



Estudio de opinión de la programación del Canal del Congreso

2023

PREPARADO POR
CRYPTEX, SEGURIDAD PRIVADA MEXICANA, S.A. DE C.V.



Índice

- 01** — **Introducción**
- 02** — **Objetivos**
- 03** — **Metodología**
- 04** — **Perfil de la audiencia**
- 05** — **Percepción ciudadana del Canal del Congreso**
- 06** — **Programación**
- 07** — **Hallazgos y sugerencias**

CANAL DEL CONGRESO

01 Introducción

El canal de televisión del Congreso, es un medio de comunicación del Estado, dependiente del Poder Legislativo, que goza de autonomía e independencia, de conformidad con las disposiciones constitucionales y legales aplicables en materia de telecomunicaciones y radiodifusión.

Con 25 años de vida – fue creado el 18 de marzo de 1998 – tiene su sede en la Ciudad de México y en la actualidad realiza sus transmisiones a través de los sistemas de televisión abierta 45.1 y televisión restringida 45.2 y 45.3

El Canal del Congreso tiene por objeto reseñar y difundir la actividad legislativa y parlamentaria de las Cámaras del Congreso de la Unión y de la Comisión Permanente, así como contribuir a informar, analizar y discutir pública y ampliamente la situación de los problemas de la realidad nacional vinculados con la difusión de la cultura democrática y los valores nacionales.

Lo anterior plantea la necesidad de levantar cuestionarios cara a cara de manera mensual, que permitan detectar áreas de oportunidad en la programación propuesta, confirmando que el Canal del Congreso es el medio más idóneo para difundir la participación, discusión, debate y análisis de la problemática y las reformas constitucionales que surgen de la actividad parlamentaria, fortaleciendo la democracia, contribuyendo a la formación de un sentido ciudadano y estableciendo un acercamiento con la ciudadanía en un esquema plural de inclusión y de equidad.

¿A qué se debe que el Canal del Congreso tenga un reducido impacto? ¿Qué acciones se deben llevar a cabo, o qué planes debemos estructurar para atraer a la población? ¿Cómo lograr la atención de un público que se muestra indiferente a la programación del Canal del Congreso y prefiere ver los canales acostumbrados?

Este reporte presenta los resultados y hallazgos obtenidos de las 180,000 encuestas realizadas de enero a diciembre del 2023.

02 Objetivos

Los objetivos planteados buscan tener un conocimiento preciso de la audiencia, sus gustos, preferencias y necesidades que permitan brindar una programación asertiva, la cual, además de informar sobre la actividad legislativa sea un vínculo de comunicación circular con los ciudadanos.

01



POSICIONAMIENTO DE AUDIENCIA
POR BARRA PROGRAMÁTICA.

02



CONOCIMIENTO DE LAS
PRODUCCIONES DEL
CANAL DEL CONGRESO POR BARRA
PROGRAMÁTICA.

03



IMPACTO DEL CONOCIMIENTO
DE LA PROGRAMACIÓN DEL
CANAL DEL CONGRESO.

04



SUGERENCIAS DE LA
CIUDADANÍA PARA
MEJORAR LA PROGRAMACIÓN.

05



PENETRACIÓN DEL CONOCIMIENTO
DE LA PROGRAMACION DEL
CANAL DEL CONGRESO POR
GRUPOS DE EDAD.

02 Objetivos

Dentro del análisis del resumen final, se observa que se cumplieron los 5 objetivos propuestos para las encuestas realizadas en el periodo que comprende de enero a diciembre de 2023.

OBJETIVO 1. POSICIONAMIENTO DE LA AUDIENCIA POR BARRA PROGRAMÁTICA.

El reporte de los resultados que arrojaron los cuestionarios correspondientes a cumplir con este objetivo detectó que la audiencia tiene preferencia básica por los noticieros y las cuestiones culturales en comparación con las sesiones del Congreso. El contenido del Canal del Congreso les parece interesante pero además los mantiene informados. Solo un reducido porcentaje de la población encuestada, afirmó que profesionalmente tienen la obligación de ver este canal por motivos laborales.

OBJETIVO 2. CONOCIMIENTO DE LAS PRODUCCIONES DEL CANAL DEL CONGRESO POR BARRA PROGRAMÁTICA.

Este apartado corresponde a preguntas que presentaron una gran opción de programas abarcando desde programas de opinión, temas históricos o propuestas sociales de diversa índole para proporcionarnos información sobre las preferencias de las audiencias y su conocimiento de las producciones del Canal del Congreso, tanto en las sesiones legislativas como en el resto de la programación. Las respuestas indican que el 89% lo considera entre bueno y muy bueno, que se puede convertir en un excelente apoyo académico y de conocimiento sobre política y legislación.

