



Séptimo Informe que presenta la Secretaría Ejecutiva del Instituto Electoral de la Ciudad de México, en materia de Encuestas por Muestreo, Sondeos de Opinión, Encuestas de Salida y/o Conteos Rápidos no institucionales, que tengan como fin dar a conocer preferencias o tendencias electorales, durante el Proceso Electoral Local Ordinario 2023-2024 en la Ciudad de México.

Marzo, 2024

ÍNDICE

Contenido

I. Presentación.....	3
II. Marco Jurídico en materia de encuestas.....	6
II.1. Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos	6
II.2. Ley General de Instituciones y Procedimientos Electorales.....	6
II.3. Ley General en Materia de Delitos Electorales	7
II.4. Reglamento de Elecciones.....	7
II.5. Código de Instituciones y Procedimientos Electorales de la Ciudad de México	8
III. Acciones de la Secretaría Ejecutiva para el cumplimiento de obligaciones en materia de encuestas	9
IV. Listado de encuestas publicadas en el periodo del 24 de febrero al 25 de marzo de 2024	11
IV. 1. Monitoreo y listado de encuestas	11
IV.2. Estudios recibidos en la Secretaría Ejecutiva.....	12
IV. 3. Verificación del monitoreo, contenido de los estudios recibidos y metodología de las encuestas publicadas	15
V. Encuestas o sondeos cuya realización o publicación fue pagada por partidos políticos o candidaturas	37
VI. Listado de quienes, habiendo publicado encuestas o sondeos de opinión sobre preferencias electorales, no hubieren entregado el estudio o hayan incumplido con las obligaciones que se prevén en el Reglamento de Elecciones	38

I. Presentación

De acuerdo con el modelo de regulación electoral introducido con la reforma constitucional en materia político-electoral, publicada en el Diario Oficial de la Federación el 10 de febrero de 2014, la función básica del Instituto Nacional Electoral (INE) es la de organizar las elecciones federales, con una reasignación de facultades en el ámbito local, como es el caso de la emisión de lineamientos para el desarrollo de los procesos locales en materia de encuestas electorales.

Para tal efecto, el Consejo General del INE expidió el Reglamento de Elecciones (Reglamento)¹, el cual tiene por objeto regular, entre otras materias, lo relativo a encuestas por muestreo, sondeos de opinión, encuestas de salida y conteos rápidos no institucionales.

Asimismo, a efecto de establecer las obligaciones a que están sujetas las personas físicas y morales que pretendan realizar encuestas electorales, el INE emitió el “Anexo 3” del Reglamento, referente a los *“Criterios generales de carácter científico, aplicables en materia de encuestas por muestreo, encuestas de salida y/o conteos rápidos no institucionales”* (criterios generales de carácter científico).

Por su parte, el Reglamento establece obligaciones tanto para quienes publiquen, soliciten u ordenen la publicación de cualquier encuesta por muestreo o sondeo de opinión sobre preferencias electorales, como para los Organismos Públicos Locales Electorales (OPLE), tal como se observa a continuación:

Personas físicas y morales

- Observar y atender lo establecido en el Capítulo VII del Reglamento, así como los criterios generales de carácter científico, y
- Entregar a la Secretaría Ejecutiva del OPLE copia del estudio completo que respalde la información publicada.

¹ Aprobado el 7 de septiembre de 2016 a través del Acuerdo identificado con la clave alfanumérica INE/CG661/2016. Reglamento que a la fecha ha tenido diversas modificaciones, siendo la última la aprobada por el Consejo General del INE, mediante Acuerdo INE/CG598/2023 el 03 de noviembre de 2023.

OPLE

- Realizar un monitoreo de publicaciones impresas sobre preferencias electorales, por conducto de su área de comunicación social;
- Verificar los estudios de las encuestas que se hayan recibido con base en los criterios generales de carácter científico;
- Realizar requerimientos en caso de incumplimiento de la obligación de entregar copia del estudio que respalde la información publicada o de información faltante;
- Presentar al Consejo General del OPLE, en cada sesión ordinaria a partir del inicio del proceso electoral, un informe que dé cuenta del cumplimiento en materia de encuestas y sondeos de opinión, así como enviar de manera mensual los referidos informes al INE, y
- Publicar en la página de internet los informes de cumplimiento que se presenten al Consejo General del OPLE, los estudios recibidos, así como el monitoreo respectivo.

Establecido lo anterior, es preciso señalar que el 7 de agosto de 2023, el Consejo General del Instituto Electoral de la Ciudad de México (IECM), a través del acuerdo identificado con la clave alfanumérica IECM/ACU-CG-061/2023, aprobó el *“Acuerdo del Consejo General del Instituto Electoral de la Ciudad de México, por el que se aprueba la Convocatoria dirigida a la ciudadanía y partidos políticos a participar en el Proceso Electoral Local Ordinario 2023-2024, para elegir a las personas titulares de la Jefatura de Gobierno, Diputaciones, Alcaldías y Concejalías de las dieciséis demarcaciones territoriales, cuya jornada electoral se celebrará el 2 de junio de 2024”*, mismo que fue publicado el 15 siguiente en la Gaceta Oficial de la Ciudad de México

Asimismo, el pasado 10 de septiembre, el referido Consejo General declaró el inicio formal del Proceso Electoral Local Ordinario 2023-2024. En consecuencia, a partir del 11 siguiente, se realiza el referido monitoreo de publicaciones impresas sobre preferencias electorales, por conducto del área de comunicación social de este Instituto Electoral.

Bajo este contexto, el pasado 29 de febrero, el Consejo General del IECM celebró su Segunda Sesión Ordinaria, en la que entre otros asuntos, conoció del *“Sexto Informe que presenta la Secretaría Ejecutiva del Instituto Electoral de la Ciudad de México, en materia de Encuestas por Muestreo, Sondeos de Opinión, Encuestas de Salida y/o Conteos Rápidos no institucionales, que tengan como fin dar a conocer preferencias o tendencias electorales, durante el Proceso Electoral Local Ordinario 2023-2024 en la Ciudad de México”*, que comprende el periodo del 27 de enero al 23 de febrero de 2024.

El mismo 29 de febrero se remitió dicho informe al INE.

En ese sentido, y en cumplimiento a lo dispuesto en el artículo 144 del Reglamento, esta Secretaría Ejecutiva presenta al Consejo General del IECM el **séptimo informe** sobre encuestas publicadas que tengan por objeto dar a conocer preferencias electorales en esta ciudad, el cual comprende el periodo del **24 de febrero al 25 de marzo de 2024**.

II. Marco Jurídico en materia de encuestas

II.1. Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos

En términos de lo establecido en el artículo 41, Base V, Apartado B, inciso a), numeral 5, corresponde al INE para los procesos electorales federales y locales:

“Las reglas, lineamientos, criterios y formatos en materia de resultados preliminares; encuestas o sondeos de opinión; observación electoral; conteos rápidos; impresión de documentos y producción de materiales electorales.”

Por lo que respecta al Apartado C, párrafo 1, numeral 8 de la referida Base, en las entidades federativas las elecciones locales estarán a cargo de los OPLE, que ejercerán funciones, entre otras, en la siguiente materia:

“Resultados preliminares; encuestas o sondeos de opinión; observación electoral, y conteos rápidos, conforme a los lineamientos establecidos en el Apartado anterior.”

II.2. Ley General de Instituciones y Procedimientos Electorales

Conforme al artículo 104, numeral 1, inciso I), corresponde a los organismos públicos locales:

“Verificar el cumplimiento de los criterios generales que emita el Instituto en materia de encuestas o sondeos de opinión sobre preferencias electorales que deberán adoptar las personas físicas o morales que pretendan llevar a cabo este tipo de estudios en la entidad de que se trate.”

Por su parte, el artículo 213 establece lo siguiente:

“1. El Consejo General emitirá las reglas, lineamientos y criterios que las personas físicas o morales deberán adoptar para realizar encuestas o sondeos de opinión en el marco de los procesos electorales federales y locales. Los Organismos Públicos Locales realizarán las funciones en esta materia de conformidad con las citadas reglas, lineamientos y criterios.

2. Durante los tres días previos a la elección y hasta la hora de cierre de las casillas, queda estrictamente prohibido publicar, difundir o dar a conocer por cualquier medio de comunicación, los resultados de las encuestas o sondeos de opinión, que tengan como fin dar a conocer las preferencias electorales.

3. Las personas físicas o morales que difundan encuestas o sondeos de opinión deberán presentar al Instituto o al Organismo Público Local un informe sobre los recursos aplicados en su realización en los términos que disponga la autoridad electoral correspondiente.

4. La metodología, costos, personas responsables y resultados de las encuestas o sondeos serán difundidas en su página de Internet, por los Organismos Públicos Locales en el ámbito de su competencia.”

El artículo 251, párrafos 5, 6 y 7, señalan al respecto lo siguiente:

“Quien solicite u ordene la publicación de cualquier encuesta o sondeo de opinión sobre asuntos electorales, que se realice desde el inicio del proceso electoral hasta el cierre oficial de las casillas el día de la elección, deberá entregar copia del estudio completo al Secretario Ejecutivo del Instituto, si la encuesta o sondeo se difunde por cualquier medio. En todo caso, la difusión de los resultados de cualquier encuesta o sondeo de opinión estará sujeta a lo dispuesto en el párrafo siguiente.

Durante los tres días previos a la elección y hasta la hora del cierre oficial de las casillas que se encuentren en las zonas de husos horarios más occidentales del territorio 7 nacional, queda prohibido publicar o difundir por cualquier medio, los resultados de encuestas o sondeos de opinión que tengan por objeto dar a conocer las preferencias electorales de los ciudadanos, quedando sujetos quienes lo hicieren, a las penas aplicables a aquéllos que incurran en alguno de los tipos previstos y sancionados en la Ley General de Delitos Electorales.

Las personas físicas o morales que pretendan llevar a cabo encuestas por muestreo para dar a conocer las preferencias electorales de los ciudadanos o las tendencias de las votaciones adoptarán los criterios generales de carácter científico, que para tal efecto emita el Consejo General, previa consulta con los profesionales del ramo o las organizaciones en que se agrupen.”

