



# **Criterios para el monitoreo de publicaciones en materia de encuestas, sondeos, conteos rápidos y encuestas de salida sobre preferencias electorales en medios impresos**

*Proceso Electoral Federal 2020-2021*

**Agosto de 2020**

Secretaría Ejecutiva  
Coordinación Nacional de Comunicación Social

## Contenidos

I.	Fundamento legal.....	3
II.	Objetivos y justificación .....	3
III.	Monitoreo de Encuestas Electorales.....	4
	Definición del objeto del monitoreo .....	4
	Ejercicios que no se ostentan como una encuesta o sondeo .....	5
	Características de los reactivos .....	7
	Objeto del monitoreo.....	9
	Consideraciones adicionales .....	9
IV.	Criterios para la clasificación de las publicaciones .....	15
	Reproducciones.....	19
	Citas.....	19
	Permisibilidad de errores en la clasificación de las publicaciones.....	19
V.	Criterios para el registro de publicaciones en la base de datos.....	22
VI.	Anexo 1 - Obligaciones en la publicación de encuestas y sondeos recogidas en el Reglamento de Elecciones .....	24

## I. Fundamento legal

De conformidad con lo establecido en el Capítulo VII del Reglamento de Elecciones del Instituto Nacional Electoral, la Coordinación Nacional de Comunicación Social (CNCS) y las áreas responsables de la comunicación en los Órganos Públicos Locales (OPL) deben realizar un monitoreo de medios impresos para detectar las encuestas sobre preferencias electorales que son publicadas.

El artículo 136, párrafos 6 y 7 del Capítulo VII del Reglamento de Elecciones señala la información que deberá contener toda publicación que dé a conocer resultados de encuestas sobre preferencias electorales, la cual debe ser identificada y registrada como parte del monitoreo.

Las personas físicas o morales que publiquen encuestas o sondeos para dar a conocer las preferencias electorales durante los procesos están obligadas por la Ley General de Instituciones y Procedimientos Electorales (LGIPE) a entregar una copia completa del estudio y los criterios metodológicos que respaldan los resultados publicados a la Secretaría Ejecutiva del INE, cuando se trate de encuestas sobre preferencia de voto de elecciones federales (o en su caso de las que se haga cargo el INE en su totalidad), o del OPL que corresponda, cuando se trate de encuestas sobre elecciones locales.

El monitoreo posibilita a la autoridad electoral contrastar la información y estudios que recibe con las encuestas electorales que se publican.

## II. Objetivos y justificación

El monitoreo en materia de encuestas electorales que realiza la Coordinación Nacional de Comunicación Social (CNCS) permite a la autoridad conocer las encuestas y sondeos de opinión sobre preferencias electorales publicadas, así como verificar la información que, de acuerdo con el Art. 136 del Reglamento de Elecciones, debe de darse a conocer cuando se publican estos estudios. Por ello, resulta necesario el establecimiento de criterios para orientar la identificación y clasificación de dichas encuestas, así como la forma en que debe registrarse en la base de datos la información identificada mediante el monitoreo.

En este sentido, los presentes criterios buscan aportar elementos que, como resultado de la experiencia en esta materia, contribuyan a ofrecer la mayor certeza posible para la regulación en la materia, así como homogeneizar la delimitación de encuestas y sondeos de opinión a incluirse en la base de datos, a fin de dar cumplimiento al Reglamento de Elecciones cuyo artículo 143 señala:

1. *El Instituto y los OPL, a través de sus respectivos áreas de comunicación social a nivel central y desconcentrado, deberán llevar a cabo desde el inicio de su proceso electoral hasta tres días posteriores al de la jornada electoral, un 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, con el objeto de identificar las encuestas originales que son publicadas y las que son reproducidas por los medios de comunicación.*

2. *El área de comunicación social responsable de realizar el monitoreo deberá informar semanalmente de sus resultados a la Secretaría Ejecutiva del Instituto o del OPL que corresponda.*

En particular, el presente documento busca ofrecer una definición de criterios generales que ayuden a distinguir entre las publicaciones de encuestas sobre preferencias electorales originales, las que son reproducciones y, en última instancia, las que se clasifican como menciones o citas.