OBJETIVO 3. IMPACTO DEL CONOCIMIENTO DE LA PROGRAMACIÓN DEL CANAL DEL CONGRESO.

Al realizar los cuestionarios correspondientes a generar datos sobre el impacto del Canal del Congreso en la vida de las personas a través de su programación, se buscó promover distintas opiniones de las audiencias. Una característica distintiva fue la sensación de que conocer y difundir la actividad de los legisladores fortalece un sentido de democracia entre los ciudadanos, además de presentar un resumen comprensible de sus quehaceres públicos, sin embargo es pertinente señalar el poco interés por la actividad legislativa en general. Por otro lado expresaron que la barra programática presenta contenidos inclusivos y ofrece temas de actualidad para todas las edades y preferencias.

02 Objetivos

OBJETIVO 4. SUGERENCIAS DE LA CIUDADANIA PARA MEJORAR LA PROGRAMACIÓN DEL CANAL DEL CONGRESO.

Cada opción de este bloque de preguntas, incluía respuestas abiertas para incitar a los encuestados a proporcionar sugerencias y puntos de vista sobre el Canal del Congreso. Los datos consignados muestran que a pesar de haber realizado las encuestas en todo el territorio nacional, la opinión generalizada describe el uso de un lenguaje muy técnico.

De las 120 preguntas, 16 fueron tendientes a buscar estas mejoras, que al margen de otros temas, mostró un gran interés en salud mental y física, aspectos deportivos, violencia doméstica y de género, cuestiones de apoyo legal y financiero, información sobre soluciones a temas de seguridad nacional, etcétera, mismas que se anexan como propuestas y preguntas dentro del cuerpo de este documento.

OBJETIVO 5. PENETRACIÓN DEL CONOCIMIENTO DE LA PROGRAMACIÓN DEL CANAL DEL CONGRESO POR GRUPOS DE EDAD.

Los recursos incorporados incluyeron 11 preguntas para obtener los porcentajes del perfil de la audiencia, que nos muestra una población de más del 50% de jóvenes entre 18 y 36 años.

Al diseñar las encuestas se buscó desglosar el nivel de estudios, la situación laboral representada en su mayoría por mandos medios, superiores y asistentes. Sin embargo se encontró que los jubilados y personas que se dedican al hogar, también forman parte del público televisivo.

La información sistematizada termina con la obtención de datos sobre el número de horas que ve el Canal del Congreso, el horario en que ve la televisión, y con quién comparte este momento. Los resultados muestran que es difícil ver los programas del Canal del Congreso, para las personas que trabajan, (a menos que esto forme parte de su obligación laboral).

03 Metodología

1	POBLACIÓN SUJETA A ESTUDIO	Ciudadanía en general, mayores de 18 años que hayan visto o que vean el Canal del Congreso.
2	PERIODO DE REFERENCIA	Enero - Diciembre 2023.
3	TÉCNICA DE RECOLECCIÓN DE DATOS	Levantamiento con cuestionario estructurado, cara a cara.
4	MARCO MUESTRAL	Selección aleatoria simple, en espacios universitarios, plazas cívicas de las ciudades y exterior de las sedes de los Congresos Estatales.
5	TAMAÑO DE LA MUESTRA	180 mil encuestas directas en 11 ciudades con TV abierta canal 45.1 y 50 ciudades con sistemas de TV restringida.
6	MARGEN DE ERROR	< 1% - Encuestas directas.
7	DISEÑO, RECOLECCIÓN DE DATOS Y ANÁLISIS	CRYPTEX, SEGURIDAD PRIVADA MEXICANA SA DE CV .

03 Metodología

Con el fin de conocer los medios y contenidos consumidos por nuestras audiencias, aunado a la frecuencia y lugar que ocupan en su vida cotidiana (cuándo, cómo, para qué...), se lleva a cabo, de manera regular el levantamiento de cuestionarios, que buscan obtener datos cuantitativos y cualitativos



15,000 cuestionarios mensuales
180,000 cuestionarios anuales

Se busca información de la audiencia, sus intereses, conocimiento de la programación y de las actividades y funciones del Poder Legislativo



10 preguntas mensuales por cuestionario

Preguntas abiertas y cerradas previamente autorizadas por la Dirección de Producción y Programación del Canal del Congreso, que brindan la facilidad de dar respuestas cortas y claras sobre intereses y conocimiento del Canal.