Finalmente, el artículo 252, establece que:

“Cualquier infracción a las disposiciones contenidas en el presente Capítulo será sancionada en los términos de esta Ley.”

II.3. Ley General en Materia de Delitos Electorales

El artículo 7, fracción XV, estipula que se impondrá de cincuenta a cien días multa y prisión de seis meses a tres años, a quien:

“Durante los tres días previos a la elección y hasta la hora del cierre oficial de las casillas que se encuentren en las zonas de husos horarios más occidentales del territorio nacional, publique o difunda por cualquier medio los resultados de encuestas o sondeos de opinión que tengan por objeto dar a conocer las preferencias electorales de los ciudadanos.”

II.4. Reglamento de Elecciones

El Capítulo VII, que comprende del artículo 132 al 148 regula las encuestas por muestreo, sondeos de opinión, encuestas de salida y conteos rápidos no institucionales.

Por su parte, el Anexo 3 del Reglamento establece cuáles son los criterios generales de carácter científico en materia de encuestas.

II.5. Código de Instituciones y Procedimientos Electorales de la Ciudad de México

En términos del artículo 36, párrafo 6, inciso h), es una de las atribuciones del IECM:

“Verificar que las personas físicas o morales que pretendan llevar a cabo encuestas o sondeos de opinión sobre preferencias electorales en la Ciudad de México cumplan con los lineamientos que emita el Instituto Nacional”

Conforme al artículo 50, fracción XXXII, el Consejo General del IECM tiene, entre otras, la siguiente atribución:

“Verificar el cumplimiento de los criterios generales que emita el Instituto Nacional en materia de encuestas o sondeos de opinión sobre preferencias electorales, que deberán adoptar las personas físicas o morales que pretendan llevar a cabo cada tipo de estudios en la Ciudad de México”

Finalmente, el artículo 410 establece el marco de atribuciones y obligaciones en materia de encuestas o sondeos de opinión que realicen las personas físicas y morales.

III. Acciones de la Secretaría Ejecutiva para el cumplimiento de obligaciones en materia de encuestas

La Secretaría Ejecutiva en cumplimiento a la parte conducente del Capítulo VII del Reglamento en materia de encuestas o sondeos de opinión que den a conocer preferencias electorales, tiene a su cargo, entre otras, las siguientes actividades:

1. A través de la Unidad Técnica de Comunicación Social y Difusión, a partir del inicio del Proceso Electoral Local Ordinario 2023-2024 y hasta tres días posteriores al de la jornada electoral, se lleva a cabo el monitoreo de publicaciones impresas sobre las encuestas por muestreo, sondeos de opinión, encuestas de salida o conteos rápidos que tengan como fin dar a conocer preferencias electorales, debiendo informar del mismo semanalmente a la Secretaría Ejecutiva (artículo 143 del Reglamento).
2. Recibir las comunicaciones u oficios en materia de encuestas por muestreo o sondeos de opinión del actual proceso electoral local, que contengan una copia del estudio completo que respalde la información publicada.
3. Llevar a cabo la revisión del mencionado estudio, el cual deberá contener toda la información y documentación que se señala en la fracción I del Anexo 3 del Reglamento (artículo 136 del Reglamento).
4. Presentar en cada sesión ordinaria del Consejo General del IECM, un informe que dé cuenta del cumplimiento a lo previsto en el mencionado Capítulo VII del Reglamento (artículo 144 del Reglamento).
5. Remitir mensualmente al INE los informes presentados al Consejo General, así como los estudios que reportan dichos informes o las ligas para acceder a ellos (artículo 146 del Reglamento).

6. A solicitud de la Secretaría Ejecutiva, la mencionada Unidad Técnica habilitó un apartado de “*Encuestas*” en el respectivo micrositio dentro de la página de internet del Instituto Electoral, a efecto de incorporar la información relacionada con encuestas o sondeos de opinión sobre preferencias electorales durante el actual proceso electoral local, para que pueda ser consultada por la ciudadanía (artículo 145 del Reglamento).

IV. Listado de encuestas publicadas en el periodo del 24 de febrero al 25 de marzo de 2024

IV. 1. Monitoreo y listado de encuestas

En cumplimiento al artículo 143 del Reglamento de Elecciones, la Unidad Técnica de Comunicación Social y Difusión realizó semanalmente, durante el periodo que se informa, un monitoreo de encuestas que den a conocer preferencias electorales del Proceso Electoral Local Ordinario 2023-2024.

El referido monitoreo cubrió medios de comunicación con cobertura en la Ciudad de México, y se realizó dentro del periodo comprendido del 24 de febrero al 25 de marzo de 2024, reportando a través de los oficios IECM/UTCSyD/101/2024, IECM/UTCSyD/111/2024, IECM/UTCSyD/112/2024, IECM/UTCSyD/117/2024, IECM/UTCSyD/122/2024 e IECM/UTCSyD/126/2024, que fueron detectadas las siguientes **publicaciones impresas** en materia de encuestas, con independencia de aquéllas que se detectaron en medios digitales:

Datos de la Publicación	Fecha de publicación
1. Título de la nota: <i>“Brigada mantiene ventaja significativa al arrancar campañas”</i> Medio: La Crónica de Hoy , sección Portada, Nacional, páginas 1, 6-7. Ubicación en Internet: https://www.cronica.com.mx/metropoli/brigada-mantiene-ventaja-significativa-arrancar-campanas.html#:~:text=Se%20mantiene%20la%20ventaja%20a,abre%20este%201%20de%20marzo	28 de febrero de 2024
2. Título de la nota: <i>“Encuesta revela una contienda cerrada por la Ciudad de México”</i> Medio: 24 Horas El Diario Sin Límites , Sección Portada, Pág. 1, 8. Ubicación en internet: https://www.24-horas.mx/2024/03/04/encuesta-revela-una-contienda-cerrada-por-la-ciudad-de-mexico/	4 de marzo de 2024 ²

² La publicación corresponde a la reproducción de una encuesta original realizada el 29 de febrero de 2024 por *Masive Caller* y publicada el 1 de marzo siguiente en la Red Social X (antes Twitter). Consultable en el siguiente enlace electrónico: <https://twitter.com/MasiveCaller/status/1763595929624482195>

3. Título de la nota: <i>"En CDMX, Brugada capta 44%; Taboada tiene 36%"</i> Medio: El Financiero, Sección Nacional, Página 1, 30, 31. Ubicación en internet: https://www.elfinanciero.com.mx/encuestas-ef/2024/03/06/encuesta-ef-en-cdmx-brugada-capta-44-de-preferencias-taboada-tiene-36/	6 de marzo de 2024
4. Título de la nota: <i>"Aventaja Brugada con 55% de preferencias"</i> Medio: 24 Horas El Diario Sin Límites, Sección Portada, Pág. 1, 6. Ubicación en internet: https://www.24-horas.mx/2024/03/07/aventaja-brugada-con-55-de-preferencias/	7 de marzo de 2024
5. Título de la nota: <i>"F. Mercado Lidera en la Magdalena Contreras"</i> Medio: El Economista, Sección Portada, Pág. 49. Ubicación en internet: https://www.eleconomista.com.mx/politica/Aventaja-Mercado-con-54.3-20240311-0002.html	11 de marzo de 2024
6. Título de la nota: <i>"Clara Brugada mantiene ventaja para Jefatura de Gobierno CDMX"</i> Medio: El Economista, Sección Portada, Pág. 41. Ubicación en internet: https://www.eleconomista.com.mx/politica/Brugada-mantiene-ventaja-20240318-0109.html	19 de marzo de 2024

IV.2. Estudios recibidos en la Secretaría Ejecutiva

Durante el periodo que se reporta, se recibieron en esta Secretaría Ejecutiva diversos estudios que dan cuenta de encuestas publicadas en medios impresos por parte de las siguientes personas morales:

Medio de Comunicación	Fecha de publicación	Fecha de entrega del estudio
La Crónica de Hoy	28 de febrero de 2024	4 de marzo de 2024

Publicación original: Massive Caller Reproducción: 24 Horas El Diario Sin Límites ³	1 de marzo de 2024	5 de marzo de 2024
El Financiero	6 de marzo de 2024	10 de marzo de 2024
24 Horas El Diario Sin Límites	7 de marzo de 2024	12 de marzo de 2024
El Economista	11 de marzo de 2024	13 de marzo de 2024
El Economista	19 de marzo de 2024	21 de marzo de 2024

Tablas Resumen:

	Tipo de estudio	Razón Social	Fecha de publicación	Medio de publicación	Fecha de aviso	Contemplado en el monitoreo
1	Encuesta	La Crónica de Hoy	28-02-24	Impreso e Internet	04-03-24	Sí
2	Reproducción de encuesta original	Publicación original: Massive Caller Reproducción: 24 Horas El Diario Sin Límites	01-03-24	Publicación original: Internet Reproducción: Impreso e Internet	05-03-24	Sí
3	Encuesta	El Financiero	06-03-24	Impreso e Internet	10-03-24	Sí
4	Encuesta	24 Horas El Diario Sin Límites	07-03-24	Impreso e Internet	12-03-24	Sí
5	Encuesta	El Economista	11-03-24	Impreso e Internet	13-03-24	No
6	Encuesta	El Economista	19-03-24	Impreso e Internet	21-03-24	No

³ La publicación de la reproducción de la encuesta original en este medio impreso fue realizada el 4 de marzo de 2024.

