

Ciudad de México, 02 de julio de 2024

Mtra. Claudia Edith Suárez Ojeda

Encargada del despacho de la Secretaría Ejecutiva
del Instituto Nacional Electoral

Presente

Por medio del presente hago de su conocimiento que el pasado 28 de junio, el Consejo General de este Instituto Electoral celebró su Sexta Sesión Ordinaria, en la que entre otros asuntos, conoció del *“Décimo 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”*, respecto del periodo comprendido del 26 de mayo al 2 de junio de 2024, derivado del monitoreo que se llevó a cabo en ese mismo periodo.

Al respecto, con fundamento en los artículos 86, fracción I del Código de Instituciones y Procedimientos Electorales de la Ciudad de México; así como 144 y 146, párrafos 1 y 2, del Reglamento de Elecciones del Instituto Nacional Electoral, me permito hacerle llegar en archivo electrónico el mencionado informe, mismo que también se remite a la cuenta de correo electrónico encuestas@ine.mx conforme fue indicado por esa instancia ejecutiva, el cual podrá ser consultado en la página de internet de esta autoridad electoral en el siguiente enlace:

<https://www.iecm.mx/www/sites/elecciones2024/encuestas.html>

Sin otro particular, aprovecho la ocasión para enviarle un cordial saludo.



Atte. Bernardo Núñez Yedra
Secretario Ejecutivo

C.c.p. Mtra. Patricia Avendaño Durán. Consejera Presidenta del IECM. Para su conocimiento. Presente
Consejeras y Consejeros electorales integrantes del Consejo General del IECM. Para su conocimiento.
Presentes

RFGE/AG

Somos un Instituto de Calidad



En el Instituto Electoral de la Ciudad de México, estamos comprometidos y comprometidos a administrar elecciones locales integrales, conducir mecanismos de participación ciudadana incluyentes, y promover en las y los habitantes de la Ciudad de México la cultura democrática, la participación y el ejercicio pleno de la ciudadanía, en apego a los principios rectores de la función electoral, cumpliendo con los requisitos legales y reglamentarios, y mejorando continuamente la eficacia de nuestro Sistema de Gestión Electoral.





Décimo 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.

Junio, 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 26 de mayo al 2 de junio de 2024	11
IV. 1. Oficios emitidos por el INE relacionados con Encuestas de Salida y/o Conteos Rápidos no institucionales.....	12
IV. 2. Monitoreo y listado de encuestas.....	12
IV. 3. Estudios recibidos en la Secretaría Ejecutiva	13
IV. 4. 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	34
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	35

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 mayo, el Consejo General del IECM celebró su Quinta Sesión Ordinaria, en la que entre otros asuntos, conoció del *“Noveno 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 abril al 25 de mayo de 2024.

El 30 de mayo siguiente 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 **décimo informe** sobre encuestas publicadas que tuvieron por objeto dar a conocer preferencias electorales en esta ciudad, el cual comprende el periodo del **26 de mayo al 2 de junio 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 26 de mayo al 2 de junio de 2024

IV. 1. Oficios emitidos por el INE relacionados con Encuestas de Salida y/o Conteos Rápidos no institucionales

De conformidad con lo establecido en el artículo 138, numeral 2, inciso a), del Reglamento de Elecciones, durante el actual proceso electoral, las personas físicas y morales que estaban interesadas en realizar encuestas de salida y/o conteos rápidos no institucionales, debían presentar directamente a la Secretaría Ejecutiva del INE, su respectivo escrito, así como los criterios de carácter científico establecidos en el Anexo 3, apartado II, del Reglamento.

Así, durante el actual proceso electoral 2023-2024, las personas físicas o morales que pretendían realizar cualquier encuesta de salida o conteo rápido debieron dar aviso por escrito directamente a la Secretaría Ejecutiva del INE para su registro, a más tardar diez días antes de la jornada electoral respectiva.

Una vez llevado a cabo lo anterior, mediante oficios **INE/SE/1907/2024** e **INE/SE/2038/2024** emitidos por la Secretaría Ejecutiva del INE el 27 de mayo y 1 de junio del año en curso, respectivamente, se hizo del conocimiento de las Secretarías Ejecutivas y Secretarios Ejecutivos de los Organismos Públicos Locales el total de acreditaciones emitidas, a personas físicas y morales que presentaron dentro del plazo legal, el aviso con la totalidad de la información establecida en el Reglamento.

Asimismo, a través de dichos oficios, se puso a disposición en la página web del INE, el **listado de 94 personas físicas y morales** acreditadas para realizar encuestas de salida o conteos rápidos, en la pasada jornada electoral celebrada el 02 de junio del presente año.

IV. 2. Monitoreo y listado de encuestas

En cumplimiento al artículo 143 del Reglamento de Elecciones, la Unidad Técnica de Comunicación Social y Difusión realizó, durante el periodo que se informa, un monitoreo de encuestas que daban 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 26 de mayo al 2 de junio de 2024, reportando a través de los oficios IECM/UTCSyD/307/2024, IECM/UTCSyD/316/2024, IECM/UTCSyD/324/2024 e IECM/UTCSyD/336/2024, 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: "Clara Brugada aventaja contienda por la CDMX" Medio: Reporte Índigo , Sección Portada, Pág. 6. Ubicación en internet: https://www.reporteindigo.com/reporte/clara-brugada-aventaja-contienda-jegatura-gobierno-cdmx/	21 de mayo de 2024
2. Título de la nota: "Aventaja Brugada en CDMX por 8 puntos a Taboada" Medio: Reforma , Sección Portada, Pág. 2. Ubicación en internet: https://www.reforma.com/aventaja-brugada-en-cdmx-por-8-puntos-a-taboada/ar2812878	24 de mayo de 2024
3. Título de la nota: "Aventaja Brugada en CDMX por 8 puntos a Taboada" Medio: Diario Metro , Sección Portada, Pág. 1, 10-11. Referencia en la síntesis IECM: https://www.efinf.com/clipviewer/files/e7bd21fa11137fa03ebea67e0c69be4a.pdf	24 de mayo de 2024 ²
4. Título de la nota: "Se cierra la CDMX rumbo a segundo debate: Brugada registra 42% de intención de voto; Taboada, 37%"	27 de mayo de 2024

² La publicación corresponde a la reproducción de la encuesta original publicada en esa misma fecha por *Reforma*, a la que se hace referencia en el presente informe.