Más de 50 ciudades

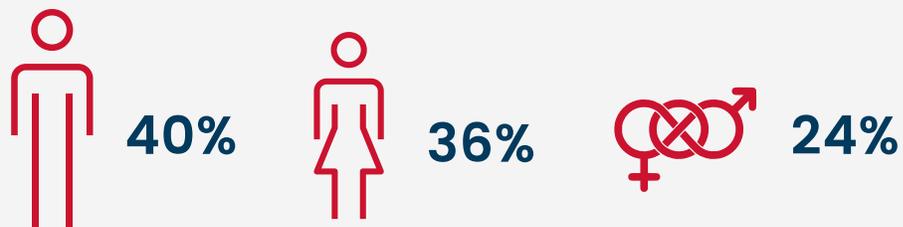
Cuestionarios levantados en Ciudad de México y en 50 ciudades del interior del país (ANEXO 1)

04 Perfil de la audiencia

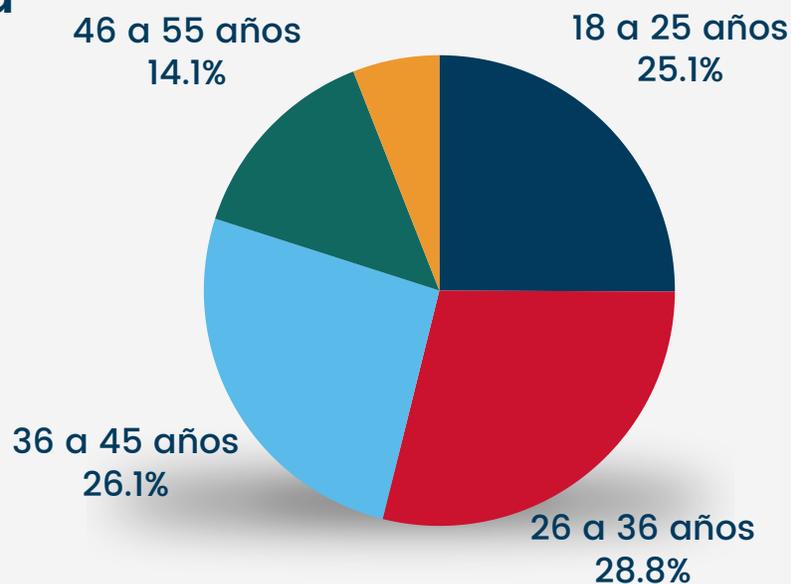
Perfil sociodemográfico

Audiencia integrada básicamente por gente joven, más del 50% tienen entre 18 y 36 años, con un nivel de estudio medio y superior y una situación laboral de asistente y mando medio, que opinan que el Canal contribuye a fortalecer la democracia