Encuestas detectadas en el monitoreo en el periodo que se informa	Estudios recibidos a través de la Secretaría Ejecutiva	Total de encuestas publicadas en el periodo que se informa
4	6	6

Razón Social	Fecha de publicación	Tamaño de la muestra	Método de recolección de información	Margen de error	Confiabilidad	Patrocinio	Costo
La Crónica de Hoy	28-02-24	1070	Teléfonos fijos	±3.0%	95%	Indemerc Mundial, S.A.	\$60,000.00 más IVA
Publicación original: Massive Caller Reproducción: 24 Horas El Diario Sin Límites	01-03-24	1000	Telefonía aleatoria	±3.4%	95%	Massive Caller	\$11,000.00
El Financiero	06-03-24	800	Teléfonos residenciales y celulares	±3.5%	95%	El Financiero Marketing S.A. de C.V.	\$50,000.00
24 Horas El Diario Sin Límites	07-03-24	1200	Entrevistas cara a cara	±2.8%	95%	Información Integral 24/7, S.A.P.I. de C.V.	\$312,000.00 más IVA
El Economista	11-03-24	800	Entrevistas cara a cara	±3.5%	95%	El Economista Grupo Editorial, S.A. de C.V.	\$240,000.00 más IVA

Razón Social	Fecha de publicación	Tamaño de la muestra	Método de recolección de información	Margen de error	Confiabilidad	Patrocinio	Costo
El Economista	19-03-24	1200	Entrevistas cara a cara	±2.8%	95%	El Economista Grupo Editorial, S.A. de C.V.	\$400,000.00 más IVA

IV. 3. Verificación del monitoreo, contenido de los estudios recibidos y metodología de las encuestas publicadas

Del monitoreo realizado por la Unidad Técnica de Comunicación Social y Difusión, así como de los mencionados estudios recibidos en el periodo que se reporta, en el presente apartado se dará cuenta de cada una de las metodologías utilizadas, por tanto **la información que se describirá corresponde única y exclusivamente al contenido de cada uno de los estudios metodológicos tal y como fueron remitidos a esta instancia ejecutiva, por lo que en términos del artículo 135 del Reglamento de Elecciones, no implica en modo alguno que este Instituto Electoral avale la calidad de los estudios realizados, la validez de los resultados publicados ni cualquier otra conclusión que se derive de los mismos:**

1. LA CRÓNICA DE HOY

(PUBLICACIÓN DE 28 DE FEBRERO DE 2024)

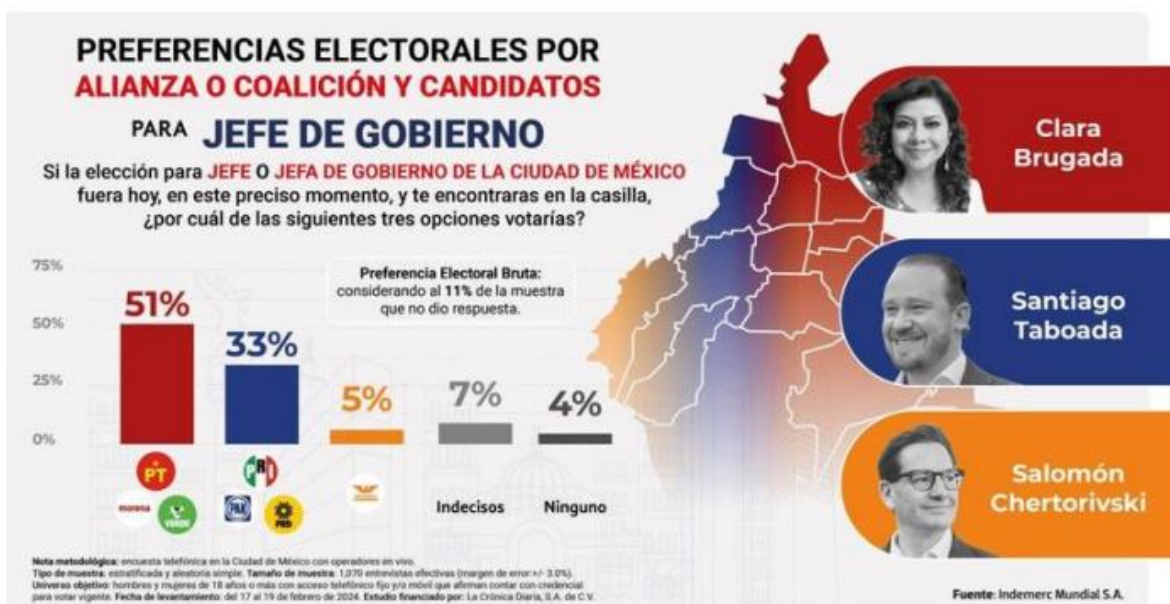
a) Nombre completo o denominación social: La Crónica Diaria, S.A de C.V.



b) Logotipo o emblema institucional personalizado:

- c) Domicilio: Calzada Azcapotzalco La Villa No. 160, Colonia San Marcos, Azcapotzalco, C.P. 02020, Ciudad de México.
- d) Teléfono: (55) 1084 5800

Datos de la encuesta:



	METODOLOGÍA
Objetivo del Estudio	Evaluar el ambiente electoral actual con miras a la próxima elección de jefe o jefa de gobierno de la Ciudad de México.
Universo Objetivo	Hombres y Mujeres mayores de 18 años con acceso telefónico fijo.
Marco Muestral	Listado de números telefónicos fijos de la Ciudad de México.
Tipo de Muestra	Aleatoria
Método de recolección de datos	El estudio fue llevado a cabo vía telefónica mediante la aplicación de un cuestionario estructurado por operadores telefónicos.
Tamaño de Muestra	1070 entrevistas efectivas finales. Con un tamaño de muestra de 1070 entrevistas, considerando niveles de confianza del orden del 95%, y en el Análisis de Total de Entrevistados, se tiene un error muestral teórico de +/- 3.0 % en la proporción de 0.6 a 0.4.
Aviso Importante Sobre Margen de Error.	Todos los ejercicios muestrales, con base en muestreos probabilísticos o no, están sujetos a diferentes fuentes de error – tales como fraseo de preguntas, errores de cobertura, de muestreo y ponderaciones - que no se pueden cuantificar o estimar con exactitud. Lo único que se puede estimar son márgenes de error teóricos con base en muestreos 100% probabilísticos sin ponderación alguna. Por lo tanto, los errores de muestreo calculados en este documento son meramente teóricos.
Fechas del levantamiento	17 al 19 de febrero de 2024
Equipo de levantamiento	30 entrevistadores, 4 supervisores en vivo.
Equipo de procesamiento	4 capturistas y 4 codificadores con 2 supervisores.
Equipo Ejecutivo	1 Director General Adjunto, 1 Director de Proyectos, 1 Analista.
Método de estimación de Resultados	Se realizaron las ponderaciones necesarias para ajustar la muestra con cifras del listado nominal de la Ciudad de México con base en Sexo, Grupos de Edad y Nivel Socioeconómico.
Nota sobre estimación de preferencias	Las preferencias electorales reportadas en esta encuesta sólo tienen validez para el Universo Objetivo de esta encuesta y durante las fechas del levantamiento de la misma.
Tasa general de rechazo a la entrevista	59 %
Frecuencia de no respuesta	Como se puede observar en el cuadro de Preferencia Bruta para jefe de Gobierno, la no respuesta es del 11 % sin incluir “Ninguno”, es decir, considerando quienes no quisieron/pudieron dar respuesta a la pregunta electoral.

Forma de procesamiento	Validación y Clean-up en Microsoft Excel.
Denominación de software utilizado para el procesamiento	SPSS (Statistical Package for the Social Sciences)
Realizado por	Indemerc Mundial, S.A. Zamora 98, Col. Condesa, México, D.F., C.P. 06140 (55) 55 53 58 88 Contacto: vliconacortes@indemerc.com
Solicitó y patrocinó la Publicación	La Crónica de Hoy
Costo estimado de este estudio	El costo directo de esta encuesta fue de \$60,000.00 M.N. + IVA haciendo un total de \$69,600.00 (Sesenta y nueve mil seiscientos pesos 00/100 M.N.) Se anexa reporte de recursos, factura y semblanza curricular.

2. 24 HORAS EL DIARIO SIN LÍMITES

(REPRODUCCIÓN PUBLICADA EL 4 DE MARZO DE 2024)

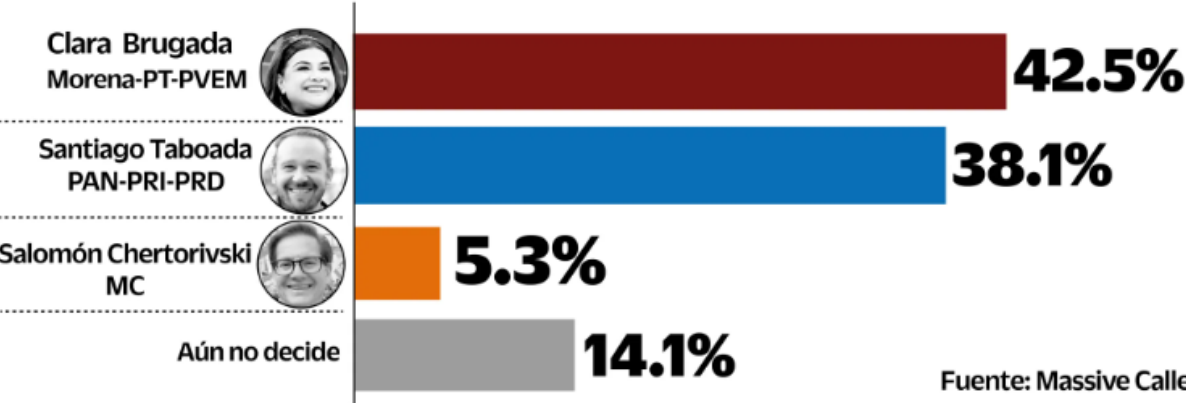
- a) Nombre completo o denominación social: Información Integral 24/7, S.A.P.I. de C.V.