<p>Medio: El Financiero, Sección Nacional, Página 1, 44-45. Ubicación en internet: https://www.elfinanciero.com.mx/encuestas-ef/2024/04/19/encuesta-ef-intencion-de-voto-en-la-cdmx-brugada-registra-42-taboada-37/</p>	
<p>5. Título de la nota: “Encuesta de salida El Financiero en CDMX: Clara Brugada tiene ligera ventaja” Medio: El Financiero Ubicación en internet: https://www.elfinanciero.com.mx/elecciones-mexico-2024/2024/06/02/encuestas-de-salida-ef-jefe-de-gobierno-cdmx-2024-en-tiempo-real-hoy-2-de-junio-minuto-a-minuto/</p> <p>Título de la nota en la edición impresa de 5 de junio en la que se publicó un desagregado de la nota anterior: “AFIANZAN A BRUGADA EN CDMX LA IZQUIERDA Y LOS APOYOS SOCIALES” Medio: El Financiero, Portada, Página 37. Ubicación en internet: https://www.elfinanciero.com.mx/encuestas-ef/2024/06/05/la-izquierda-y-los-apoyos-sociales-afianzaron-a-brugada-encuesta-ef/</p>	<p>2 de junio de 2024</p> <p>Encuesta de Salida</p>

IV. 3. 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
Reporte Índigo	21 de mayo de 2024	26 de mayo de 2024
Publicación Original: Reforma Reproducción:	24 de mayo de 2024	28 de mayo de 2024

Diario Metro ³		
El Financiero	27 de mayo de 2024	31 de mayo de 2024
El Financiero	02 de junio de 2024	06 de junio de 2024

Tablas Resumen:

	Tipo de estudio	Razón Social	Fecha de publicación	Medio de publicación	Fecha de aviso	Contemplado en el monitoreo
1	Encuesta	Reporte Índigo	21-05-24	Impreso e Internet	26-05-24	No
2	Encuesta	Reforma	24-05-24	Impreso e Internet	28-05-24	Sí
3	Reproducción de encuesta original	Publicación original: Reforma Reproducción: Diario Metro	24-05-24	Impreso e Internet	28-05-24	Sí
4	Encuesta	El Financiero	27-05-24	Impreso e Internet	31-05-24	Sí
5	Encuesta	El Financiero	02-06-24	Impreso e Internet	06-06-24	No

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
3	4	4

³ La publicación de la reproducción de la encuesta original en este medio impreso fue realizada el mismo 24 de mayo de 2024.

Razón Social	Fecha de publicación	Tamaño de la muestra	Método de recolección de información	Margen de error	Confiabilidad	Patrocinio	Costo
Reporte Índigo	21-05-24	3000	Mixta vivienda (2000) y telefonía (1000)	±1.79%	95%	Reporte Índigo de México S.A. de C.V.	\$360,000.00 más IVA
Publicación Original: Reforma Reproducción: Diario Metro	24-05-24	1004	Mixta vivienda (604) y telefonía (400)	±3.1%	95%	Grupo Reforma	\$194,760.00
El Financiero	27-05-24	1212	Teléfonos residenciales y celulares	±3.5%	95%	El Financiero Marketing S.A. de C.V.	\$80,000.00
El Financiero	02-06-24 y 05-06-24	2241	Entrevistas personales a la salida de las casillas (60 secciones electorales)	±2.1%	95%	El Financiero Marketing S.A. de C.V.	\$250,000.00

IV. 4. 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. REPORTE ÍNDIGO

(PUBLICACIÓN DE 21 DE MAYO DE 2024)

a) Nombre completo o denominación social: Reporte Índigo de México, S.A. de C.V.



b) Logotipo o emblema institucional personalizado:

c) Domicilio: Montes Urales No. 425, Col. Lomas de Chapultepec, Ciudad de México, C.P. 11000.

d) Teléfono: (55) 3099 3000

Datos de la encuesta:



- ▶ El objetivo del estudio fue determinar el clima político electoral que prevalece en la Ciudad de México de cara a la elección de Jefe o Jefa de Gobierno de 2024.
- ▶ El marco muestral lo constituyeron los datos del listado de secciones electorales y la Lista Nominal del Instituto Electoral de la Ciudad de México, así como los planos seccionales y catálogos de manzanas.
- ▶ Diseño Muestral
 - La población objetivo del estudio fueron ciudadanos residentes de Ciudad de México, de 18 años o más, de ambos sexos y todos los niveles socioeconómicos, que contaran con credencial de elector vigente.
 - El procedimiento de muestreo en vivienda fue probabilístico, estratificado por Alcaldía y comportamiento electoral previo, y polietápico aleatorio en donde la primera unidad de muestreo fue la sección electoral y la última vivienda; usando un muestreo proporcional por tamaño (PPT) y con selección aleatoria sistemática de hogares. El diseño muestral para la encuesta telefónica fue probabilístico, estatificado por Alcaldía con selección aleatoria simple de números telefónicos.
 - Se utilizaron estimadores corregidos por factores de expansión considerando Alcaldía, sexo y edad, calculados como el inverso de la probabilidad de selección de cada unidad muestral.
 - El tamaño de muestra fue de 3,000 casos exitosos, de los cuales 2,000 casos fueron en vivienda y 1,000 casos en modalidad telefónica.
 - El error teórico de estimación es de $\pm 1.79\%$ con nivel de confianza del 95%.
 - La frecuencia de la no respuesta para la intención de voto por partido y candidato es de 13%.
 - La tasa de rechazo es 30.52% que incluye negativas y abandonos. Además, el número de contactos no exitosos sobre el total de intentos del estudio es de 48.86%.
- ▶ Se trata de una encuesta con técnica mixta, cara a cara en vivienda con dispositivos móviles (CAPI) y telefónica (CATI), entrevistando a sólo una persona por vivienda.
- ▶ La encuesta se levantó entre los días 4 y 17 de mayo de 2024.
- ▶ Toda la información fue capturada en dispositivos móviles utilizando el software Survey To Go de Dooblo. Durante el proceso de captura se hicieron las revisiones rutinarias correspondientes a rangos y cruces de variables. Los intervalos de confianza son indicados con el valor puntual de la estimación utilizado como el centro del intervalo cuyos límites inferior y superior toman en cuenta el cálculo de la varianza del estimador.
- ▶ Todos de los datos recabados se trataron electrónicamente a través del paquete estadístico SPSS (Statistical Package for the Social Sciences).
- ▶ Estos resultados sólo tienen validez para expresar las preferencias electorales o la tendencia de la votación, de la población objetivo en las fechas específicas del levantamiento de los datos.