### **III. Monitoreo de Encuestas Electorales**

En su artículo 251, párrafos 5, 6 y 7, la LGIPE establece que las encuestas y sondeos de opinión regulados por la autoridad electoral son aquellos que traten sobre asuntos electorales que se difundan desde el inicio del proceso electoral hasta el cierre de las casillas el día de la elección, mismas que podrán ser difundidas en cualquier medio. Por otro lado, el artículo 132 del Reglamento de Elecciones delimita la aplicación de las disposiciones contenidas en el *Capítulo VII: Encuestas por muestreo, sondeos de opinión, encuestas de salida y conteos rápidos no institucionales* única y exclusivamente a los estudios demoscópicos cuyo objeto sea dar a conocer preferencias o tendencias electorales durante los procesos electorales. Derivado de lo anterior, las encuestas y sondeos de opinión que tratan sobre preferencias o tendencias electorales deberán entenderse como aquéllas que tengan como fin dar a conocer la intención del voto, ya sea por partidos políticos o candidaturas, para los cargos a elegir en las próximas elecciones o cargos relacionados que pregunten por preferencias electorales.

#### *Definición del objeto del monitoreo*

Con el propósito de guiar el esfuerzo de monitoreo de encuestas en los términos que recoge el Reglamento de Elecciones, se consideran las siguientes definiciones:

- Encuesta: conjunto de preguntas tipificadas dirigidas a una muestra representativa de grupos sociales, para averiguar estados de opinión o conocer otras cuestiones que les afectan. (RAE)
- Sondeo: investigación de la opinión de una colectividad acerca de un asunto mediante encuestas realizadas en pequeñas muestras, que se juzgan representativas del conjunto a que pertenecen. (RAE)
- Conteo rápido no institucional: ejercicio de estimación estadística que realizan las personas físicas y morales, distintas a la autoridad electoral, a partir de una muestra representativa de los resultados de la votación obtenida en casillas, a fin de tratar de obtener una estimación del resultado de la elección correspondiente..<sup>1</sup>

---

<sup>1</sup> Definición del Reglamento de Elecciones, artículo 137. Para más información relacionada con esta definición se puede véase: Campos, Roy y Carlos Penna, “¿Qué es una encuesta de salida y un conteo rápido?”, Consulta Mitofsky, 2004. Disponible en el siguiente vínculo: <https://bit.ly/3fAnPJJ>. Cabe mencionar que el monitoreo no contempla los resultados del conteo rápido institucional (véase: <https://www.ine.mx/voto-y->

- Encuesta de salida: es aquella que se realiza el día de la jornada electoral al pie de la casilla, mediante un cuestionario que se aplica a la ciudadanía inmediatamente después de haber emitido su voto.<sup>2</sup>

De las definiciones anteriores se desprende que la diferencia entre una encuesta y sondeo se centra en la extensión del ejercicio mas no en su intención. En otras palabras, un sondeo puede centrarse en el estudio de una población objetivo más pequeña a través de un instrumento de captación reducido o con un tamaño de muestra más pequeño que el de una encuesta. Sin embargo, ambos tipos de ejercicios pretenden entender y estudiar a un conjunto de interés mayor al que estrictamente participa como informante en la obtención de las opiniones. Además, ambos ejercicios parten de que la muestra es representativa de este conjunto, o población, independientemente de los métodos y mecanismos utilizados para seleccionar dicha muestra de informantes.

#### *Ejercicios que no se ostentan como una encuesta o sondeo*

Partiendo de las definiciones anteriores, se entiende que el objeto del monitoreo debe restringirse a publicaciones que, en su contenido, visual o escrito, hagan referencia a los resultados provenientes de un estudio con estas características y que se ostente como tal. En este sentido, y en concordancia con las definiciones anteriores, particularmente las de los términos “encuesta” y “sondeo”, quedan excluidos del monitoreo:

- Los ejercicios que no se ostenten como representativos de un grupo determinado de la población; es decir, cuyos resultados se consideren válidos exclusivamente para el grupo de individuos que directamente participó en el estudio.
- Los que el público, en general, puede optar por participar sin haber sido antes preseleccionados por parte del investigador/a, ya que, con base en las definiciones anteriores, carecen de representatividad para un conjunto mayor.

---

[elecciones/conteos-rapidos-ine/](#)), sino sólo los realizados por terceros a través de las actas publicadas de escrutinio y cómputo de las casillas.