- b) Logotipo o emblema institucional personalizado:
- c) Domicilio: Ejército Nacional No. 216, Piso 13, Colonia Anzures, Alcaldía Miguel Hidalgo, C.P. 11590, Ciudad de México.
- d) Teléfono: (55) 1454 4001

Resultados publicados:

**Si el día de hoy fueran las elecciones para elegir al jefe de Gobierno,
¿Por cuál de los siguientes partidos, candidatos o coalición votaría usted?**



MASSIVE CALLER

(PUBLICACIÓN ORIGINAL DE 1 DE MARZO DE 2024)



Compartimos nuestra medición de intención de voto para elegir
[#JefeDeGobierno](#) en [#CDMX](#)

Únete a nuestros grupos

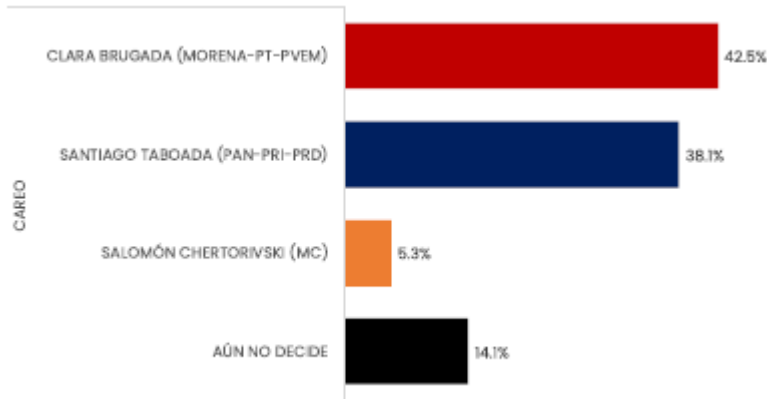
WA:chat.whatsapp.com/GJQEoYIMu3iBJL...

TELEGRAM: t.me/+U3XPGfB-WfDWc...

[Translate post](#)



Datos	Fecha de entrega	05 de marzo del 2024.
	Quién entregó	MASSIVE CALLER
	Quién realizó	MASSIVE CALLER
	Quién patrocinó	MASSIVE CALLER
	Quién ordenó	MASSIVE CALLER
	Medio de publicación	WHATSAPP, TELEGRAM, REDES SOCIALES (TWITTER, INSTAGRAM Y FACEBOOK)
	Fecha de publicación	01 de marzo del 2024.
	Original/Reproducción	MASSIVE CALLER
Objetivo	Objetivo(s)	Dar a conocer la percepción de la ciudadana para elegir Jefe de Gobierno en la Ciudad de México 2024.
	Marco Muestral	Números telefónicos aleatorios pertenecientes a la región geográfica de la Ciudad de México.
	Definición de la población	La población objetivo de la encuesta son los ciudadanos adultos (mayores de 18 años) de la Ciudad de México. 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). "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."
Diseño Muestral	Procedimiento de selección de unidades	Aleatorio simple
	Procedimiento de estimación	Se utilizó un método de estimación porcentual, el cual es una técnica utilizada para calcular y representar datos en forma de porcentaje. Se recopilan los datos, se calculan los porcentajes para cada respuesta. Esto implica dividir el número de respuestas en una categoría específica por el número total de respuestas en la muestra.
	Tamaño y forma de obtención de la muestra	1000 muestras, números telefónicos pertenecientes a la región geográfica de la Ciudad de México.
	Calidad de la estimación (confianza y error máximo en la muestra seleccionada para cada distribución de preferencias o tendencias)	Con un nivel de confianza de 95% por ciento, el margen de error teórico es de +/- 3.4%.
	Frecuencia y tratamiento de la no respuesta	Frecuencia de la no respuesta de 95%, se descarta la no respuesta del marco muestral.
	Tasa general de rechazo general a la entrevista	La tasa de rechazo general a la encuesta fue de 0%.
	Método de recolección de la información	Telefónico
Método	Fecha de recolección de la información	29 de febrero del 2024

	Cuestionario ó instrumentos de captación utilizados para generar la información publicada (fraseo)	Encuesta: 1. SI EL DÍA DE HOY FUERAN LAS ELECCIONES PARA ELEGIR JEFE DE GOBIERNO, ¿POR CUÁL DE LOS SIGUIENTES PARTIDOS O CANDIDATOS VOTARÍA USTED? (resultados de le encuesta en la imagen). <table><thead><tr><th>Candidato/Partido</th><th>Porcentaje</th></tr></thead><tbody><tr><td>CLARA BRUGADA (MORENA-PT-PVEM)</td><td>42.5%</td></tr><tr><td>SANTIAGO TABOADA (PAN-PRI-PRD)</td><td>38.1%</td></tr><tr><td>SALOMÓN CHERTORIVSKI (MC)</td><td>5.3%</td></tr><tr><td>AÚN NO DECIDE</td><td>14.1%</td></tr></tbody></table>	Candidato/Partido	Porcentaje	CLARA BRUGADA (MORENA-PT-PVEM)	42.5%	SANTIAGO TABOADA (PAN-PRI-PRD)	38.1%	SALOMÓN CHERTORIVSKI (MC)	5.3%	AÚN NO DECIDE	14.1%
Candidato/Partido	Porcentaje											
CLARA BRUGADA (MORENA-PT-PVEM)	42.5%											
SANTIAGO TABOADA (PAN-PRI-PRD)	38.1%											
SALOMÓN CHERTORIVSKI (MC)	5.3%											
AÚN NO DECIDE	14.1%											
Procesamiento	Forma de procesamiento, estimadores e intervalos de confianza	Los resultados de la encuesta se basan en las respuestas de 1000 de los encuestados. Los estimadores de razón (proporciones) se calculan utilizando los factores de expansión asociados a cada etapa de muestreo, estimando los totales para cada categoría de respuesta, así como los totales que proporcionaron alguna opción de respuesta a cada pregunta para así poder calcular las proporciones.										
	Denominación del software utilizado para el procesamiento	El análisis de los resultados de la encuesta y la obtención de los estimadores de razón y de sus varianzas se hizo utilizando el Paquete Microsoft Office de Windows y el Software llamado Maria DB.										
	Base de datos electrónico (Sí/No)	Si, generada de forma aleatoria en el proceso de inicio muestral.										
Principales resultados	Intención de voto	Por candidatos a Jefe de Gobierno en la Ciudad de México.										
Autoría y Financiamiento	Logotipo											
	Persona física o moral:	Moral										
	Nombre del Representante:	Iris Fabiola Sáenz Rodríguez										
	Domicilio	Calle Eduardo Livas Villarreal, número6156, cuarto piso, colonia Mederos, Monterrey, Nuevo León										
	Teléfono	81 174 75259 /8123755210										
	Correo electrónico	iris.saenz@massivecaller.com										
	Recursos aplicados monto	\$11,000 once mil pesos mexicanos. Este monto es aproximado, tomando en cuenta los recursos materiales y humanos utilizados para realizar la encuesta.										
	Factura /Si/ No Aplica)	No aplica										
Respaldo Profesional	Asociación a la que pertenece:	No aplica										
	Estudios en la materia/Documentación que acredite especialización	No aplica										

	Entregó medio impreso y magnético Sí/No	Sí
	Responsable de la publicación	José Carlos Campos Riojas es fundador de Massive Caller, casa encuestadora que utiliza una herramienta que le permite medir la opinión pública sobre cualquier tema de dominio general de manera rápida y confiable. Ha recibido premios como “Reed Latino Awards” por el mejor uso de call center en campaña electoral y como la mejor aplicación de innovación digital implementada a una campana electoral.
	Curriculum Empresarial	MASSIVE CALLER, S.A. DE C.V. es una casa encuestadora, que utiliza una innovadora herramienta que le permite medir la opinión pública sobre cualquier tema de dominio general de una manera rápida y eficiente. MASSIVE CALLER, S.A. DE C.V. tiene presencia en varios países del centro y sur de América, como Argentina, Perú, Panamá, Brasil, Guatemala y Venezuela, así como en Estados Unidos y España. Inicio de operaciones: Noviembre del 2015 Registro Federal de Contribuyentes: MASI51125V41
Cumplimiento	Cumple con los criterios de carácter científico	Sí
	Entregó en Tiempo-cinco días naturales después de su publicación (Sí/No)	Sí

3. EL FINANCIERO

(PUBLICACIÓN DE 6 DE MARZO DE 2024)

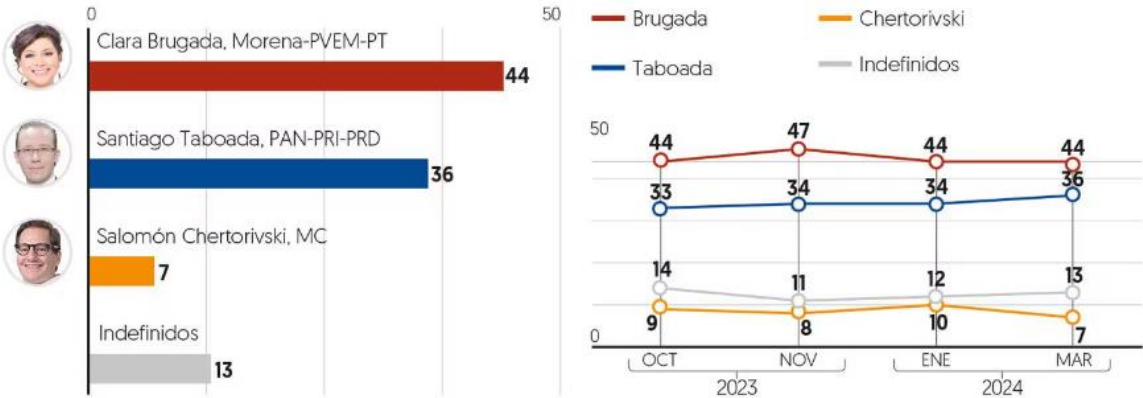
- a) Nombre completo o denominación social: Grupo Multimedia Lauman, S.A.P.I. de C.V. (Editora de El Financiero)
- b) Logotipo o emblema institucional personalizado: 
- c) Domicilio: Guillermo González Camarena 600, Santa Fe, Álvaro Obregón, C.P. 01210, Ciudad de México.
- d) Teléfono: (55) 1579-7000

Datos de la encuesta:

ELECCIONES EN CDMX

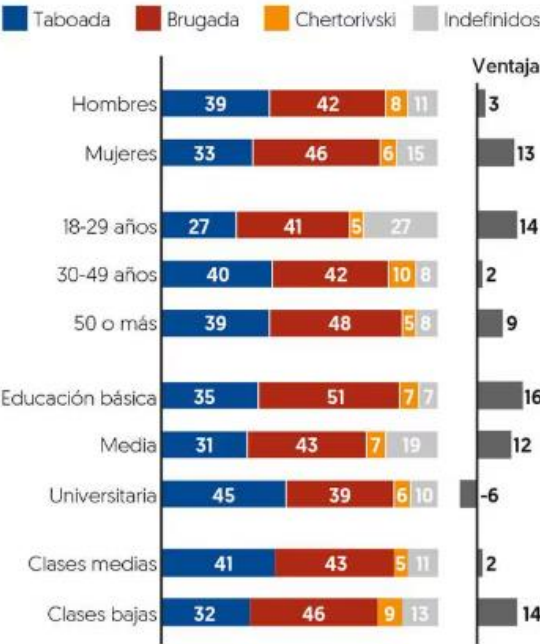
Intención de voto para Jefatura de Gobierno