Sexo



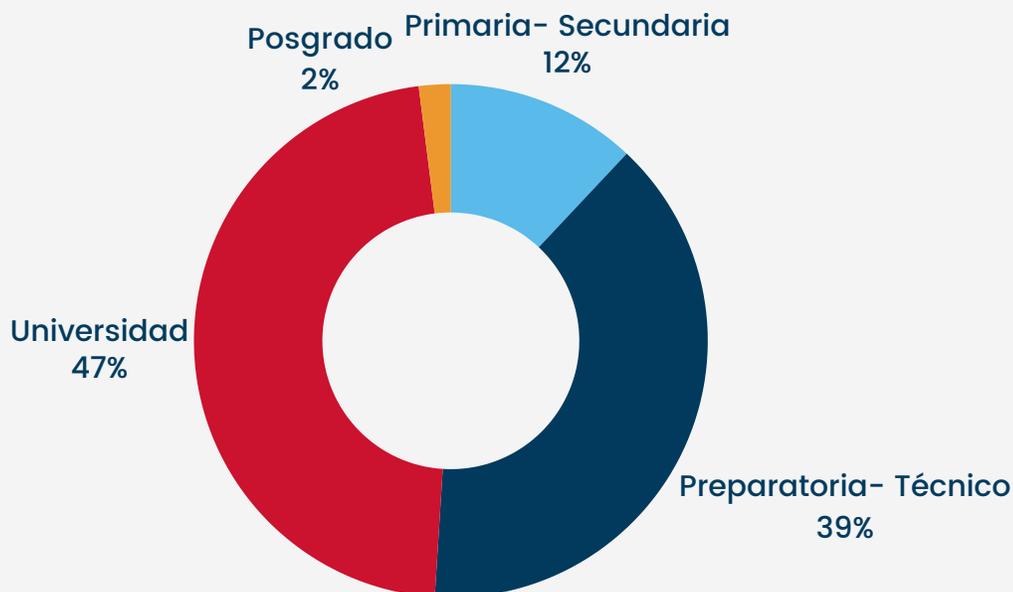
Edad



04 Perfil de la audiencia

Perfil sociodemográfico

Nivel de estudios



Situación Laboral



Hogar: 6%



Mando superior: 16%



Asistente: 41%



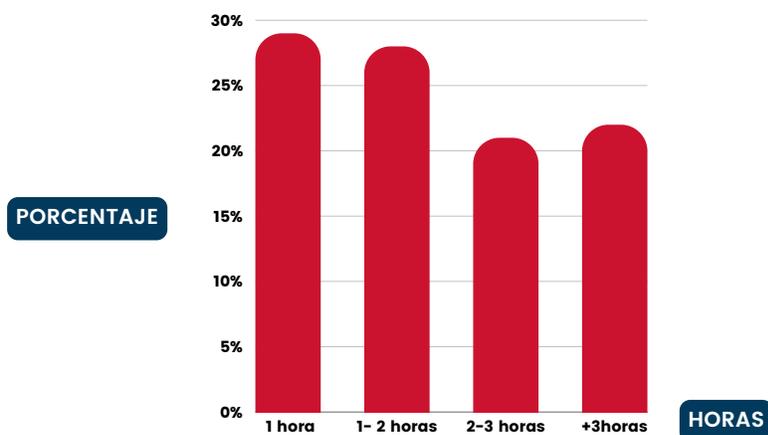
Jubilado: 11%



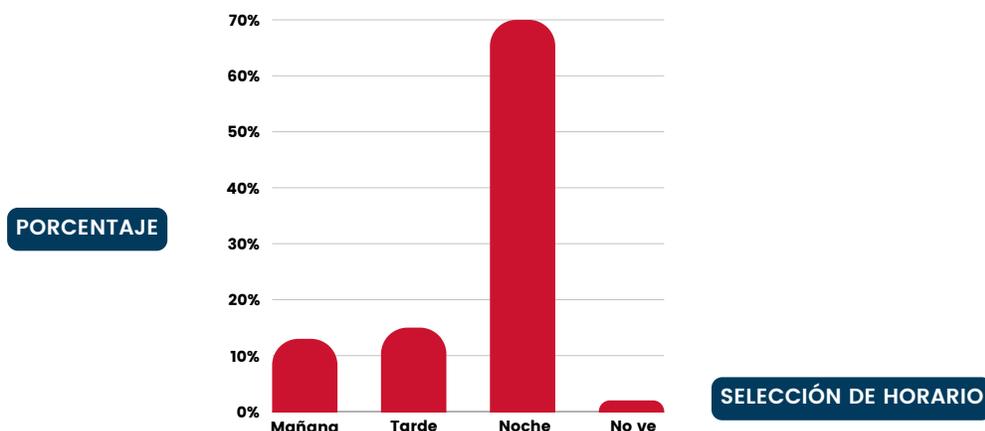
Mando medio: 27%

04 Perfil de la audiencia

Número de horas diarias que ve el Canal del Congreso



Horario en que ve TV



Ve la TV



05 Percepción ciudadana del Canal del Congreso

¿Por qué elegir el Canal del Congreso?

01 74 % opina que contribuye a fortalecer la democracia. Es un órgano de difusión de la actividad legislativa.

02 74 % opina que cuenta con una barra de programas dirigidos a los más diversos públicos y criterios

03 20% lo ven por razones profesionales, ya que lo consideran:

- Excelente apoyo académico y conocimiento en política y legislación
- Participación en sus convocatorias
- Transmite noticias objetivas

42% les gusta los programas culturales (historia, arte y música)

26% opina que los temas sobre mujeres son interesantes

12% los obligan a verlo

04 Razones por las que recomendarían el Canal:

- 42% es interesante y los mantiene informados
- 27% resume la actividad legislativa
- 19% aborda temas de actualidad
- 6% es para todo público
- 6% otras razones

05 Percepción ciudadana del Canal del Congreso



25 Aniversario del Canal del Congreso

El Canal del Congreso inició transmisiones el 18 de marzo de 1998. Actualmente cuenta con 3 frecuencias de señal digital en TV abierta: 45.1, 45.2 y 45.3, con cobertura en Ciudad de México y área conurbada. Su señal principal 45.1 se transmite de manera gratuita en 10 ciudades del interior del país y se encuentra disponible en todo el territorio nacional a través de la televisión restringida.

