impacto Gii360, para realizar un sondeo sobre el segundo debate de los candidatos a la Presidencia de México, ¿usted tiene credencial para votar vigente?	Si
	No
¿Usted vio el segundo debate entre los candidatos a la Presidencia de México?	Si
	No
Desde su punto de vista, ¿qué candidato tuvo el mejor desempeño durante el debate?	Ricardo Anaya (PAN-PRD-MC)
	José Antonio Meade (PRI-PVEM-PANAL)
	Andrés Manuel López Obrador (MORENA-PT-PES)
	Jaime Rodríguez Calderón (INDEPENDIENTE)
	(Ninguno)
	(Ns/Nc)
Desde su punto de vista, ¿quién ganó el segundo debate?	Ricardo Anaya (PAN-PRD-MC)
	José Antonio Meade (PRI-PVEM-PANAL)
	Andrés Manuel López Obrador (MORENA-PT-PES)
	Jaime Rodríguez Calderón (INDEPENDIENTE)
	(Ninguno)
	(Ns/Nc)
¿Quién cree que perdió el segundo debate?	Ricardo Anaya (PAN-PRD-MC)
	José Antonio Meade (PRI-PVEM-PANAL)
	Andrés Manuel López Obrador (MORENA-PT-PES)
	Jaime Rodríguez Calderón (INDEPENDIENTE)
	(Ns/Nc)
¿Este segundo debate le ayudó a...?	Seguir apoyando al mismo candidato
	Cambiar mi intención de voto por otro candidato
	(Ns/Nc)
Si el día de hoy fuera la elección para Presidente de México, ¿por qué candidato votaría?	Ricardo Anaya (PAN-PRD-MC)
	José Antonio Meade (PRI-PVEM-PANAL)
	Andrés Manuel López Obrador (MORENA-PT-PES)
	Jaime Rodríguez Calderón (INDEPENDIENTE)
	(Ns/Nc)