Si hoy fueran las elecciones para jefe de Gobierno de la Ciudad de México, ¿por quién votaría usted? [%]



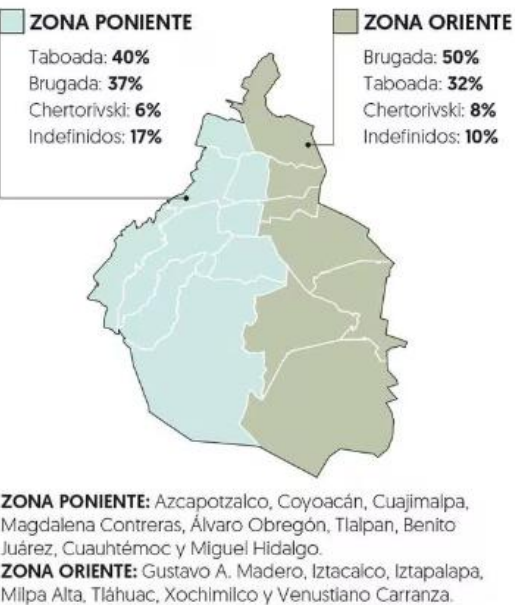
Intención de voto por segmentos

Si hoy fueran las elecciones para jefe de Gobierno de la Ciudad de México, ¿por quién votaría usted? [%]



Intención de voto por zonas

Si hoy fueran las elecciones para jefe de Gobierno de la Ciudad de México, ¿por quién votaría usted?



1. OBJETIVO DEL ESTUDIO

El objetivo de la encuesta es informar a los lectores y audiencias de EL FINANCIERO cómo va la intención de voto rumbo a la contienda para Jefe de Gobierno de la Ciudad de México 2024, así como otras opiniones de la población adulta con relevancia periodística.

2. MARCO MUESTRAL

Como marco muestral se generaron de manera aleatoria números telefónicos residenciales y celulares de la Ciudad de México con base a los prefijos de lada y números correspondientes a esa entidad.

3. DISEÑO MUESTRAL

Se empleó un muestreo probabilístico de teléfonos residenciales y celulares por generación de números aleatorios. Se mantuvo la proporción poblacional entre las alcaldías de la Ciudad de México. En cada número telefónico se aplicó la entrevista a una persona.

a) Definición de la población objetivo

La población objetivo de la encuesta son los adultos de la Ciudad de México, por lo cual se utilizó un filtro de selección preguntando a los entrevistados si son mayores de 18 años. La muestra utilizada en este estudio fue diseñada para reflejar las características sociodemográficas de la población adulta.

b) Tamaño y forma de obtención de la muestra

En total se realizaron 800 entrevistas por vía telefónica. El criterio de elegibilidad es que fueran adultos y vivieran en alguna de las alcaldías de la Ciudad de México.

La muestra se ponderó con criterios demográficos y socioeconómicos para corregir posibles sesgos muestrales ocasionados por la tasa de respuesta. Los resultados publicados reflejan dicha ponderación de corrección muestral.

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

Con un nivel de confianza de 95 por ciento, la encuesta tiene un margen de error teórico de +/-3.5% para el total de los 800 entrevistados.

d) 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: En la encuesta, luego de plantear la pregunta de intención de voto para Jefe de gobierno por partidos, el 7 por ciento dijo que "Ninguno" o "no votaría por ninguno" y 6 por ciento no contestó la pregunta o dijo "no sé". En total, sumando esas opciones, el 13 por ciento de los entrevistados no declaró preferencia por ningún partido para la elección de Jefe de Gobierno. El porcentaje se señaló en la publicación como "Indefinidos".

e) 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.

La tasa de rechazo a la encuesta fue de 57.3%, considerando en el cálculo los siguientes elementos: Tasa de rechazo = $(R + S) / (E + NC + R + S)$.

En donde R significa "Rechazos de personas elegibles", S significa "Suspensiones", E significa "Entrevistas efectivas", NC significa "No contacto" con personas elegibles seleccionadas pero ausentes.

4. MÉTODO Y FECHA DE RECOLECCIÓN DE LA INFORMACIÓN

Se emplearon entrevistas personales por vía telefónica. Es requisito para hacer la encuesta que la persona entrevistada sea mayor de edad. Las fechas de realización de las entrevistas son del 29 de febrero al 3 de marzo de 2024.

5. EL CUESTIONARIO O INSTRUMENTOS DE CAPTACIÓN UTILIZADOS PARA GENERAR LA INFORMACIÓN PUBLICADA.

El cuestionario empleado para la encuesta incluye la pregunta de intención de voto para Jefe de Gobierno con candidatos y la pregunta para intención de voto para congreso local. Las preguntas planteadas fueron: “Si hoy fueran las elecciones para Jefe de Gobierno de la Ciudad de México, ¿por quién votaría usted?” y “Si hoy hubiera elecciones para diputados al Congreso de la Ciudad de México, ¿por cuál partido votaría usted? (% bruto)? “

6. FORMA DE PROCESAMIENTO, ESTIMADORES E INTERVALOS DE CONFIANZA.

Los resultados sobre preferencia electoral se basan en las respuestas de 800 entrevistados. Los porcentajes se derivan del conteo directo de las respuestas obtenidas. Con un nivel de confianza de 95 por ciento, el margen de error de la encuesta para los resultados totales es de +/- 3.5 por ciento.

7. DENOMINACIÓN DEL SOFTWARE UTILIZADO PARA EL PROCESAMIENTO.

La información de la encuesta se preparó en formato Excel y se puede procesar y analizar en cualquier paquete estadístico.

8. LA BASE DE DATOS EN FORMATO ELECTRÓNICO

Se adjunta a este documento el archivo de datos en Excel correspondiente a las variables de la encuesta publicada el 6 de marzo de 2024, reservando cualquier otra pregunta o variable no publicada que se pudiera publicar más adelante.

9. PRINCIPALES RESULTADOS, PUDIENDO ESPECIFICAR LA PREFERENCIA DE VOTACIÓN BRUTA Y LA EFECTIVA

A continuación, se incluye el resultado de la encuesta sobre preferencias electorales y al final de este documento se adjunta la publicación tal cual apareció en su versión impresa de EL FINANCIERO. Los resultados son porcentajes brutos.

10. AUTORÍA Y FINANCIAMIENTO

La encuesta fue ordenada, patrocinada, realizada y publicada por EL FINANCIERO. El diseño de la encuesta es responsabilidad del Dr. Alejandro Moreno, director en encuestas y estudios de opinión de EL FINANCIERO.

Persona moral que solicitó y ordenó la publicación:

Grupo Multimedia Lauman, SAPI de CV (Editora del Periódico EL FINANCIERO).

Persona moral que patrocinó la publicación y ordenó la encuesta:

El Financiero Marketing S.A. de C.V.

11. RECURSOS ECONÓMICOS/FINANCIEROS APLICADOS.

Los recursos asignados para la realización del estudio forman parte de un presupuesto general destinado a estudios y encuestas de opinión pública de EL FINANCIERO y sus diversas plataformas impresas y electrónicas. Dichos recursos consideran alrededor de \$50,000.00 (cincuenta mil pesos 00/100 M.N) en gastos de operación, los cuales no incluyen aspectos como el diseño de la encuesta y el análisis, ya que estos costos forman parte de los gastos corrientes del periódico EL FINANCIERO.

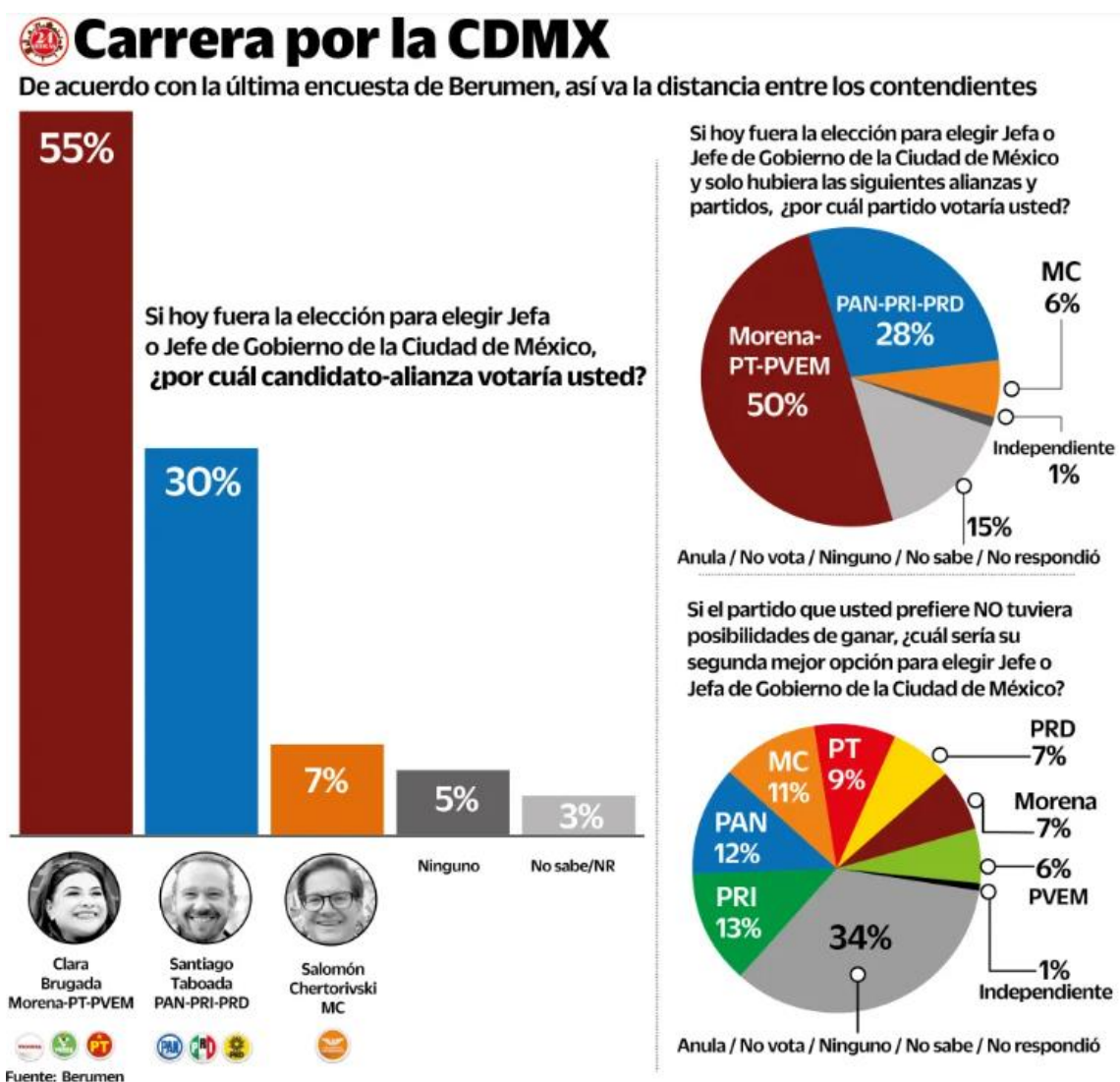
12. EXPERIENCIA PROFESIONAL Y FORMACIÓN ACADÉMICA.