- ▶ Persona física o moral que patrocinó la encuesta:
 Reporte Indigo de México S.A. de C.V.
 Montes Urales No. 425 Col. Lomas de Chapultepec México
 C.P. 11000, Ciudad de México
 Tel. 55 30 99 30 00
 Correo Electrónico: web@capitalmedia.mx



Persona física o moral que diseñó y llevó a cabo la encuesta: Covarrubias y Asociados, S.C.

Covarrubias y Asociados, S.C.
 Av. Rómulo O'Farrill 599, Colonia Las Águilas
 Álvaro Obregón
 C.P. 01710. Ciudad de México
 Tel. 55-50-89-77-70
pulso@pulso.com.mx



- ▶ Persona física o moral que solicitó la publicación de la encuesta:
 Reporte Indigo de México S.A. de C.V.
 Montes Urales No. 425 Col. Lomas de Chapultepec México
 C.P. 11000, Ciudad de México
 Tel. 55 30 99 30 00
 Correo Electrónico: web@capitalmedia.mx



- ▶ Medio de Publicación de la encuesta: versión digital impresa (<https://p88.capitalmedia.mx/ediciones/1158-ReporteIndigoDF/67186/html5/#page=1>) y página web del periódico Reporte Indigo (<https://www.reporteindigo.com/reporte/clarabrugada-aventaja-contienda-jegatura-gobierno-cdmx/>)
- ▶ Responsable de la Encuesta: Lic. Andrés Eduardo Levy Covarrubias
- ▶ Representante: Lic. Andrés Eduardo Levy Covarrubias, Director General
- ▶ Recursos económicos/financieros aplicados: \$360,000.00 más I.V.A.
- ▶ Monto y proporción efectivamente cubierto al momento de la publicación: \$360,000.00, 100%
- ▶ Se adjunta a este documento en medio magnético base de datos en donde se registran los datos recabados para su procesamiento, la experiencia profesional y formación académica del Director General, documentación que prueba la pertenencia a asociaciones nacionales del gremio de la opinión pública, los principales resultados, el cuestionario utilizado y la factura que respalda la contratación de la realización de la encuesta.

2. REFORMA

(PUBLICACIÓN ORIGINAL DE 24 DE MAYO DE 2024)

a) Nombre completo o denominación social: Consorcio Interamericano de Comunicación, S.A. DE C.V.

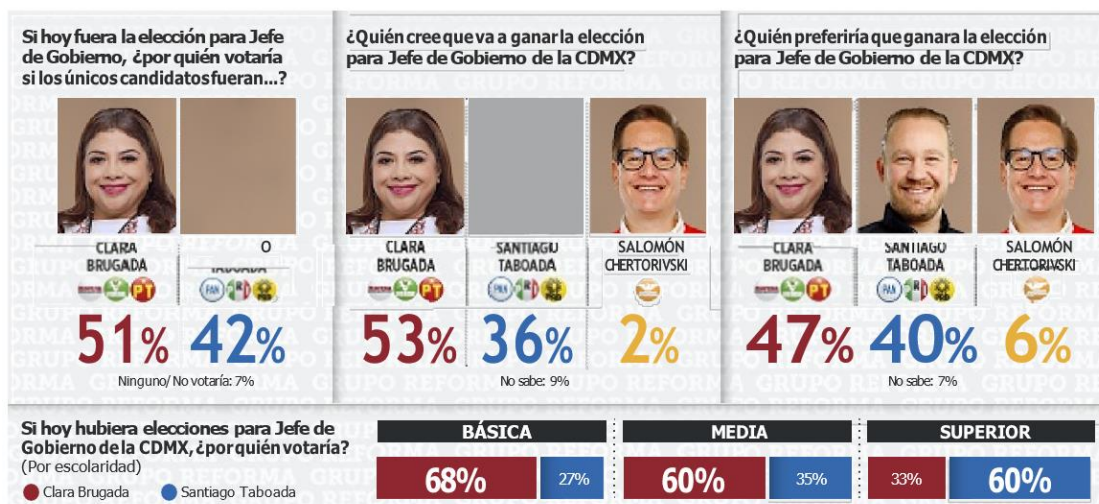
b) Logotipo o emblema institucional personalizado:

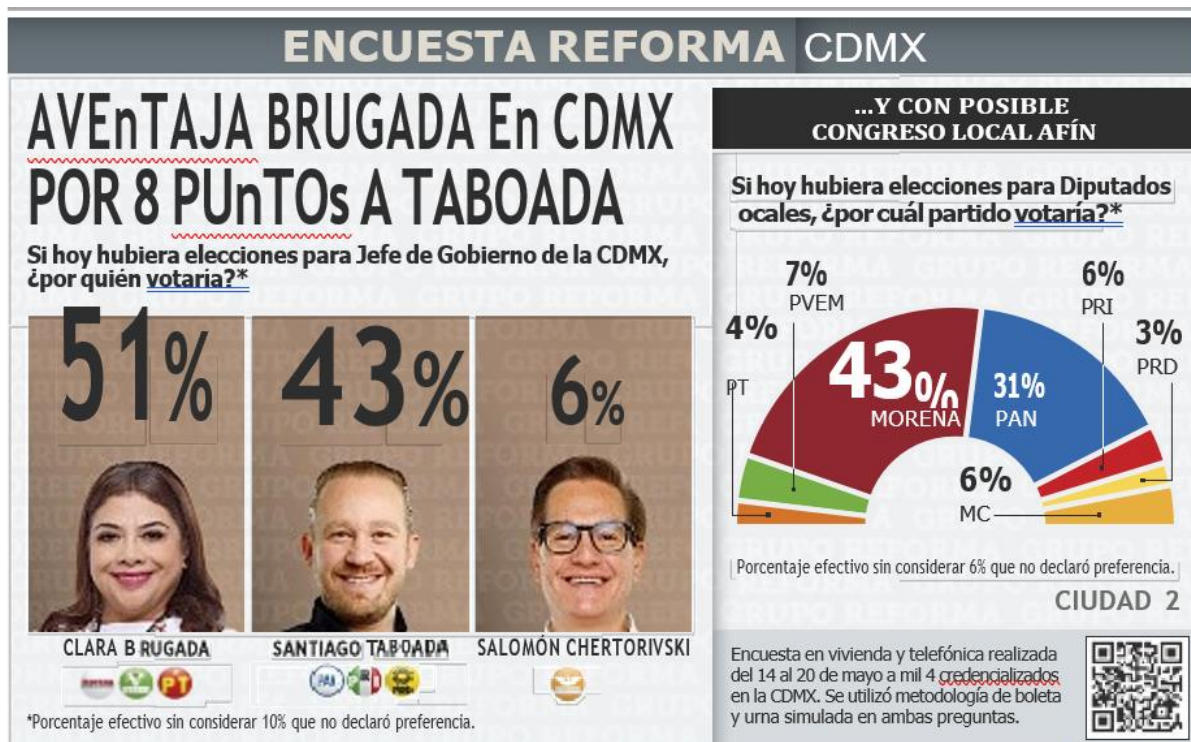


c) Domicilio: Av. México-Coyoacán 40, Colonia Santa Cruz Atoyac, Alcaldía Benito Juárez, C.P. 03310, Ciudad de México.