<sup>2</sup> Definición del Reglamento de Elecciones, artículo 137. Para más información relacionada con esta definición véase: Campos, Roy y Carlos Penna, “¿Qué es una encuesta de salida y un conteo rápido?”, Consulta Mitofsky, 2004. Disponible en el siguiente vínculo: <https://bit.ly/3fAnPJJ>

**Ejemplos de ejercicios que no se ostentan como una encuesta o sondeos representativos para un grupo mayor o distinto**

res posibilidades de triunfo. Pareciera que se considera que los de afuera —sin estadísticas— saben más que los analistas de casa.

Los intervalos de confianza de John Allen P. nuestra confianza a las del cor muy variada también aumentativas que. Es muy imj para la mues las transmite se crea una l tosco: sería r Morena en la eso, el lector debe conocer probable qu correcta. Hay un pu margen de e gamos que el



Publicado en la revista Etcétera el 8 de febrero de 2018.

No se incluye en el monitoreo ya que se trata de un ejercicio que no se ostenta como representativo de un conjunto de personas mayor al que estrictamente participó en su levantamiento. Además, se identifica que el público en general puede optar por participar en él sin que el responsable del levantamiento seleccione previamente a los informantes.



**JOSÉ ANTONIO ROMÁN**

En un simulacro electoral realizado este jueves por la comunidad de la Universidad Pedagógica Nacional (UPN), Andrés Manuel López Obrador, candidato presidencial de la coalición Juntos Haremos Historia, obtuvo 88.2 por ciento de los mil 157 votos depositados en las urnas.

Muy atrás en el conteo de votos quedaron Ricardo Anaya, candidato postulado por la coalición Por México al Frente (PAN-PRD-Movimiento Ciudadano), quien alcanzó 7.3 por ciento de los sufragios; José Antonio Meade, de la coalición Todos por México (PRI-PVEM-Panal), obtuvo apenas 2.9 por ciento, y el candidato independiente Jaime Rodríguez Calderón, *El Bronco*, que registró 1.6 por ciento. Hubo 17 votos nulos.

El ejercicio democrático, coordinado por Pedro Jaime Zavala, contó con la colaboración del Instituto Nacional Electoral (INE), que proporcionó las mamparas para votantes y las boletas electorales —con la leyenda “Simulacro”, escrita en el

Publicado el 25 de mayo de 2018 en La Jornada.

No se incluye en el monitoreo ya que se trata de un ejercicio que no se ostenta como representativo de un conjunto de personas mayor al que estrictamente participó en su levantamiento.



No se incluye porque no es un ejercicio demoscópico incluido en las definiciones del Reglamento. En este caso se trata del PREP, realizado por el INE.

*Publicado el 2 de julio de 2018*

Cabe mencionar que en caso de que la publicación contenga información sobre un posible estudio demoscópico o que simplemente no sea posible distinguir a través de la información disponible el alcance de éste en relación con las definiciones anteriores, la publicación debería registrarse dentro del monitoreo con tal de que la Secretaría Ejecutiva pueda ampliar la información al respecto.

#### *Características de los reactivos*

De forma adicional, para el caso de las encuestas y sondeos, es necesario delimitar aquellas que se encuentran en el supuesto de tratar las preferencias electorales conforme a lo establecido en el Reglamento. Se considerarán encuestas de preferencia electoral aquellas cuyo cuestionario o instrumento de captación contemple, al menos, una pregunta sobre la intención de voto de la persona entrevistada hacia un partido o candidatura que participe en el proceso electoral vigente, teniendo en consideración lo siguiente:

- Preguntar explícitamente sobre la intención de voto del entrevistado/a, haciendo mención la acción de “votar” o emitir el sufragio.
- Preguntar explícitamente sobre una precandidata, precandidato, candidata, candidato o partido político federal que participe en el proceso electoral correspondiente.

#### **Ejemplos de preguntas y reactivos que denotan preferencia electoral**

A manera de ejemplo, estrictamente enunciativo mas no limitativo, las preguntas de las encuestas sobre preferencias electorales pueden ser como las que se enlistan a continuación.



Reactivos sobre preferencias electorales, ***incluidas en el monitoreo***

- Si hoy fueran las elecciones para (cargo a elegir) ¿por cuál partido/candidato votaría?
- Si hoy fueran las elecciones para (cargo a elegir) y los candidatos fueran los siguientes ¿por cuál votaría?