El diseño del estudio es de Alejandro Moreno, Doctor en Ciencia Política por la Universidad de Michigan, en Ann Arbor, Estados Unidos, Catedrático, Ex Presidente de la Asociación Mundial de Investigadores de Opinión Pública (WAPOR, por sus siglas en inglés) y director en encuestas y estudios de opinión de El FINANCIERO. El CV y documentación que prueba su pertenencia a asociaciones internacionales del gremio de la opinión pública se anexan al reporte de este medio de comunicación del mes de octubre de 2023.

4. 24 HORAS EL DIARIO SIN LÍMITES

(PUBLICACIÓN DE 7 DE MARZO DE 2024)

Datos de la encuesta:



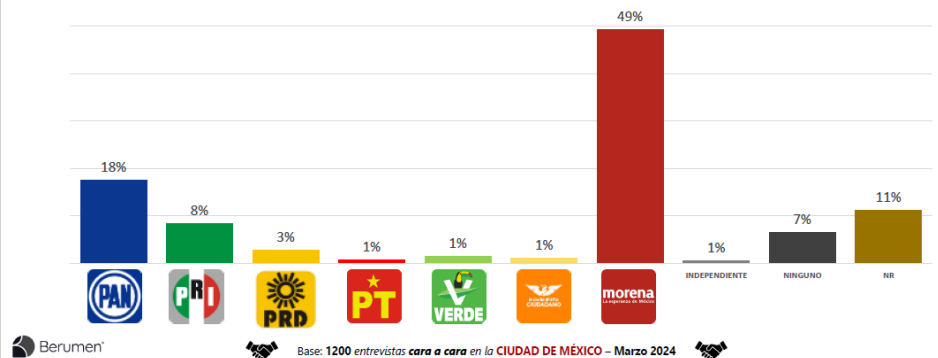
Datos	Fecha de entrega	12/MARZO/2024
	Quién entregó	BERUMEN Y ASOCIADOS, SA DE CV
	Quién realizó	BERUMEN Y ASOCIADOS, SA DE CV
	Quién patrocinó	INFORMACION INTEGRAL 24/7 – 24HORAS
	Quién ordenó	INFORMACION INTEGRAL 24/7 – 24HORAS
	Medio de publicación	IMPRESO Y PAGINA WEB 24HORAS https://www.24-horas.mx
	Fecha de publicación	07/MARZO/2024
	Original/Reproducción	ORIGINAL ENTREGADO EN MEDIO ELECTRÓNICO EN PDF / REPRODUCCIÓN IMPRESO E INTERNET EN https://www.24-horas.mx
Objetivo	Objetivo(s)	Estudio electoral hacia las elecciones de junio 2024 para jefatura de gobierno de la CDMX.
	Marco Muestral	Entrevistas personales “cara a cara” en el domicilio de los entrevistados dentro de las 16 alcaldías que conforman la CDMX.
	Definición de la población	Personas habitantes de la CDMX dentro de las 16 alcaldías y que indiquen contar con credencial de elector vigente domiciliada en CDMX.
Diseño	Procedimiento de selección de unidades	Se seleccionaron 120 secciones electorales, dentro de cada sección se seleccionaron 3 manzanas y en cada manzana se seleccionaron 5 viviendas para un total estimado de 1,800 viviendas en la CDMX.
	Procedimiento de estimación	Estimación porcentual aplicando factores de ajuste según sexo y edad del entrevistado de acuerdo a la distribución publicada en la lista nominal del INE en la CDMX
Muestral	Tamaño y forma de obtención de la muestra	1,200 entrevistas, se seleccionaron 120 secciones electorales, dentro de cada sección se seleccionaron 3 manzanas y en cada manzana se seleccionaron 5 viviendas pertenecientes a la región geográfica de la Ciudad de México y proporcional al tamaño de la lista nominal de cada una de las 16 alcaldías de la CDMX.
	Calidad de la estimación (confianza y error máximo en la muestra seleccionada para cada distribución de preferencias o tendencias)	Permite estimar que los niveles de precisión en las principales variables, a un nivel de confianza del 95%, son alrededor de $\pm 2.8\%$ de margen de error en los indicadores globales.
	Frecuencia y tratamiento de la no respuesta	La no respuesta se muestra en cada gráfica del reporte
	Tasa general de rechazo general a la entrevista	33%
	Método de recolección de la información	Entrevistas personales “cara a cara” en el domicilio de los entrevistados.
Método	Fecha de recolección de la información	2 al 4 de marzo del 2024

Cuestionario ó instrumentos de captación utilizados para generar la información publicada (fraseo) SE ADJUNTA INFORME

Encuesta:
Si hoy fuera la elección para elegir Jefa o Jefe de Gobierno de la Ciudad de México, ¿por cuál partido votaría usted?

ELECCIONES CDMX 2024 INTENCIÓN DE VOTO POR PARTIDO

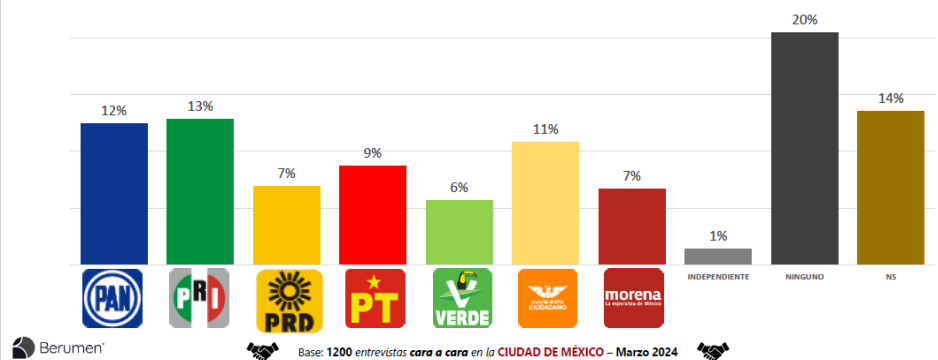
Si el día de **HOY** se llevaran a cabo **elecciones** para elegir **Jefa o Jefe de Gobierno** de la Ciudad de México, ¿Por cuál partido **votaría** usted?

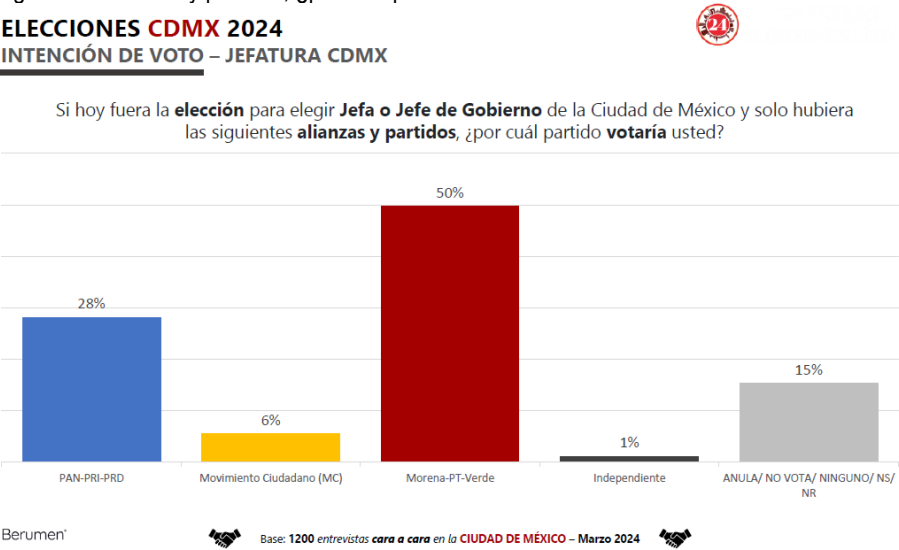


Si el partido que usted prefiere no tuviera posibilidades de ganar, ¿cuál sería su segunda mejor opción para elegir Jefe o Jefa de Gobierno de la Ciudad de México?

ELECCIONES CDMX 2024 INTENCIÓN DE VOTO POR PARTIDO

Si el partido que usted **prefiere NO** tuviera posibilidades de **ganar**, ¿cuál sería **su segunda** mejor opción para elegir **Jefe o Jefa de Gobierno** de la Ciudad de México?