d) Teléfono: (55) 5628 7000

Datos de la encuesta:





I. Objetivos del estudio

La encuesta local publicada el día 24 de mayo del 2024, se realizó con el fin de dar a conocer a los lectores de Grupo Reforma las preferencias electorales con miras a las elecciones para Jefe de Gobierno de la Ciudad de México del 2 de junio de 2024.

Los resultados de la encuesta fueron publicados en los periódicos de Grupo Reforma: REFORMA y METRO en la Ciudad de México y EL NORTE en Monterrey. La publicación también se hace en versión electrónica en las páginas de Internet: www.reforma.com, www.elnorte.com y www.mural.com.

La encuesta también se pone a disposición de los diversos medios que están suscritos a la Agencia Reforma, en cuyo caso, la compra de esa información no implica su publicación, la cual es responsabilidad de cada medio.

II. Marco muestral

Para la realización de la encuesta en vivienda se utilizó como marco muestral el listado de las secciones electorales definidas por el Instituto Nacional Electoral. Se seleccionaron 60 secciones manteniendo la proporción urbano-mixto-rural, las cuales sirvieron como puntos de levantamiento y recopilación de la información por vía de entrevistas. En cada sección se realizaron 10 entrevistas a personas seleccionadas de acuerdo con la metodología descrita en la siguiente sección. En el caso de la encuesta telefónica se dispuso del catálogo de ladas y dígitos asignados para telefonía fija y móvil, publicado por el Instituto Federal de Telecomunicaciones

III. Diseño muestral

Para la parte en vivienda, se empleó un muestreo polietápico en el que se seleccionaron probabilísticamente secciones electorales. En cada sección se seleccionaron manzanas y en cada manzana los hogares para la aplicación de la

entrevista. En cada hogar se entrevistó a un adulto, residente del mismo, aplicando en esta última etapa una selección aleatoria del respondiente asegurándose de que contara con, al menos, 18 años de edad cumplidos al momento de la entrevista y credencial de elector vigente en ese domicilio. En el caso de la encuesta telefónica, el diseño muestral fue aleatorio simple aplicado a las series telefónicas, fijas y móviles, definidas a partir del catálogo de ladas y dígitos correspondiente a la Ciudad de México. El diseño detallado de la muestra consiste de los siguientes elementos:

a) Definición de la población objetivo

La población objetivo de la encuesta son los ciudadanos mexicanos adultos residentes en la Ciudad de México que cuentan con credencial de elector vigente. Los resultados de la encuesta reflejan las preferencias de los ciudadanos mexicanos adultos entrevistados. 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.”

b) Procedimiento de selección de unidades

La muestra fue seleccionada como se describe a continuación:

Primera etapa (selección de secciones como UPM):

Se seleccionaron 60 secciones electorales con probabilidad proporcional al tamaño, la medida del tamaño (MOS) se calculó a partir del número de electores por sección, registrados en la página del Instituto Nacional Electoral. La estratificación se definió a partir de las 16 Alcaldías que conforman a la Ciudad de México. Las secciones electorales se ordenaron de mayor a menor en cada estrato de acuerdo con el tamaño de su lista nominal de electores. Las 60 secciones electorales se eligieron con probabilidad proporcional al listado nominal de la sección, con arranque aleatorio, es decir, cada sección tiene una probabilidad de selección proporcional a su tamaño dentro de cada estrato.

Segunda etapa (selección del informante como UUM):

En una segunda etapa, utilizando la cartografía electoral del INE, se seleccionaron manzanas de manera aleatoria usando como herramienta de selección la Tabla de números aleatorios de Kish. Cada manzana pertenece a la sección electoral correspondiente a la muestra.

Dentro de esta etapa, y como segunda fase, se eligieron viviendas de manera aleatoria sistemática dentro de las manzanas previamente seleccionadas. Esta selección la hicieron los encuestadores aplicando un salto sistemático aleatorio a partir de un punto de inicio indicado en una tabla de números aleatorios elaborada para tal fin y determinado en cada manzana: se comienza en la esquina derecha de la misma acera y se entrevista realizando saltos sistemáticos en el sentido de las manecillas del reloj hasta obtener de tres a cuatro entrevistas por manzana; una vez terminado el levantamiento en la manzana, se realiza el mismo procedimiento en la segunda manzana que se seleccionó de manera aleatoria.

Finalmente, y una vez que una vivienda fue elegida para aplicar la entrevista, el encuestador seleccionó a la persona, con al menos 18 años cumplidos y credencial de elector vigente, utilizando el criterio del cumpleaños más cercano.

En caso de que la vivienda fuera inaccesible o que la persona seleccionada en la muestra declinara la entrevista, la suspendiera o que no pudiera ser contactada, el encuestador sustituyó el hogar en el que no se realizó la entrevista con otro, también de manera aleatoria. La selección de hogares sustitutos se llevó a cabo de forma aleatoria sistemática. Cada entrevistador llevó el registro correspondiente de hogares inaccesibles, no contactos, suspensiones y rechazos para calcular las tasas de respuesta, cooperación y rechazo del estudio.

En la encuesta telefónica, para una primera etapa se seleccionaron, bajo un diseño muestral aleatorio simple, series de números telefónicos fijos y móviles de las 16 Alcaldías que conforman la Ciudad de México a partir del catálogo de ladas y dígitos publicado por el IFT.