- 71% de la audiencia conoce de este aniversario, difundido tanto por el propio Canal, como en sus redes sociales y radio.
- 54.7 % considera que el Canal del Congreso cuenta con potencial para llegar a una mayor audiencia

05 Percepción ciudadana del Canal del Congreso



1er. Aniversario de Radio Congreso

El 21 de junio de 2022 el Canal del Congreso inició transmisiones de “Radio Congreso”, un nuevo proyecto de comunicación legislativa, vía streaming, que permite brindar a los usuarios un servicio integral de comunicación.

- 48% de los entrevistados sabía del 1er aniversario de este nuevo medio de comunicación

06 Programación

De los contenidos del Canal, se prefiere los espacios informativos y la barra cinematográfica (36%) sobre los Programas de opinión (24%). Producciones unitarias y las Sesiones del Congreso con un 20% respectivamente



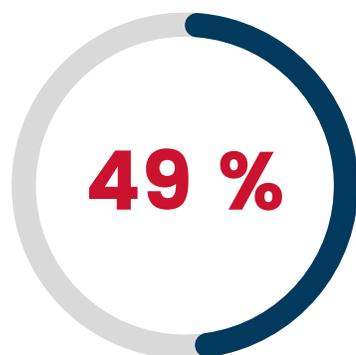
Buena programación

59% buena (4 a 7 puntos)
30% muy buena (8 a 10 puntos)



Recomiendan las Noticias del Congreso

20% las sesiones legislativas
30% el resto de la programación



Satisfechos con las opciones de educación y cultura

26% insatisfechos
25% indiferentes

06 Programación

Opinión de programas

Datos destacados

- ✓ De diversos programas de opinión y producciones unitarias, destaca “Mesa de Diálogo”, que el 54% de la audiencia lo considera como un espacio de reflexión sobre temas relevantes de la realidad social.
- ✓ 63% ha visto el Programa “Quorum”
- ✓ 47% conoce los temas que aborda el programa “Vivas, libres y sin miedo” como referente para la reeducación de hombres y mujeres sobre asuntos de violencia, hostigamiento y acoso sexual
- ✓ 39% Conoce el programa “De oficio reportero” que realiza entrevistas y conversaciones con distintos periodistas mexicanos
- ✓ Programas reconocidos por la audiencia



CONSONANTES Y MAS



NO DISPAREN SOY MONERO



VÉRTICE INTERNACIONAL



MUJERES IMPRESCINDIBLES



PERSONALIDADES



INCURSIONANDO

06 Programación

Sesiones ambas cámaras

La difusión del trabajo parlamentario como objetivo central del Canal de Congreso, nos obliga a cuestionar si se cumple con el mismo, ya que de acuerdo al resultado de las encuestas aplicadas, las audiencias muestran un reducido interés en la vida pública y parlamentaria del país.

Cabe señalar que el público conoce de manera muy general, la función del Canal, que además de la difusión de las actividades que realiza el Poder Legislativo, puede ser un impulsor de cultura cívica.

06 Sesiones de ambas Cámaras. Asuntos diversos

Diversos asuntos de carácter social y político estuvieron en la mesa de los Diputados y Senadores, mismos que fueron debatidos y cuya transmisión se realizó a través del Canal del Congreso, sin embargo el conocimiento de los mismos fue menor. Es importante señalar que existen algunos asuntos que son del interés común como lo fue el que se legisle sobre las tecnologías de la información, los foros “Libros de Texto Gratuitos por una educación con futuro” y el Foro “Libros de Texto Gratuitos frente a los derechos de las niñas, niños y adolescentes” o el principio de paridad de género para la postulación de candidatos a ocupar gubernaturas y Jefatura de Gobierno de la Ciudad de México.