Reactivos relacionados con la contienda electoral que no preguntan sobre preferencias electorales y ***no se incluyen en el monitoreo***

- Identificación partidista – Independientemente del partido por el que vaya a votar, ¿con cuál de los partidos se identifica más usted?
- Opinión, simpatía, favoritismo o confianza en partidos o candidatos - ¿En

- |   |   |
|---|---|
| <ul style="list-style-type: none"> <li>- ¿Por cuál partido votaría en las próximas elecciones para (cargo a elegir)?</li> <li>- ¿Por quién votaría para (cargo a elegir)?</li> <li>- Del siguiente listado de aspirantes, ¿por quién votaría para la elección de (cargo a elegir)?</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>qué partido político confía? ¿Cuál es su opinión sobre (candidato/partido)?</li> <li>- Negativa del voto: ¿Por cuál partido/candidato nunca votaría?</li> <li>- Percepciones sobre los resultados - ¿Qué partido cree que ganará la elección?</li> </ul> |
|---|---|

**Ejemplos de publicaciones con preguntas relacionadas con las elecciones**



No se incluye porque a pesar de que las preguntas que se presentan están relacionadas con el Proceso Electoral, no son como tal preguntas sobre preferencias electorales.

Publicado en el periódico Metro el 13 de septiembre del 2017.



Se incluye porque la pregunta "Si hoy fueran las elecciones para presidente de la República" es sobre preferencias electorales y cumple con las características definidas.

Publicado en Reforma el 15 de mayo de 2018.



### *Objeto del monitoreo*

Dicho lo anterior, las encuestas, sondeos, conteos rápidos y encuestas de salida que forman parte del monitoreo de encuestas en medios impresos para la regulación en esta materia serán aquellas que cumplan con los siguientes elementos:

- A. Que se publiquen dentro del periodo que comprende un proceso electoral ordinario o extraordinario.
- B. Que se publiquen en cualquier medio impreso.
- C. Que muestren resultados sobre preferencias electorales, conforme a la definición anterior.
- D. Que se ostenten como ejercicios cuyos resultados cuenten con validez para un grupo de personas más extenso o incluso distinto, al de que quienes participaron directamente en el levantamiento de la información, conforme a la definición anterior.

---

### **¿Qué publicaciones se incluirán en el monitoreo?**

---

Aquellas que contengan información o resultados de encuestas, sondeos, conteos rápidos o encuestas de salida sobre preferencias electorales, publicadas en un medio impreso durante el Proceso Electoral Federal 2020-2021, en referencia a precandidatos/as, candidatos/as o partidos político que participen en dicho proceso y que, además, se ostenten como un estudio demoscópico electoral con validez para un conjunto de personas mayor o distinto al que estrictamente participó en el levantamiento de la información.

---

### *Consideraciones adicionales*

Las encuestas o sondeos, entonces, que pregunten por candidaturas o partidos que no participan en el Proceso Electoral Federal 2020-2021 (PEF 2020-2021) o que explícitamente señalan otra elección (2024 por ejemplo) no serán sujetos del monitoreo. En el caso que se pregunte por partidos que sí participan en el PEF 2020-2021, pero que no se especifique la fecha de la elección en la encuesta o sondeo, la publicación sí se considerará como parte del monitoreo.

Cabe señalar, por último, que las publicaciones que indiquen que parten de uno o más estudios muestrales, pudiendo incluir encuestas o sondeos publicados con anterioridad para agregar, reinterpretar o reestimar los resultados de dichos estudios, quedarán excluidos del monitoreo en el entendido de que la información con los resultados originales ya se haya registrado. Esto excluiría a modelos estadísticos que agreguen el resultado de más de una encuesta o aquellos que elaboren sobre los resultados originales de un estudio para ofrecer otras estimaciones o predicciones de la intención de voto, incluyendo estimaciones sobre la probabilidad de cierta candidatura o partido ganar las elecciones u obtener mayoría en el Congreso. No obstante, sí serían objeto de monitoreo aquellas publicaciones que presenten una estimación sobre la composición del Congreso a partir de los resultados de una encuesta, sondeo, conteo rápido o encuesta de salida sobre preferencias electorales, muestren o no los resultados directos del levantamiento.

Ejemplos de publicaciones con modelos o estimaciones



#GRUPOMORENISTA

# SE IMPONE EN CÁMARA DE DIPUTADOS

LA COALICIÓN JUNTOS HAREMOS HISTORIA  
CONSIGUIÓ ENTRE 46 Y 54% DE LA MAYORÍA  
RELATIVA, DE ACUERDO CON ENCUESTA DE SALIDA

NÚMEROS EN  
SAN LÁZARO

## 500

DIPUTADOS INTE-  
GRAN EL TOTAL DE LA  
CÁMARA BAJA.