Una vez que un número telefónico fue elegido para aplicar la entrevista, el encuestador seleccionó a la persona asegurándose de que se cumpliera con una distribución por sexo, edad y ubicación previamente definida, de acuerdo con

los datos del padrón electoral proporcionados por el Instituto Nacional Electoral. Cada entrevistador llevó el registro correspondiente de números telefónicos inexistentes, no contactos y rechazos para calcular las tasas de respuesta, cooperación y rechazo del estudio.

c) Procedimiento de estimación

Las estimaciones de razón para determinar las preferencias electorales (estimador de proporción \bar{P}) se calcularon tomando en cuenta el diseño muestral complejo utilizado para la selección de las UPM y UUM:

$$\bar{P} = \frac{\sum_h \frac{N_h}{n_h} \sum_i^{n_h} Y_{hi}}{\sum_h \frac{N_h}{n_h} \sum_i^{n_h} X_{hi}}$$

En donde N_h es el número de secciones en cada estrato y n_h el número de secciones en muestra. Y_{hi} es el número de votos emitidos a favor de un partido, aspirante o número de respuestas a preguntas específicas de percepción en la sección i del estrato h , además X_{hi} es el número de votos totales emitidos o el total de personas que respondieron a la pregunta específica de percepción en la sección i del estrato h , L es el número total de estratos.

Lo anterior conduce al cálculo de los **estimadores de Horvitz-Thompson** (factores de expansión asociados a cada etapa de muestreo).

Para la estimación de las preferencias electorales se formuló la siguiente pregunta: “**Si hoy hubiera elecciones para Jefe de Gobierno de la CDMX, ¿por quién votaría usted?**”. Para esta pregunta se empleó la metodología de boleta y urna simulada, lo cual permite mantener la confidencialidad de la preferencia. La boleta incluye los logotipos y nombres de los 7 partidos políticos con registro local, así como el nombre de la candidata y los candidatos asociados a cada uno de los partidos políticos que los postula, ordenados de acuerdo con la fecha de registro ante el INE o el Instituto Electoral Local y contiene la leyenda “Grupo REFORMA Encuesta. Esta hoja no tiene validez oficial”. Al contestar la pregunta, el entrevistado deposita la boleta doblada en una urna o mochila que lleva cada encuestador. Para el caso telefónico, la pregunta sobre preferencias electorales para Jefe de Gobierno de la Ciudad de México, se realizó al inicio del cuestionario para evitar sesgos debido al resto de los reactivos y las opciones de respuesta se rotaron de una entrevista a otra.

Los resultados publicados de la encuesta reflejan la estimación de voto efectivo especificando el porcentaje de encuestados que no manifestó preferencia por alguna de las opciones partidistas.

También se midieron temas de coyuntura político-social.

Con base en los lineamientos del INE, Grupo REFORMA declaró de forma expresa en la publicación de la encuesta que “Estos resultados sólo reflejan las preferencias electorales y opiniones de los consultados al momento de la encuesta y son válidos sólo para esa población y fechas específicas. Se entrega informe del estudio completo al Instituto Electoral de la Ciudad de México”.

d) Tamaño y forma de obtención de la muestra

Se seleccionaron 60 secciones electorales con 604 entrevistados en vivienda y 400 entrevistados vía telefónica. La variable relevante por estimar para este ejercicio de medición es la intención de voto para cada una de las fuerzas electorales que participarán en el proceso. Para el cálculo de los errores muestrales se incluye un factor de corrección por finitud:

$$\sqrt{\frac{N_h - n_h}{N_h - 1}}$$

En donde N_h es el total de unidades del estrato "h" y n_h , es el número de unidades en muestra en el estrato "h".

Se define la precisión como el máximo error que se está dispuesto a aceptar, por medio de la siguiente relación:

$$\delta^2 = (1.96)^2 * \overline{V(P)} \quad (1)$$

También se le denomina el error de estimación $\sqrt{V(P)}$, que es el estimador de la varianza de la proporción, en este caso dicha proporción se establece como 0.5 por ser el valor que maximiza el error esperado.

El valor 1.96 corresponde al número de unidades de desviación estándar de la media a la que se estima el error muestral (donde el área bajo la curva normal ubicada entre la media y las ordenadas al valor referido a ambos lados es de 0.95, que es el nivel de confianza definido para la estimación).

Así, tomando en cuenta los errores de encuestas previas similares a la que se plantea en este documento, se estableció un error de estimación máximo de 0.0315, es decir $\delta = 0.0315$. De esta manera

$$n = \frac{1}{\delta^2} = \frac{1}{(0.0315)^2} = \frac{1}{0.00099225} = 1007.81$$

La cifra anterior se fijó en 1004 entrevistas, de las cuales 604 se distribuyeron en vivienda de manera uniforme en 60 secciones electorales (el procedimiento de selección se describe en el siguiente apartado), y 400 entrevistas telefónicas de manera proporcional al tamaño de las Alcaldías de acuerdo con el listado nominal publicado por el INE.

El número anterior se fijó en 60, que representa el número final de secciones electorales en la muestra.

e) 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%, el error absoluto teórico (esto es, considerando un diseño sin estratos y con un muestreo aleatorio simple) es de +/-3.1% para los 1,004 entrevistados, sin embargo, es necesario conocer el error de estimación muestral -que es una medida de eficiencia del

diseño muestral complejo utilizado- de esta manera, dicho error, dado por (1), y que es el que refleja los efectos de estratificar y conglomerar, es menor o igual a 3.6% con un nivel de confianza del 95%.

f) Frecuencia y tratamiento de la no-respuesta, señalando los porcentajes de los indecisos, los que responden "no sé" y los que manifiestan que no piensan votar.

En la encuesta, luego de darles la boleta simulada y/o plantear la pregunta de intención de voto, el 9.8 por ciento de los entrevistados no declaró preferencia por alguna de las opciones político- partidistas.

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.

La tasa de rechazo general a la encuesta fue de 53 por ciento, considerando en el cálculo los siguientes elementos:

$$\text{Tasa de rechazo} = (R + S) / (E + NC + R + S).$$

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.

En términos numéricos, 2,742 personas rechazaron la entrevista, 39 personas suspendieron el ejercicio, y hubo un total de 1,468 contactos no exitosos.

IV. Método y fecha de recolección de información

Para el levantamiento en vivienda, se empleó un método de entrevistas personales cara a cara en la vivienda de cada entrevistado. Ninguna de las entrevistas se aplicó en la calle ni en negocios o establecimientos. 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 de elector vigente en ese domicilio. El levantamiento y recopilación de la información se llevó a cabo del 14 al 20 de mayo de 2024.

En el levantamiento participaron 30 encuestadores y 7 supervisores de campo. Para el estudio se capacitó a los encuestadores y a los supervisores para estandarizar las metodologías de selección del entrevistado y la aplicación del cuestionario.

