

Objetivo del informe: El presente informe tiene como propósito analizar la percepción ciudadana sobre los ministros y ministras que integran la Suprema Corte de Justicia de la Nación (SCJN), evaluando sus niveles de conocimiento, aprobación y desaprobación entre la población. Asimismo, busca identificar tendencias y contrastes en la intención de voto segmentada por sexo, a fin de ofrecer insumos relevantes para el análisis del comportamiento político-electoral y la opinión pública respecto al Poder Judicial.

Conocimiento y aprobación de los ministros y ministras de la Suprema Corte de Justicia de la Nación (SCJN)

Durante el periodo del **28 de marzo al 01 de abril de 2025** se evaluó el nivel de conocimiento y la percepción ciudadana respecto a los ministros y ministras de la SCJN. A continuación, se presentan los niveles de conocimiento y los porcentajes de aprobación, indiferencia y desaprobación de cada integrante evaluado.

Conocimiento

| Ministro/a | Puesto | Conocimiento | Desconocimiento |
|------------------------------|--|--------------|-----------------|
| Norma Lucía Piña Hernández | Presidenta de la SCJN | 79.9% | 20.1% |
| Lenia Batres Guadarrama | Ministra de la Segunda Sala | 72.1% | 27.9% |
| Yasmin Esquivel Mossa | Ministra de la Segunda Sala | 68.7% | 31.3% |
| Loretta Ortiz Ahlf | Ministra de la Primera Sala | 67.6% | 32.4% |
| Juan Luis González Alcántara | Ministro de la Primera Sala | 66.7% | 33.3% |
| Jorge Mario Pardo Rebolledo | Ministro de la Primera Sala | 65.9% | 34.1% |
| Ana Margarita Ríos Farjat | Ministra de la Primera Sala | 65.4% | 34.6% |
| Alfredo Gutiérrez Ortiz Mena | Ministro de la Primera Sala | 65.0% | 35.0% |
| Alberto Pérez Dayán | Ministro de la Segunda Sala | 63.7% | 36.3% |
| Javier Laynez Potisek | Ministro presidente de la Segunda Sala | 63.5% | 36.5% |

Aprobación

| Ministro/a | Puesto | Aprueba | Indiferente | Desaprueba |
|------------------------------|--|---------|-------------|------------|
| Norma Lucía Piña Hernández | Presidenta de la SCJN | 30.7% | 13.9% | 55.4% |
| Lenia Batres Guadarrama | Ministra de la Segunda Sala | 29.7% | 16.8% | 53.6% |
| Juan Luis González Alcántara | Ministro de la Primera Sala | 28.3% | 22.6% | 49.1% |
| Alfredo Gutiérrez Ortiz Mena | Ministro de la Primera Sala | 26.8% | 25.1% | 48.1% |
| Javier Laynez Potisek | Ministro presidente de la Segunda Sala | 25.2% | 25.1% | 49.7% |
| Ana Margarita Ríos Farjat | Ministra de la Primera Sala | 25.0% | 27.0% | 48.1% |
| Jorge Mario Pardo Rebolledo | Ministro de la Primera Sala | 24.7% | 27.0% | 48.2% |
| Alberto Pérez Dayán | Ministro de la Segunda Sala | 21.9% | 28.0% | 50.1% |
| Loretta Ortiz Ahlf | Ministra de la Primera Sala | 21.9% | 27.8% | 50.3% |
| Yasmín Esquivel Mossa | Ministra de la Segunda Sala | 19.9% | 22.3% | 57.9% |

Intención del voto de las próximas elecciones de Ministras y Ministros de la SCJN

También se evaluó la intención del voto, para las próximas elecciones para ministros/as de la Suprema Corte de la Justicia de la Nación: Si hoy fueran las elecciones para elegir ministras y ministros de la Suprema Corte de Justicia de la Nación, ¿Por quién votarías para ministro/a?