INE

33% siguió la insaculación para elegir a las consejeras(os) del INE y su Presidenta en la Cámara de Diputados



Incendio Centro de migrantes

34% conoce de los pronunciamientos de las Cámaras de Diputados y Senadores en relación a este incendio en Ciudad Juárez



Nombramiento de Consejeros INAI

33% siguió la transmisión en la que senadores de Morena y de la oposición dieron sus pronunciamientos sobre el nombramiento de Consejeros del INAI



Reforma constitucional

41% tuvo conocimiento de la aprobación de esta reforma que impedirá a agresores de mujeres o deudores alimentarios registrarse como candidatos a cargos de elección popular o cargo público

06 Sesiones de ambas Cámaras. Asuntos diversos



Genética en Programas Universitarios

47% vio el conversatorio realizado en el Senado de la República para impulsar la materia de genética en los programas universitarios



Espectáculos Públicos

54% se enteró de que la Comisión de Economía de la Cámara de Diputados aprobó un dictamen para que en caso de cancelación de cualquier espectáculo público, se reintegre al consumidor el importe completo de su boleto



Homenaje Luctuoso

22% le interesó la transmisión del homenaje luctuoso al exdiputado Porfirio Muñoz Ledo en el pleno de la Cámara de Diputados



Salud mental y adicciones

15% se enteró de las transmisiones del segundo curso de Salud Mental y Adicciones centrado en adolescentes, organizado por la Comisión de Salud del Senado de la República

06 Sesiones de ambas Cámaras

Por lo que respecta a las actividades de carácter ordinario, el conocimiento y seguimiento de la población es mayoritariamente bajo, sin embargo, al 60% le interesan las transmisiones en las que comparecen funcionarios de la Administración Pública Federal ante las Cámara de Diputados y Senadores

37%

Conoce la entrada en funciones de la Comisión Permanente y cuyas sesiones las transmite el Canal del Congreso.

44%

Conoce que la Comisión Bicameral es la encargada de evaluar y dar seguimiento a las fuerza armadas en las tareas de seguridad pública

38%

Conoce que las Cámaras de Senadores y Diputados realizan reuniones de trabajo del Grupo Amistad con el resto de los países

36%

Conoce que la Comisión Bicameral de Concordia y Pacificación realizó el Foro “Los retos del desplazamiento forzado interno en México”, para ofrecer soluciones a las personas desplazadas por la violencia

40%

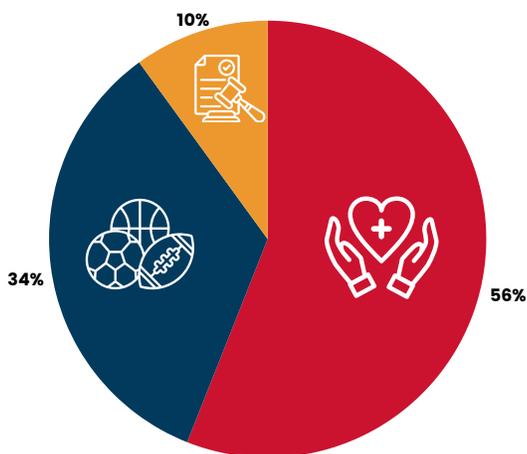
Conoce del conversatorio que se realiza en la Cámara de Diputados sobre la transformación del Poder Judicial

06 Programación

Propuestas de mejoras de la barra alternativa (excluyendo sesiones legislativas)

30% Contenido menos tedioso y uso de lenguaje accesible y no tan técnico

70% Diseño de programación más atractiva, con contenidos de entretenimiento y temas con mayor impacto en la vida de las personas:



- 56% SALUD: (mental, drogas, aborto) y combate a la violencia de género
- 34% DEPORTES: (amateur, apoyos)
- 10% AYUDA LEGAL: incluido la protección a los derechos de los animales

Otros: Estrategias de seguridad nacional, concurso de cultura general y competencias de conocimiento científico y tecnológico; series mexicanas, noticieros cercanos a la comunidad* con temas como drenaje, seguridad, alumbrado.

*Actualmente el Canal del Congreso ofrece dos programas cuya vocación es un acercamiento con la sociedad: "En la banquetta" y "La visita incómoda".

06 Programación

Propuestas de mejoras de la barra alternativa (excluyendo sesiones legislativas)

Interesados en que se transmitan::



87% Futbol americano estudiantil de México



81% Spots sobre temas relevantes como Inteligencia artificial y protección de datos



62% Programa sobre las elecciones presidenciales, de preferencia en un formato que combine información, datos curiosos, entretenimiento, mesa de análisis y entrevista con los actores de la política.



57% programas relacionados con la salud mental y adicciones



49% está satisfecho con la programación de educación y cultura, de los que el 64% está interesada en un programa educativo sobre música clásica.

07 Hallazgos y sugerencias

La característica que define a la comunicación política es la creación o desarrollo de narrativas significativas en la sociedad, para informar, persuadir y llamar a los ciudadanos a la acción. El Canal del Congreso cuenta con las capacidades y los recursos para lograrlo.