		Si hoy fuera la elección para elegir Jefa o Jefe de Gobierno de la Ciudad de México y solo hubiera las siguientes alianzas y partidos, ¿por cuál partido votaría usted? ELECCIONES CDMX 2024 INTENCIÓN DE VOTO – JEFATURA CDMX Si hoy fuera la elección para elegir Jefa o Jefe de Gobierno de la Ciudad de México y solo hubiera las siguientes alianzas y partidos, ¿por cuál partido votaría usted?  Base: 1200 entrevistas cara a cara en la CIUDAD DE MÉXICO – Marzo 2024
Procesamiento	Forma de procesamiento, estimadores e intervalos de confianza	Los resultados de la encuesta se basan en las respuestas de 1,218 entrevistados cara a cara en el domicilio del entrevistado utilizando dispositivo móvil con survey2go y procesado con SPSS con un intervalo de confianza de +/- 2.8
	Denominación del software utilizado para el procesamiento	SPSS
	Base de datos electrónico (Sí/No)	Sí. FORMATO SPSS
Principales resultados	Intención de voto	Por PARTIDO y CANDIDATOS que se conoce que participarán para la contienda a jefe de Gobierno de la Ciudad de México.
Autoría y Financiamiento	Logotipo	
	Persona física o moral:	Moral
	Nombre del Representante:	Ana Paola Berumen Osuna
	Domicilio	Circuito Interior Melchor Ocampo 193 Torre A Piso 9, Col. Verónica Anzures C.P. 11300 Alcaldía Miguel Hidalgo Ciudad de México
	Teléfono	5550938600 / 8183561820
	Correo electrónico	ana@berumen.com.mx
	Recursos aplicados monto	\$312,000 más IVA.
	Factura /Si/ No Aplica)	Sí
	Asociación a la que pertenece:	AMAI

Respaldo Profesional	Estudios en la materia/Documentación que acredite especialización	No aplica
	Entregó medio impreso y magnético Sí/No	Entrega electrónica
	Responsable de la publicación	INFORMACION INTEGRAL 24/7 – 24HORAS
	Curriculum Empresarial	Berumen y Asociados S. A. de C. V. (Berumen) es una empresa de servicios de consultoría y asistencia técnica en la generación y análisis de información que desde su fundación en 1992 se distingue por los estrictos estándares de calidad tanto en el diseño como en la ejecución de sus proyectos. Sus servicios están dirigidos a los sectores público, social, y privado del país, a nivel nacional, regional y local, así como a empresas del extranjero y organismos internacionales multilaterales y bilaterales. Berumen pone al servicio de las empresas y organismos públicos y sociales, su estructura, divida cuatro áreas, con las cuales se propone como un aliado estratégico de negocios, asegurando la consistencia de sus procesos, proyectando una mayor confianza hacia sus clientes y consolidando el compromiso hacia la excelencia. Oficinas en CDMX, Jalisco y Nuevo León. 1) Market Research. Ejecución de estudio ad-hoc, a través de las técnicas: a) Estudios Cuantitativos Online, Telefónicos y Cara a Cara; b) Estudios Cualitativos Online y Cara a Cara; c) Digital Behavior Research Investigación del Comportamiento Digital; d) Mystery Shopping Benchmarking y de Procedimientos. 2) Data Intelligence. Conectamos información a través de dashboards interactivos, compatibles con dispositivos móviles y con diseños personalizables, sobre información generada a través del análisis de información interna y/o externa. 3) Portafolio de Especialidades: a) Instituciones educativas: Universidades, Colegios, Escuelas, Educación Continua; b) Instituciones financieras: Bancos, Aseguradoras, Sofom, Cooperativas; c) Insumos para la construcción: Empresas fabricantes de Insumos para la construcción; d) Gobierno: Federal, Estatal, Local y Dependencias; e) Electoral: Partidos Políticos, Actores Políticos, Medios de Comunicación; f) Organismos sociales: Fundaciones, Organizaciones Civiles Inicio de operaciones: Noviembre del 2015 Registro Federal de Contribuyentes: BAS9203045G8
	Cumple con los criterios de carácter científico	Sí
Cumplimiento	Entregó en Tiempo- cinco días naturales después de su publicación (Sí/No)	Sí

5. EL ECONOMISTA
(PUBLICACIÓN DE 11 DE MARZO DE 2024)

a) Nombre completo o denominación social: El Economista Grupo Editorial, S.A. de C.V.

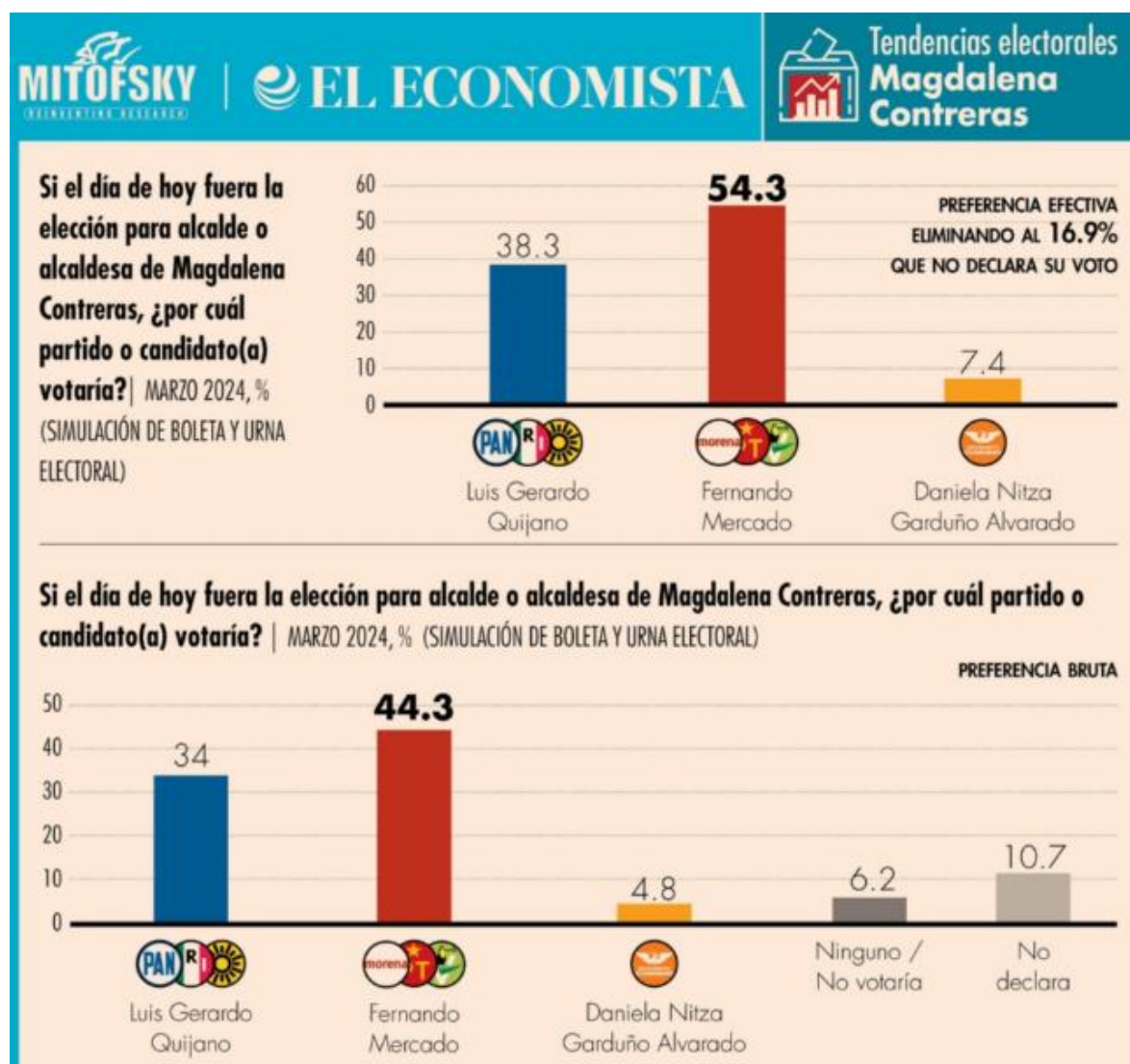
EL ECONOMISTA

b) Logotipo o emblema institucional personalizado:

c) Domicilio: Av. San Jerónimo 458, Colonia Jardines del Pedregal, Álvaro Obregón, Ciudad de México, C.P. 01900.

d) Teléfono: (55) 5326-5454

Datos de la encuesta:

