



Grupo Impacto

1. **Objetivos del estudio:** Conocer la opinión de los habitantes de la CDMX, su intención de voto en las próximas elecciones 2018.
2. **Marco muestral:** muestreo aleatorio simple sobre el listado de teléfonos de la Ciudad de México en las 16 delegaciones, a personas mayores de edad y con credencial para votar vigentes
3. **Diseño muestral:** 1,000 entrevistas divididas en toda la Ciudad de México, elegidas mediante un muestreo aleatorio simple a personas mayores de edad y con credencial para votar vigente en la Ciudad de México
 - a) **Definición de la población objetivo:** personas mayores de edad y con credencial para votar vigentes en la Ciudad de México.
 - b) **Procedimiento de selección de unidades:** entrevistas elegidas mediante un muestreo aleatorio simple
 - 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 en la Ciudad de México, elegidas mediante un muestreo aleatorio simple a personas mayores de edad y con credencial para votar vigentes en la Ciudad de México
 - 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 10.21% de abandonos, 43% 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: 10.21% de abandonos, 43% contactos no exitosos y la opción de Ns/Nc.
4. **Método y fecha de recolección de la información:** personas mayores de edad y con credencial para votar vigentes a nivel nacional del 3 al 6 abril 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 en la Ciudad de México, elegidas mediante un muestreo aleatorio simple a personas mayores de edad y con credencial para votar vigentes 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 Semáforo Elecciones CDMX 2018

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**