El público conoce, de manera general, que el Canal del Congreso difunde las actividades que realiza el Poder Legislativo, pero manifiesta mayoritariamente que no está interesado en los procesos legislativos del país, por lo que es necesario buscar estrategias que permitan despertar su interés.

07 Hallazgos y sugerencias



- Sigue siendo necesario fortalecer acciones que incrementen el interés de la audiencia en la vida pública y parlamentaria del país.
- En general, califican a la programación como: Buena.
- El 42% lo califican de interesante y los mantiene informados.
- La audiencia busca una televisión social, donde el espectador, además de ver, también participe (comunicación circular).

07 Hallazgos y sugerencias

- Crear estrategias para lograr “trending topic” con el fin de incrementar audiencia en los diversos eventos parlamentarios.
- Fortalecer al Canal del Congreso, aprovechando el 25 aniversario del canal de televisión y el 1er. aniversario de “Radio Congreso” y posicionarlo entre la audiencia objetivo a través de los diversos medios digitales y el propio canal.
- Robustecer la promoción de los eventos importantes y producciones especiales del Canal del Congreso en Radio Congreso y en las redes sociales.
- Continuar con la producción de contenido que ofrezca programas activos e innovadores con la calidad actual pero de nivel accesible y atractivo a la población, considerando que la audiencia es mayoritariamente joven (54%).



07 Hallazgos y sugerencias

- Continuar acercando a las audiencias mediante cápsulas breves de los temas tratados por los legisladores o temas del día, con un lenguaje coloquial.
- 2024 será un año de elecciones, la audiencia espera un programa que convine información, datos curiosos, entretenimiento, mesa de análisis y entrevistas con los actores de la política, que le permita dar seguimiento a este proceso, de forma sencilla y clara.
- Como complemento a las actividades legislativas, la oferta actual de la barra programática del Canal del Congreso en aspectos sociales y culturales, intenta promover el interés hacia temas de contenido significativo. A continuación se indican posibles temas a tratar.



POSIBLES TEMAS A TRATAR POR SECTOR EN LA BARRA ALTERNATIVA:



Anexo 1

APLICACIÓN DE ENCUESTAS MENSUALES. TV ABIERTA

TELEVISIÓN ABIERTA

CURSO:

TELEVISIÓN ABIERTA		FRECUENCIA 45.1	
CIUDAD	ENCUESTAS MENSUALES POR CIUDAD	NOTA	TOTAL %
CDMX	1,100		38.6%
VILLA HERMOSA, TAB.	300		10.5%
ZACATECAS, ZAC.	250		8.8%
<ul style="list-style-type: none">• AGUASCALIENTES, AGS.• CAMPECHE, CAMP.• CD, OBREGON, SON.• COLIMA, COL.• MAZATLAN, SIN.• SAN CRISTOBAL, CHIS.• TUXTLA GUTIERREZ, CHIS.• URUAPAN, MICH.	(8 CIUDADES) 150 TOTAL: 1,200	5.3% POR CIUDAD	42.1%
TOTAL	2,850		100%

Anexo 1

APLICACIÓN DE ENCUESTAS MENSUALES. TV RESTRINGIDA

Encuestas mensuales TV Restringida			
Estado	% Encuestas por Estado	Ciudades	No. Encuestas
Aguascalientes	2.0%	Aguascalientes	250
Baja California	2.9%	Tijuana	250
		Mexicali	100
Baja California Sur	2.9%	La Paz	250
		Los Cabos	100
Campeche	2.9%	Campeche	250
		Ciudad del Carmen	100
Chiapas	2.9%	Tuxtla Gutiérrez	250
		Tapachula	100
Chihuahua	4.9%	Chihuahua	450
		Cd. Juárez	150
CDMX	9%	CDMX	1100
Coahuila	2.9%	Saltillo	250
		Torreón	100
Colima	2.0%	Colima	250
Durango	2.0%	Durango	250
Edo. Mex	2.0%	Toluca	250
Guanajuato	4.1%	Guanajuato	250
		León	150
		Celaya	100
Guerrero	2.0%	Chilpancingo	250
Hidalgo	2.0%	Pachuca	250
Jalisco	4.5%	Guadalajara	450
		Pto. Vallarta	100