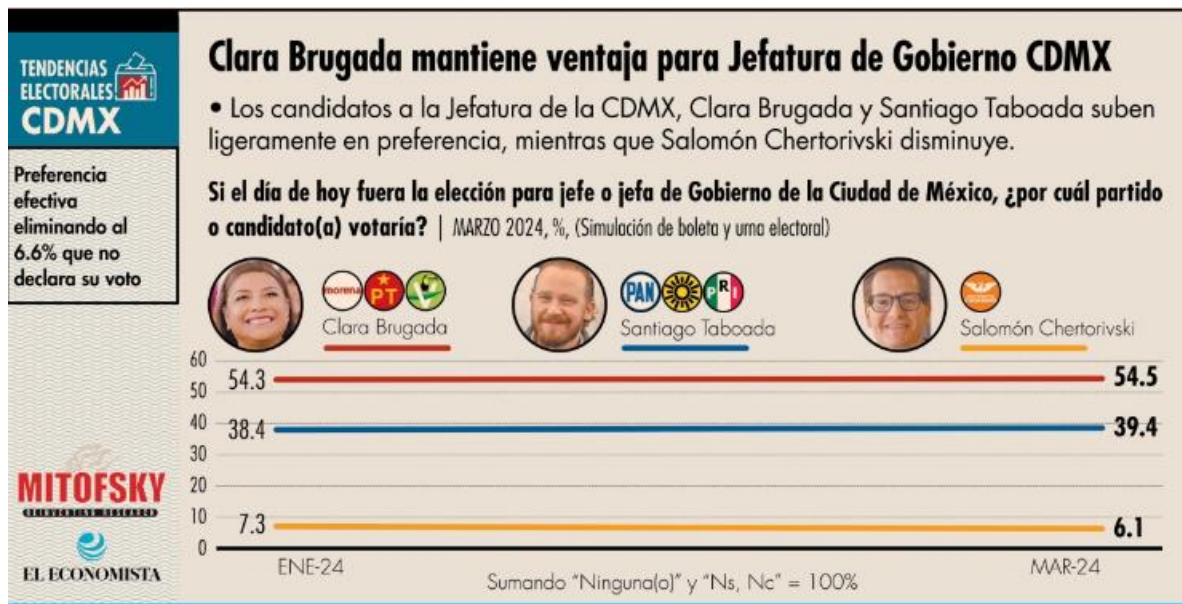


Objetivo del estudio	Conocer la opinión ciudadana sobre las preferencias políticas en la alcaldía Magdalena Contreras de la CDMX, al momento de la aplicación de la encuesta.
Marco Muestral	Listado de secciones electorales en la alcaldía Magdalena Contreras.
Diseño Muestral	Se tomaron de manera sistemática y aleatoria con probabilidad proporcional a su tamaño (80 secciones electorales en la alcaldía Magdalena Contreras de la CDMX, y en cada sección se seleccionaron 2 manzanas en cada una de las manzanas 5 viviendas y en cada vivienda un mexicano mayor de edad con credencial para votar vigente.
Tamaño de muestra	800 ciudadanos mayores de 18 años residentes en la alcaldía Magdalena Contreras, con credencial para votar.
Población a estudio	Ciudadanos mayores de 18 años con credencial para votar residentes, en la alcaldía Magdalena Contreras. Estos resultados “sólo tienen validez para expresar las preferencias electorales o la tendencia de la votación, así como las preferencias sobre consultas populares, de esa población en las fechas específicas del levantamiento de los datos o, en el caso de las encuestas de salida, el día de la jornada electoral”.
Fecha de levantamiento	Del 03 al 05 de marzo de 2024
Estimación de resultados	Los resultados presentados NO SON SIMPLES FRECUENCIAS de respuestas, sino estimaciones basadas en factores de expansión, calculados como el inverso de la probabilidad de cada individuo a ser encuestado, a partir de ellos se aplican modelos estadísticos tradicionales de estimación de proporciones en muestreo.
Calidad en la estimación general	Aunque cada porcentaje tiene su propio error asociado, el diseño de muestra garantiza que, en las estimaciones generales, al menos 95 de cada 100 veces, el error no sobrepasa el $\pm 3.5\%$. Los desgloses tendrán cada uno una estimación diferente dependiendo del tamaño del segmento. En los estudios de opinión pública, además del error muestral, se debe considerar que pueden existir otros errores ocasionados por el fraseo de las preguntas y las incidencias en el trabajo de campo. A esos se les conoce como “errores no muestrales”.
Método de recolección de la información	El estudio fue llevado a cabo en viviendas particulares a través de entrevistas “cara a cara” utilizando como herramienta de recolección de datos un cuestionario, previamente estructurado y digitalizado en dispositivos móviles.

Cuestionario	Si el día de hoy fuera la elección para alcalde o alcaldesa de Magdalena Contreras, ¿por cuál partido o candidato(a) votaría?
Frecuencia de no respuesta	No contestan su preferencia electoral por no querer o porque aún no saben por quién votar 10.7% No piensa votar por ninguna de las opciones (incluye "Ninguno", "en blanco" o "nulo") 6.2% General 16.9%
Forma de procesamiento	Las entrevistas son aplicadas por medio de dispositivos electrónicos, generándose una base de datos en formato SPSS; esa base pasa primero filtros de congruencia interna de cada registro para identificar atipicidades y posteriormente ajustes a sus factores de expansión por no-respuesta (a nivel sección), y postes ratificación en 3 variables: Sexo, Edad y Escolaridad
Estimadores e intervalos de confianza	Cuando se presentan intervalos de confianza se indica en el reporte el nivel de confianza del que se trata y en su cálculo se toma en consideración la varianza del estimador para la variable a la que se construye el intervalo.
Software utilizado	El software utilizado para el procesamiento de la información es Statistical Package for the Social Sciences (SPSS).
Tasa de rechazo	Tasa personal de rechazo 39.4% (Incluye el número de negativas a responder o abandono del informante sobre el total de intentos). Tasa general de rechazo 62.2% (Incluye todo tipo de intentos que no se logran, viviendas desocupadas, nadie está en casa, informante inadecuado, etc. sobre el total de intentos del estudio).
Autoría, financiamiento y costo	Persona moral que patrocinó la encuesta de opinión: EL ECONOMISTA GRUPO EDITORIAL, S.A. DE C.V, Persona moral que llevó a cabo la encuesta de opinión: CONSULTA MITOFSKY, con dirección en Calle Barranca del muerto No. 24, Col. Guadalupe Inn, Alcaldía Álvaro Obregón, C.P. 01020, CDMX. Tel. +52 (55) 55.43.59.69 / consulta@consulta.com.mx Persona moral que ordenó la publicación la encuesta de opinión: EL ECONOMISTA GRUPO EDITORIAL, S.A. DE C.V, El costo para la realización de este estudio fue de \$240,000.00 pesos mexicanos más IVA (Se anexa factura).

6. EL ECONOMISTA (PUBLICACIÓN DE 19 DE MARZO DE 2024)

Datos de la encuesta:



Objetivo del estudio	Conocer la opinión ciudadana sobre las preferencias políticas en la Ciudad de México al momento de la aplicación de la encuesta.
Marco Muestral	Listado de secciones electorales en la Ciudad de México.
Diseño Muestral	Se tomaron de manera sistemática y aleatoria con probabilidad proporcional a su tamaño (PPT) 120 secciones electorales en la Ciudad de México y en cada sección se seleccionaron 2 manzanas; en cada una de las manzanas 5 viviendas y en cada vivienda un mexicano mayor de edad con credencial para votar vigente.
Tamaño de muestra	1200 ciudadanos mayores de 18 años residentes en la Ciudad de México, con credencial para votar.
Población a estudio	Ciudadanos mayores de 18 años con credencial para votar residentes en la Ciudad de México. Estos resultados “sólo tienen validez para expresar las preferencias electorales o la tendencia de la votación, así como las preferencias sobre consultas populares, de esa población en las fechas específicas del levantamiento de los datos o, en el caso de las encuestas de salida, el día de la jornada electoral”.
Fecha de levantamiento	Del 08 al 10 de marzo de 2024
Estimación de resultados	Los resultados presentados NO SON SIMPLES FRECUENCIAS de respuestas, sino estimaciones basadas en factores de expansión, calculados como el inverso de la probabilidad de cada individuo a ser encuestado, a partir de ellos se aplican modelos estadísticos tradicionales de estimación de proporciones en muestreo.
Calidad en la estimación general	Aunque cada porcentaje tiene su propio error asociado, el diseño de muestra garantiza que, en las estimaciones generales, al menos 95 de cada 100 veces, el error no sobrepasa el $\pm 2.8\%$. Los desgloses tendrán cada uno una estimación diferente dependiendo del tamaño del segmento. En los estudios de opinión pública, además del error muestral, se debe considerar que pueden existir otros errores ocasionados por el fraseo de las preguntas y las incidencias en el trabajo de campo. A esos se les conoce como “errores no muestrales”.
Método de recolección de la información	El estudio fue llevado a cabo en viviendas particulares a través de entrevistas “cara a cara” utilizando como herramienta de recolección de datos un cuestionario, previamente estructurado y digitalizado en dispositivos móviles.
Cuestionario	Si el día de hoy fuera la elección para Jefe o Jefa de Gobierno de la Ciudad de México, ¿por cuál partido o candidato(a) votaría?

Frecuencia de no respuesta	No contestan su preferencia electoral por no querer o porque aún no saben por quién votar 4.9% No piensa votar por ninguna de las opciones (incluye "Ninguno", "en blanco" o "nulo") 1.7% General 6.6%
Forma de procesamiento	Las entrevistas son aplicadas por medio de dispositivos electrónicos, generándose una base de datos en formato SPSS; esa base pasa primero filtros de congruencia interna de cada registro para identificar atipicidades y posteriormente ajustes a sus factores de expansión por no-respuesta (a nivel sección), y postes ratificación en 3 variables: Sexo, Edad y Escolaridad
Estimadores e intervalos de confianza	Cuando se presentan intervalos de confianza se indica en el reporte el nivel de confianza del que se trata y en su cálculo se toma en consideración la varianza del estimador para la variable a la que se construye el intervalo.
Software utilizado	El software utilizado para el procesamiento de la información es Statistical Package for the Social Sciences (SPSS).
Tasa de rechazo	Tasa personal de rechazo 38.7% (Incluye el número de negativas a responder o abandono del informante sobre el total de intentos). Tasa general de rechazo 69.3% (Incluye todo tipo de intentos que no se logran, viviendas desocupadas, nadie está en casa, informante inadecuado, etc. sobre el total de intentos del estudio).
Autoría, financiamiento y costo	Persona moral que patrocinó la encuesta de opinión: EL ECONOMISTA GRUPO EDITORIAL, S.A. DE C.V, Persona moral que llevó a cabo la encuesta de opinión: CONSULTA MITOFSKY, con dirección en Calle Barranca del muerto No. 24, Col. Guadalupe Inn, Alcaldía Álvaro Obregón, C.P. 01020, CDMX. Tel. +52 (55) 55.43.59.69 / consulta@consulta.com.mx Persona moral que ordenó la publicación la encuesta de opinión: EL ECONOMISTA GRUPO EDITORIAL, S.A. DE C.V, El costo para la realización de este estudio fue de \$400,000.00 pesos mexicanos más IVA (Se anexa factura).

V. Encuestas o sondeos cuya realización o publicación fue pagada por partidos políticos o candidaturas

No se tuvo conocimiento de que alguna encuesta o sondeo de opinión sobre preferencias electorales haya sido pagada por un partido político o sus candidaturas.

VI. Listado de quienes, habiendo publicado encuestas o sondeos de opinión sobre preferencias electorales, no hubieren entregado el estudio o hayan incumplido con las obligaciones que se prevén en el Reglamento de Elecciones

Del monitoreo realizado por la Unidad Técnica de Comunicación Social y Difusión durante el periodo que se reporta y de los estudios recibidos, no se advierte que alguna persona física o moral encuadre en dichos supuestos.