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

El cuestionario empleado para la encuesta aborda diversos temas relacionados con el proceso electoral 2024. De esta manera, se incluye la pregunta de intención de voto para Jefe de Gobierno de la Ciudad de México, realizada con el método de boleta y urna simulada. La pregunta planteada es: “Si hoy hubiera elecciones para Jefe de Gobierno de la CDMX, ¿por quién votaría usted?”. En la boleta aparecen los logotipos y nombres de los 7 partidos políticos con registro ante el Instituto Electoral de la Ciudad de México que participarán en el proceso, así como el nombre completo de la candidata y los candidatos asociados a cada uno de los partidos políticos que los postula, ordenados de acuerdo con la fecha de registro ante el INE.

VI. Forma de procesamiento, estimadores e intervalos de confianza

Los resultados de la encuesta se basan en las respuestas de 1,004 entrevistados ciudadanos mexicanos adultos. 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:

$$\bar{P} = \frac{\sum_h \frac{N_h}{n_h} \sum_i^{n_{hi}} Y_{hi}}{\sum_h \frac{N_h}{n_h} \sum_i^{n_{hi}} X_{hi}} \quad (3)$$

Los estimadores de varianza fueron calculados de manera analítica utilizando aproximación por *Series de Taylor* y los intervalos de confianza para los estimadores de proporción se calcularon utilizando los estimadores de varianza (ya incluyendo el factor de corrección por finitud):

$$I_{1-\alpha} = \left(\hat{p}_i - Z_{\alpha/2} \sqrt{\frac{\sigma_p^2}{m}}, \hat{p}_i + Z_{\alpha/2} \sqrt{\frac{\sigma_p^2}{m}} \right)$$

En donde:

$1-\alpha$ corresponde al intervalo de confianza al $100(1-\alpha)\%$, $\alpha=0.05$ (95% de confianza); $Z_{\alpha/2} = 1.96$;

m = número de secciones totales en muestra;

σ_p^2 es la varianza de “ p_i ”, que cuando las unidades primarias de muestreo son elegidas con probabilidad proporcional a

tamaño y las secundarias de manera aleatoria simple o sistemática, puede aproximarse por:

$$\sigma_{\hat{p}}^2 = \frac{\sum_{i=1}^m (\hat{p}_i - \hat{p}_U)^2}{m - 1}$$

En donde m representa el número de secciones electorales en muestra y pU la proporción para el total de la muestra de una opción de respuesta categórica (dicotomizada) en el reactivo aplicado, que se estima de acuerdo con la ecuación (3).

VII. Denominación del software utilizado para el procesamiento

La captura de la información recopilada se hizo a través de una máscara de captura programada en Excel con validación de celdas, diseñada por el Departamento de Opinión Pública de Grupo Reforma. 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 Estadístico para las Ciencias Sociales, IBM SPSS Statistics para Windows.

VIII. Base de datos

Se adjunta a este documento el archivo de SPSS con la base de datos de la encuesta –ponderada- sobre preferencias electorales.

IX. Principales resultados

Se incluyen los resultados de la encuesta sobre preferencias electorales. Al final de este documento se adjunta la publicación tal como apareció en su versión impresa en los diversos medios de Grupo Reforma. Las estimaciones presentadas están ponderadas por factores de expansión calibrados por sexo y edad de acuerdo con la distribución de estos dos parámetros del listado nominal registrado por el INE. Cabe mencionar que no se utilizó ningún modelo de estimación de votantes probables.

Autoría y financiamiento

La realización, patrocinio y publicación de la encuesta son responsabilidad de Grupo Reforma. La autoría, el diseño y realización de la encuesta estuvieron a cargo del Departamento de Opinión Pública de Grupo Reforma.

Denominación social: Consorcio Interamericano de Comunicación S.A. de C.V. Dirección: Av. México Coyoacán No. 40, Col. Santa Cruz Atoyac, Alcaldía Benito Juárez, Ciudad de México, C.P. 03310, México. Teléfono: (55) 5628-7100. Correo electrónico: opinion publica@reforma.com

X. Recursos económicos/ financieros aplicados

La erogación o costo para este estudio asciende a la cantidad de **\$194,760** (ciento noventa y cuatro mil setecientos sesenta pesos 00/100 M.N.) para propósitos de realización de entrevistas, transporte y viáticos. Dicha cantidad no considera el diseño del cuestionario, ni el diseño y extracción de la muestra, la capacitación a encuestadores, la supervisión, el proceso y captura de la información, ni el análisis de la encuesta, lo cual es parte de los gastos operativos del diario.

XI. Experiencia profesional y formación académica

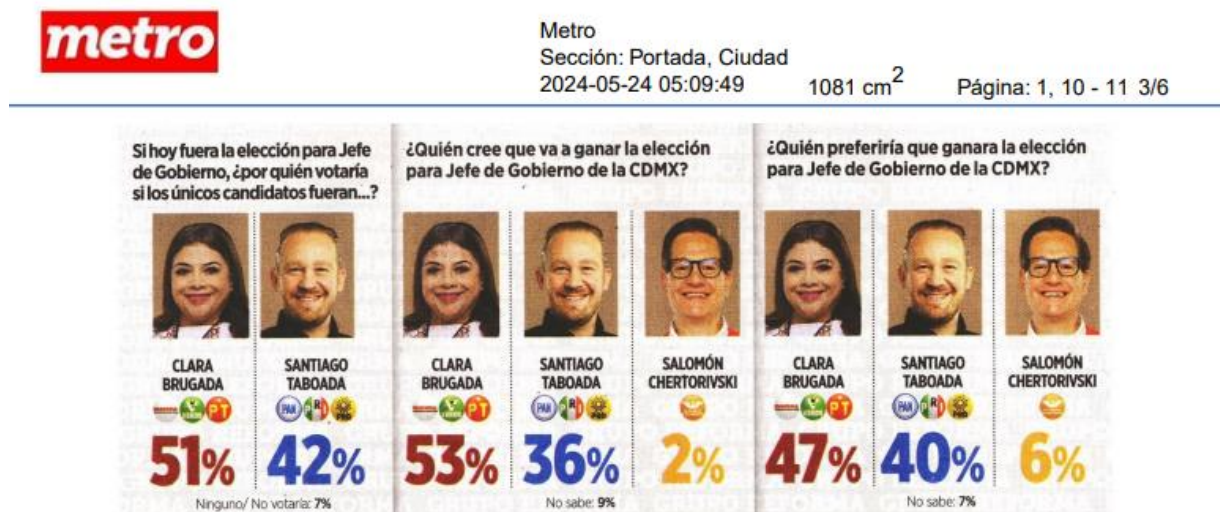
El periódico REFORMA ha contado con su propio Departamento de Investigación de Opinión Pública desde sus inicios en 1993. Desde entonces se han hecho cientos de encuestas electorales para publicación en el diario, cubriendo todos los procesos federales y la mayoría de las elecciones estatales, siendo el medio en México con mayor arraigo y tradición en encuestas tanto electorales como de diversas temáticas de opinión pública.