Anexo 1

APLICACIÓN DE ENCUESTAS MENSUALES. TV RESTRINGIDA

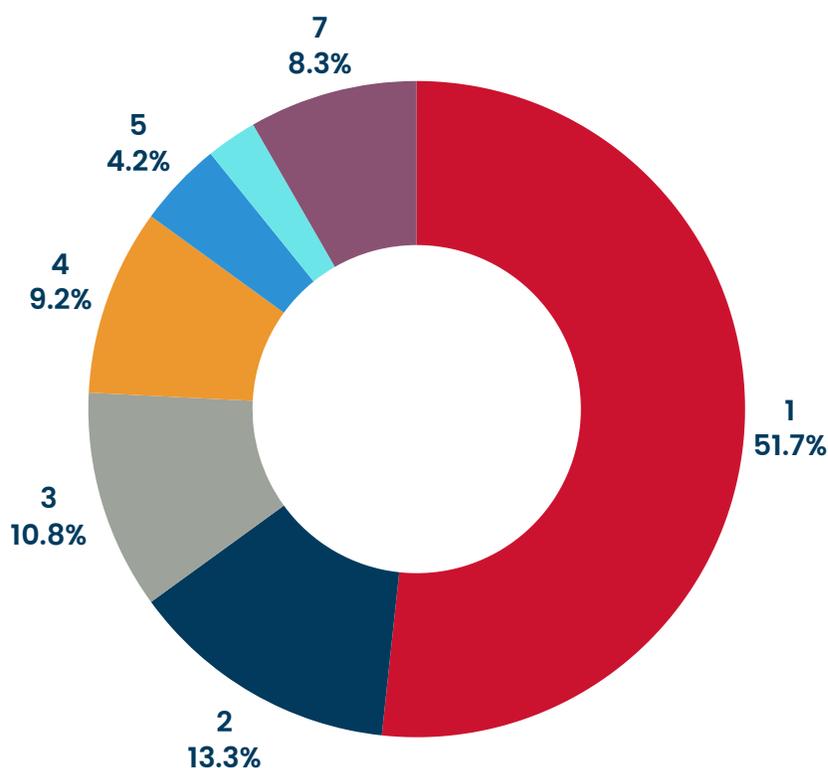
Estado	% Encuestas por Estado	Ciudades	No. Encuestas
Michoacán	4.1%	Morerlia	300
		Lázaro Cárdenas	100
		Uruapan	100
Morelos	2.5%	Cuernavaca	300
Nayarit	2.5%	Tepic	300
Nuevo León	3.7%	Monterrey	450
Oaxaca	2.5%	Oaxaca	300
Puebla	3.3%	Puebla	300
		San Martín Texmelucan	100
Querétaro	3.3%	Querétaro	300
		San Juan del Río	100
Quintana Roo	3.3%	Chetumal	300
		Cancún	100
San Luis Potosi	3.3%	San Luis Potosi	300
		Ciudad Valles	100
Sinaloa	4.9%	Culiacan	300
		Hermosillo	300
Sonora	0.8%	Nogales	100
Tabasco	2.5%	Villahermosa	300
Tamaulipas	3.3%	Ciudad Victoria	300
		Nuevo Laredo	100
Tlaxcala	2.5%	Tlaxcala	300
Veracruz	3.3%	Jalapa	200
		Veracruz	200
Yucatán	2.5%	Mérida	300
Zacatecas	2.5%	Zacatecas	300
Total	100%		12150

15,000 cuestionarios levantados mensualmente en las Capitales de las Entidades Federativas y algunas otras ciudades que reciben la señal por TV abierta y/o TV restringida

Anexo 1

Durante 2023 se levantaron 180,000 encuestas “cara a cara” dirigidas a conocer el perfil de la audiencia, la percepción ciudadana, conocimiento de la programación y propuestas de mejora por parte de los mismos televidentes del Canal del Congreso.

Estas encuestas estuvieron integradas por batería de 10 preguntas mensuales, dando un total de 120 preguntas realizadas durante el año, que trataron los siguientes temas: :



1. Trabajo legislativo transmitido
2. Propuesta de los televidentes para mejora de la programación
3. Conocimiento y opinión sobre producciones unitarias, producción especial y programas de opinión
4. Conocimiento del perfil del televidente
5. Percepción del Canal
6. Barra informativa
7. Temas en general

El reporte y las encuestas realizadas (foliadas), se entregaron durante los primeros 5 días hábiles del mes inmediato al que corresponde el reporte. Las encuestas físicas fueron separadas en folders por localidad, digitalizadas y entregadas mensualmente al Canal del Congreso en CD.



PREPARADO POR
CRYPTEX, SEGURIDAD PRIVADA MEXICANA, S.A.
DE C.V.