---

200 POR REPRESENTACIÓN  
PROPORCIONAL

**EN COALICIÓN**

1	2	3
La coalición integrada por el PRI, el PANal y el PVEM consiguió 251 diputaciones federales.	El PAN, sin coalición, obtuvo 52 diputados por mayoría relativa y 62 por representación proporcional.	La coalición PRD-PT-MC, logró 135 curules en la Cámara Baja del Congreso de la Unión.

EN 2012, LOS RESULTADOS DE LAS ALIANZAS PARTIDISTAS FUERON:

**DE DÓNDE VIENE**

Morena nació en 2011, como asociación civil. En julio de 2014 obtuvo su registro como partido político.

**RESULTADOS 2012**  
Los resultados de esta elección contrastan con los obtenidos en las elecciones federales de 2012 —basados en un total de 500 diputados, tanto por mayoría relativa, como por curules plu-

rinominales. En ese año, el PRI y su aliado, el PVEM, obtuvieron 241 curules. La bancada del PRI estaba compuesta por 213 diputados, mientras que la del PVEM tenía 28.

La segunda bancada más numerosa en 2012 es la que corresponde al PAN, que obtuvo 114 diputaciones. De ellos, 52 diputados fueron designados por el principio de mayoría relativa y 62 por representación proporcional.

Los cargos obtenidos por mayoría relativa son aquellos que corresponden a quienes obtienen

más votos que sus contrincantes en una campaña electoral, mientras que los de representación proporcional dependen del porcentaje de votos que obtiene un partido en una elección.

En aquel entonces, el PRD consiguió 103 diputados federales; 59 fueron por mayoría de votos en las urnas, y 44 por representación proporcional. El PT logró en esa elección 15 espacios en la Cámara de Diputados, cuatro por mayoría y 11 por representación proporcional.

MC obtuvo, en dicho proceso, 17 diputados, ocho por el principio de mayoría relativa y nueve por representación proporcional. El Partido Nueva Alianza consiguió 10 curules, todas ellas emanadas de una lista nacional y por la vía de representación proporcional.

En dichos comicios federales, Morena no participó, ya que aún no se había conformado como un partido político.

POR IVÁN RAMÍREZ Y NAYELI CORTÉS  
PAIS@HERALDODEMEXICO.COM.MX

Se incluye en el monitoreo ya que la publicación indica que se parte del resultado de una encuesta de salida para hacer una estimación sobre la composición del Congreso, con diferentes rangos de curules por partido.

Publicado en el Heraldo de México el 2 de Julio de 2018



**LEOBARDO PÉREZ MARÍN**  
GRUPO CANTÓN

El precandidato presidencial de la Coalición “Por México al Frente” del PAN, PRD y MC, Ricardo Anaya se posiciona en segundo lugar y relega a un tercer puesto en la intención del voto a José Antonio Meade Kuribreña, quien es el abanderado del PRI, PVEM y PANAL; en tanto que el tabasqueño, Andrés Manuel López Obrador sigue de puntero.

Un análisis y estudio de la empresa Oraculus.mx sobre la intención de voto por candidato y partido, refiere que la precandidatura a Presidente de la República del panista, Ricardo Anaya es la que de acuerdo a las diferentes encuestas electorales ha ido creciendo, al grado que del tercer lugar pasó a segundo. Los números reflejan que en el mes de noviembre el porcentaje de aceptación entre los encuestados era de 24.6 por ciento, en tanto que del precandidato del PRI, José Antonio Meade era de 23.6 por ciento.

El Modelo “Poll of Polls”, desarrollado por Javier Márquez refiere que un mes después, en diciembre las empresas encuestadoras co-

locaron a Anaya con 24.9 por ciento y a Meade con un 23.7 por ciento; sin embargo, en enero los números favorecieron más al ex dirigente nacional del PAN, al llegar a 27.5 por ciento y en tanto que Meade se reza go con un 24.7 por ciento.

Es importante señalar que el Modelo “Poll of Polls” de Oraculus.mx incorpora únicamente encuestas en vivienda realizadas por empresas que desde agosto de 2015 y hasta momento del cierre (diciembre de 2017) habían publicado los resultados de cuando menos dos encuestas.