El diseño y análisis de la encuesta es interno al Departamento y los realizan profesionales con grados académicos de licenciatura en áreas como Comunicación y Periodismo, Administración, Sociología y Actuaría con estudios de Maestría en Ciencias Matemáticas. El responsable del Departamento de Opinión Pública es Joaquín Rodrigo León García, de quien se anexa información curricular a este documento.

2.1 DIARIO METRO

(REPRODUCCIÓN PUBLICADA EL 24 DE MAYO DE 2024)

Resultados publicados:



3. EL FINANCIERO

(PUBLICACIÓN DE 27 DE MAYO 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:



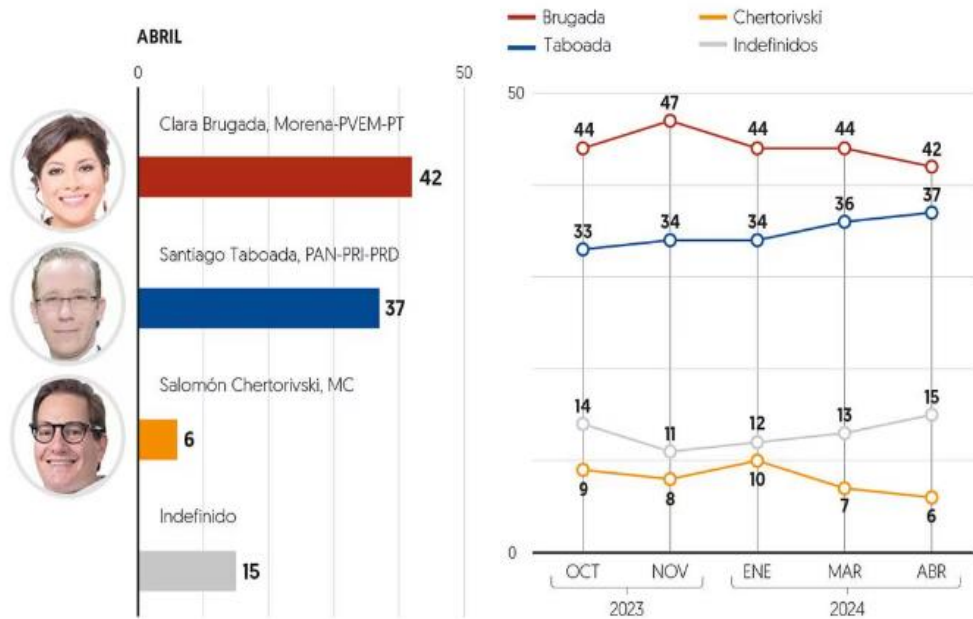
- c) Domicilio: Guillermo González Camarena 600, Santa Fe, Álvaro Obregón, C.P. 01210, Ciudad de México.
- d) Teléfono: (55) 1579-7000

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? [%]



Elecciones CDMX

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 y Congreso local en 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 1212 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 +/-2.8% para el total de los 1212 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 3 por ciento dijo que "Ninguno" o "no votaría por ninguno" y 11 por ciento no contestó la pregunta o dijo "no sé". En total, sumando esas opciones, el 14 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 53.7%, 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 13 al 22 de mayo 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 1212 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 27 de mayo 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 \$80,000.00 (ochenta 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. EL FINANCIERO

(PUBLICACIÓN DE 2 DE JUNIO DE 2024)

VERSIÓN-EL FINANCIERO WEB 2 DE JUNIO, 18:04 HRS

Elecciones 2024

Encuesta de salida El Financiero en CDMX: Clara Brugada tiene ligera ventaja

Clara Brugada, de la coalición de Morena, y Santiago Taboada, del Frente opositor, 'pelean' el derecho por gobernar la capital de México por los próximos 6 años.

Expandir



EL FINANCIERO ELECCIONES 2024
ENCUESTAS DE SALIDA

LIGERA VENTAJA
CLARA BRUGADA
de la coalición

(Brugada)
Por Alejandro Moreno | Junio 02, 2024 | 18:04 pm hrs



Consulta el PREP 2024 aquí

Anuncio servido por Google

Opciones de anuncios

Enviar comentarios

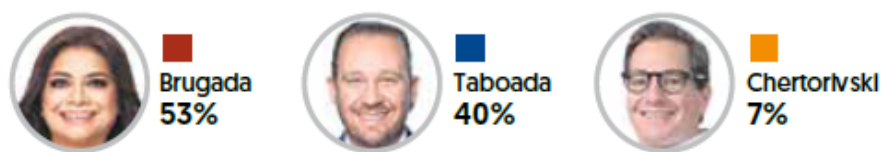
¿Por qué este anuncio? ☹

4.1 EL FINANCIERO

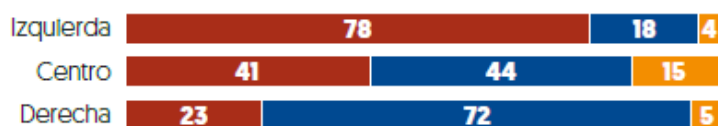
(PUBLICACIÓN DE 5 DE JUNIO DE 2024 VERSIÓN IMPRESA)

AFIANZAN A BRUGADA EN CDMX LA IZQUIERDA Y LOS APOYOS SOCIALES

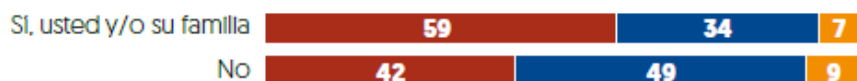
¿Por quién votó para jefe de Gobierno? (% efectivo)



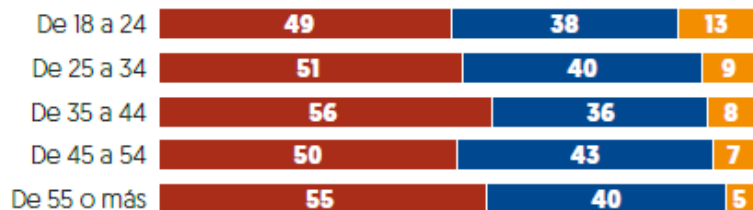
Orientación Ideológica



Beneficiarios de apoyos sociales



Edad



Porcentaje efectivo sin considerar 'voto nulo' y 'no contestó'

Fuente: EF, encuesta de salida realizada en la Ciudad de México a 2 mil 241 votantes el 2 de junio de 2024.