Intención del voto ministras



Intención del voto ministros



Metodología del ejercicio

- A. **Objetivo del ejercicio:** analizar la percepción ciudadana sobre los ministros y ministras que integran la Suprema Corte de Justicia de la Nación (SCJN), evaluando sus niveles de conocimiento, aprobación y desaprobación entre la población. Asimismo, busca identificar tendencias y contrastes en la intención de voto segmentada por sexo, a fin de ofrecer insumos relevantes para el análisis del comportamiento político-electoral y la opinión pública respecto al Poder Judicial
- B. **Marco Muestral:** Usuarios de Facebook mayores de 18 años que viven en la entidad de NSE indistinto.
- C. **Diseño del Marco Muestral:**
1. **Población objetivo:** ciudadanos con registro de vivir en cada una de las 32 entidades mayores de 18 años, NSE Indistinto
 2. **Procedimiento de selección de unidades:** Se desarrollan 32 publicaciones publicitada con objetivo de tráfico a la aplicación de encuesta y dirigido a población objetivo con acceso a dispositivos móviles sin acceso permitido por medio de las redes sociales de la casa encuestadora. El presupuesto asignado a cada una de las publicaciones es asignado mediante el peso proporcional de la entidad.
 3. **Selección de público:** con intereses en medios de comunicación nacionales, líderes de opinión y noticieros tradicionales y digitales.
 4. **Exclusión del marco muestral:** en seguidores de las páginas Arias Consultores y Revista32
- D. **Proceso de estimación de encuesta:** estimación puntual lógica por cada pregunta realizada en la zona de levantamiento por el total de la población encuestada.
1. **Tamaño de la muestra: 20,556 encuestas realizadas.**
 2. **Margen de error: +/- 0.6% sobre muestra efectiva en homogeneidad de la población del 50%**
 3. **Intervalo de confianza: 95%**
 4. **Periodo del levantamiento: Del 28 de marzo al 01 de abril de 2025.**
 5. **Tipo de muestreo:** probabilístico – polietápico
 6. **Tratamiento de la no-respuesta:** No se excluyó de la muestra las personas que contestaron de forma negativa ante cualquier selección.
 7. **Rechazo de la encuesta:** El instrumento de captación ocupado para el levantamiento de la muestra es mediante la publicidad estratificada por cada una de las entidades a través del algoritmo probabilístico y de dispersión estandarizada de Facebook, las respuestas obtenidas son efectivas ya que el encuestado decide acceder a la encuesta, sin causar un valor cuantificable de rechazo ya que la presentación es diferente al método de levantamiento de campo donde es posible registrar el rechazo de respuesta del usuario.
- E. **Método de recolección de información:**
1. **Lanzamiento de la encuesta:** publicación publicitada con objetivo de tráfico a la aplicación de encuesta sin acceso permitido por medio de las redes sociales de la casa encuestadora.
 2. **Instrumento de captación:** publicidad en Facebook de la encuesta dirigida a la población objetivo en cada una de las entidades por medio de un objetivo de tráfico que enlaza directamente a la aplicación de la encuesta.
 3. **Proceso de encuesta efectiva:** el usuario aleatoriamente seleccionado según los comportamientos digitales (diseño marco muestral) se le es presentado en su muro de Facebook la encuesta **en sólo 1 ocasión** con el fin de participar en la misma, si éste en su caso omite la publicación la encuesta no aparece de nuevo a causa de la falta de interés.
 4. **Filtro de encuesta primario:** el usuario solo puede contestar con una cuenta activa de Facebook **una sola vez**, se excluyen todas aquellas respuestas derivadas de compartir la encuesta, o direcciones IP duplicadas.
 5. **Filtro de encuesta secundario:** usuarios con direcciones IP fuera de la zona de levantamiento, accesos fuera del lanzamiento del lanzamiento de la encuesta (no accedieron desde la presentación de su muro).
- F. **Solicitante de la encuesta** Director General Arias Consultores – Luis Octavio Arias Ortiz
- G. **Patrocinador del estudio realizado** Luis Octavio Arias Ortiz
- H. **Responsable del proceso de datos** Julio Omar Arias Ortiz
- I. **Software del proceso de datos** Microsoft Excel
- J. **Costo operativo:** \$49,059.32

Los resultados oficiales de las elecciones son exclusivamente aquellos que dé a conocer el INE, el organismo público local correspondiente y en su caso el TEPJE