

Ciudad de México, 29 de marzo de 2024

Mtro. Bernardo Núñez Yedra

Secretario Ejecutivo
Instituto Electoral de la Ciudad de
México

Presente.

De conformidad con la obligación contenidas en el artículo 136, apartado 1, inciso b del *Reglamento de Elecciones*, el acuerdo del Consejo General del INE identificado como INE/CG220/2014, así como sus correlativos en la normatividad local vigente en el estado de Ciudad de México, en mi carácter de representante legal de la empresa Social Listening and Strategy S.A. de C.V., anexo al presente copia del estudio completo realizado por esta persona moral y que respalda la información publicada en medios digitales de difusión propios el 27 de marzo de 2024.

Asimismo, señalo como domicilio para oír y recibir cualquier información o notificación al respecto, el ubicado en Av. Homero 229 Int. MS3, Polanco V Sección, Alc. Miguel Hidalgo, Ciudad de México, CP 11560, con número de teléfono (55) 5351 0917 ext. 401 y correo electrónico juridico@laencuesta.mx

Sin otro particular por el momento, envío un cordial saludo.

ATENTAMENTE



Monserrat Alcántara Diaz
Representante Legal

E-mail.
contacto@laencuesta.mx

Tel.
[+52 55 5351 0917](tel:+525553510917)

ANEXO TÉCNICO

1. Objetivo del Estudio

Medir las preferencias electorales de los ciudadanos que elegirán gubernatura del estado de Ciudad de México.

2. Marco Muestral

Plan Nacional de Numeración del Instituto Federal de Telecomunicaciones para los números celulares del estado de Ciudad de México.

3. Diseño Muestral

a) Población Objetivo

Hombres y mujeres de 18 años y más, residentes de la entidad, que cuentan con teléfono celular personal.

b) Procedimiento de Selección de Unidades

Los números telefónicos fueron seleccionados mediante muestreo sistemático con marcado aleatorio a partir de una base de números celulares, generada con base en el Plan Nacional de Numeración (Instituto Federal de Telecomunicaciones).

c) Procedimiento de Estimación

Previo al proceso de estimación, se realizó un ajuste para corregir la no respuesta.

d) Tamaño y forma de obtención de la muestra

El diseño de muestra establecido para este estudio se determinó con un tamaño de muestra de 1000 entrevistas y las mismas se realizaron mediante llamadas telefónicas automatizadas.

e) Calidad de la estimación: confianza y error máximo implícito en la muestra

El margen de error teórico es de ± 3.5 puntos porcentuales con un nivel de confianza estadística del 95%.

f) Tratamiento de la No respuesta.



Para el tratamiento de la No Respuesta se utilizará la técnica *Listwise Deletion* que utilizan los diversos paquetes estadísticos.

g) Tasa de la No respuesta.

Para este estudio se estimó una tasa de no respuesta total del 45%, usual en este tipo de estudios telefónicos.

4. Método y fecha de recolección de información.

Los números telefónicos fueron seleccionados mediante muestreo sistemático con marcado aleatorio a partir de una base de números celulares, generada con base en el Plan Nacional de Numeración (Instituto Federal de Telecomunicaciones), a través del sistema queXS tecnología CATI (Computer Assisted Telephone Interview) sobre un servidor VOIP Asterisk.

El levantamiento de la información se llevó a cabo en el periodo comprendido del 24 al 26 de marzo de 2024.

5. El cuestionario o instrumento de captación utilizado para generar la información publicada.

Aplicación de cuestionario automatizado a través del sistema queXS tecnología CATI (Computer Assisted Telephone Interview) sobre un servidor VOIP Asterisk.

Se anexa archivo de cuestionario.

6. Forma de procesamiento, estimadores en intervalos de confianza

Para el procesamiento de la información se calcularon los ponderadores que permiten que la información de la muestra sea aplicable a la población de 18 y más. Los estimadores que se utilizaron para este estudio corresponden a proporciones, medias y estimadores de razón principalmente. Los intervalos de confianza se calcularon tomando en consideración el efecto de diseño de la muestra. Para la presentación del reporte respectivo, se consideraron factores de ajuste y ponderación por no respuesta.

7. Denominación del software utilizado para el procesamiento

El software utilizado para el procesamiento de la información es IBM SPSS versión 27.0 09 y Microsoft Excel versión 2016.



8. La base de datos en formato electrónico sin contraseñas ni candados en el archivo de origen (no PDF o imagen) que permita el manejo de sus datos.

Se anexa base de datos en formato xls.

9. Principales resultados

Se anexa informe de resultados en formato pdf.

10. Autoría y financiamiento

La persona moral que ordenó, financió y ejecutó el estudio es Social Listening and Strategy S.A. de C.V. con fines de difusión de los servicios técnicos de la empresa.

11. Recursos financieros aplicados

El estudio fue realizado con equipo de automatización de llamadas propio de la persona moral, haciendo uso de plan de llamadas ilimitado de proveedores de telefonía VOIP.

Medios de publicación de la encuesta referida: La encuesta fue difundida a través del sitio web www.laencuesta.mx en la sección publicaciones, así como la red social twitter @LaEncuesta_MX y la red social Instagram @LaEncuestaMX

Informe del costo total del estudio realizado.

| Concepto | Costo Unitario | Cantidad | Total |
|---|-----------------------|-----------------|--------------|
| Costo marginal prorrateado de llamada telefónica. (Dentro de plan ilimitado de llamadas VoIP) | \$0.01 | 1,000 | \$10.00 |
| Procesamiento automatizado de respuestas y datos. (Cálculo prorrateado, costos de infraestructura propia) | \$250.00 | 1 | \$250.00 |
| Realización y presentación de informe. (Cálculo | \$250.00 | 1 | \$250.00 |



| | | | |
|--|--|--------------|-----------------|
| prorratedo, costos de infraestructura propia) | | | |
| | | Total | \$510.00 |

Al ser esta misma persona moral quien realiza y publica la encuesta, sin contar con un tercero como contratante del servicio, **no se presenta factura** que respalde la contratación de la realización de dicha encuesta o sondeo de opinión.

12. Experiencia profesional y formación académica.

La empresa Social Listening and Strategy S.A. de C.V. cuenta con experiencia profesional individual en el ámbito de la medición de opinión pública e investigación de mercados, encontrándose a la fecha en trámite su afiliación a las diversas organizaciones del gremio.