1. OBJETIVO DEL ESTUDIO

El objetivo de la encuesta es reportar a los lectores y televidentes de EL FINANCIERO en sus diversas plataformas cómo van las tendencias de votación y el perfil de quienes votaron en la contienda para Jefe de Gobierno el 2 de junio de 2024.

2. MARCO MUESTRAL

Se utilizó la lista de secciones electorales definida por el Instituto Nacional Electoral (INE), en la cual se distinguen secciones urbanas, mixtas y rurales. A partir de dicho listado se seleccionaron probabilísticamente 60 secciones electorales que sirvieron como puntos de levantamiento y recopilación de información.

3. DISEÑO MUESTRAL

Se empleó un muestreo probabilístico polietápico. Las secciones electorales se seleccionaron de manera aleatoria sistemática empleando un método de selección proporcional al tamaño de la sección. Se seleccionó probabilísticamente una muestra de secciones, tomando la casilla básica como referente para realizar las entrevistas a los votantes luego de que hayan depositado su voto. El diseño detallado de la muestra consiste en los siguientes elementos:

a) Definición de la población objetivo

La población objetivo de la encuesta son los votantes que acudieron a las urnas el 2 de junio, por lo cual se empleó la pregunta si votó o no para Jefatura de gobierno y se cotejó la tinta indeleble en la persona.

b) Procedimiento de selección de unidades

La muestra se seleccionó en múltiples etapas:

Se seleccionaron 60 puntos de levantamiento correspondientes a secciones electorales definidas por el INE. Las secciones electorales fueron ordenadas de mayor a menor de acuerdo al tamaño de su lista nominal de electores y se procedió a una selección de forma aleatoria sistemática. Cada sección electoral tiene una probabilidad de selección proporcional a su tamaño. Se realizaron entrevistas a los votantes que salían de las casillas correspondientes a esas secciones electorales.

c) Procedimiento de estimación

Para la estimación de voto se utilizó la siguiente pregunta: “¿Por quién votó usted para Jefe de Gobierno?”. Para hacer esta pregunta se utilizó una tarjeta que incluye los logotipos de los partidos políticos y los nombres de las candidaturas que contendieron para la elección de Jefe de Gobierno de la Ciudad de México.

Los resultados publicados de la encuesta reflejan la estimación de voto efectivo (sin considerar la proporción de personas que no declaró preferencia o dejó la boleta en blanco).

Con base en los lineamientos del INE, EL FINANCIERO incluyó en la publicación de la encuesta la siguiente leyenda: “Los resultados oficiales de las elecciones son exclusivamente aquellos que dé a conocer el Instituto Electoral de la Ciudad de México y, en su caso, las autoridades jurisdiccionales competentes”.

d) Tamaño y forma de obtención de la muestra

En total se realizaron 2,241 entrevistas personales a la salida de las casillas. El criterio de elegibilidad es que hayan sido votantes, cotejando la tinta indeleble en cada caso.

e) 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 +/-2.1% para el total de los 2,241 entrevistados.

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

En la encuesta, luego de darles la boleta secreta y plantear la pregunta de intención de voto, el 2% anuló su voto y 12% no contestó la pregunta, en total 14% no respondió la pregunta de por quién votó.

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 entrevistas.

La tasa de rechazo a la encuesta fue de 67.5%, considerando en el cálculo los siguientes elementos:

$$\text{Tasa de rechazo} = (R + S) / (E + R + S).$$

En donde R significa "Rechazos de personas elegibles", S significa "Suspensiones", E significa "Entrevistas efectivas".

4. MÉTODO Y FECHA DE RECOLECCIÓN DE LA INFORMACIÓN

Se empleó un método de entrevistas cara a cara a la salida de las casillas. Es requisito para hacer la encuesta que la persona haya votado. La fecha de realización del estudio fue el 2 de junio de 2024 a lo largo de la jornada electoral. Las entrevistas se realizaron en dispositivos electrónicos y se transmitieron en horarios específicos.

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

El cuestionario empleado para la encuesta incluye la pregunta de voto para Jefe de Gobierno realizada con el método de tarjeta que simula la boleta electoral que se usó el día de la jornada electoral. La pregunta fue: "¿Por quién votó usted para Jefe de Gobierno?" En la tarjeta aparecen los nombres de las candidaturas y logotipos de los siete partidos políticos registrados ante el IECM.

Adicional a la pregunta electoral, en la publicación del 5 de junio se reportaron las siguientes preguntas:

¿Usted cuándo decidió votar para Jefe de gobierno? y De estas, ¿cuál es la principal razón por la que usted por ese candidato?, entre otras que se incluyen en la base de datos entregada.

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

La proyección del voto que se presentó en EL FINANCIERO TV y EL FINANCIERO WEB se basó en las respuestas de los entrevistados obtenidas hasta ese momento, preliminar al cierre de las casillas.

Los resultados publicados el 5 de junio están ponderados con base a la votación obtenida por cada opción política en el PREP del IECM, con el 95% de avance. La base de datos incluye un ponderador que refleja esta estimación.

Con un nivel de confianza de 95 por ciento, el margen de error de la encuesta para los resultados totales es de +/- 2.1 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.

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

Se incluye la proyección de la encuesta y se adjunta la publicación tal cual apareció EL FINANCIERO-BLOOMBERG TV y en la versión impresa el día 5 de junio.

PROYECCIÓN DE VOTO PARA JEFE DE GOBIERNO (2 DE JUNIO-18:03 HRS)- EL FINANCIERO TV

Proyección: Ligera ventaja Clara Brugada

Encuesta de salida en CDMX, EL FINANCIERO

PROYECCIÓN DE VOTO JEFE DE GOBIERNO (2 DE JUNIO- 18:04 HRS)- EL FINANCIERO WEB

Proyección: Ligera ventaja Clara Brugada

Encuesta de salida en CDMX, EL FINANCIERO

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 \$250,000.00 (doscientos 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.

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.