**PUNTEA AMLO**

Este mismo análisis refiere que el precandidato de la Coalición “Juntos Haremos Historia”, Andrés Manuel López Obrador es quien tiene un 99 por ciento de ganar la Presidencia de la República; en tanto que Ricardo Anaya de la Coalición “Por México al Frente” sólo alcanza un 1 por ciento de posibilidades y finalmente, José Antonio Meade de la Coalición PRI, PVEM y PANAL tiene menos 1 por ciento de probabilidades de llegar a Los Pinos.

En la intención del voto por partido el PRI también ya fue superado por el PAN.



No se incluye en el monitoreo porque la publicación específica que es un modelo estadístico que parte de la información de otras encuestas (cuyos resultados ya se deberían haber publicado)



## Convicción de victoria en zepelines

Sobre la columna de la independencia sobrevolaron dos aeronaves con la leyenda "Vamos a ganar" y es que según las estimaciones de los panistas, perredistas y líderes de Movimiento Ciudadano, el próximo 1 de julio conseguirán darle la vuelta a las encuestas que ponen por delante a AMLO en la elección presidencial. Según los pronósticos —que no encuesta— de Rafael P. de la Lastra Posada, director general de DELAN Consultores, Anaya tiene 34.1% de probabilidades de ganar, frente al 30.9% de AMLO y 31.2% de Meade, sin embargo El País señala que la probabilidad de AMLO es del 79%. EDUARDO SÁNCHEZ

*Publicad en Publímetro el 25 de junio de 2018.*

No se incluye en el monitoreo porque es una estimación de probabilidades de victoria de diferentes candidatos que no parte de los resultados de un ejercicio demoscópico.

Finalmente, tampoco serán parte del monitoreo las publicaciones que parafraseen o refieran, de forma vaga, a los resultados de encuestas, sondeos, conteos rápidos o encuestas de salida sobre preferencias electorales. En este caso, la publicación no deberá contener resultados concretos, ni de forma total o parcial, aunque podría incluir rangos porcentuales o aproximaciones. Tampoco debería permitir identificar ningún estudio, responsable, metodología o fecha en particular, o cualquier otra información que permita identificar a un ejercicio demoscópico sujeto del monitoreo en particular. Esto incluye, también, parafraseo e interpretaciones y cuando los resultados de encuestas sin especificar sean utilizados para realizar análisis o proyecciones por parte de quien suscribe la nota o columna. Algunos ejemplos del tipo de referencias vagas que se pueden omitir son:

- “Según lo señalan las últimas encuestas el PRD ganaría con una amplia ventaja en la CDMX”.
- “Según los datos que tengo a la mano, es clara la ventaja del partido Movimiento Ciudadano para ganar la gubernatura del estado”.
- “...En estas condiciones, los comicios no constituyen un peligro. Las autoridades saben que el PRI no logrará una mayoría solo, pero con 30-32% que le dan las encuestas, y si el PVEM alcanza 7-8% esperados y Nueva Alianza conserva su registro con 3%...”.

Tampoco será necesario registrar publicaciones que refieran las declaraciones de una tercera persona como resultado de declaraciones o como resultado de una entrevista. Por ejemplo:

- “En entrevista con el dirigente del PRI en Yucatán, indicó que las encuestas favorecen a su partido”.

Ejemplos de parafraseo o citas vagas

## Bajarán salarios de “leguleyos” de la Corte: AMLO

**Afirma que ministros nunca han resuelto nada por el país**

**POR ISABEL GONZÁLEZ**

Enviada  
ig@ginm.com.mx

GUADALAJARA.— Andrés Manuel López Obrador terminó su precampaña presidencial en Guadalajara, Jalisco.

Hasta esta ciudad, el precandidato de la coalición Juntos Haremos Historia congregó a miles de seguidores y militantes de Morena, el Partido del Trabajo y el Partido Encuentro Social a lo largo de la glorieta a los Niños Héroes en la capital jalisciense.

Al reiterar que de ganar la Presidencia de la República mantendrá un gobierno austero y sin privilegios para los altos funcionarios públicos, López Obrador sostuvo que se van a tener que bajar el sueldo los “leguleyos” que ganan hasta 650 mil pesos al mes, como los ministros de la Suprema Corte de Justicia de la Nación (SCJN) quienes nunca han resuelto nada en beneficio de México.

“Los ‘leguleyos’ van a decir que no tengo esa facultad, y sí, no la tengo, pero me voy a bajar el sueldo y a ver quién se va a atrever a ga-

### URIBE

Alberto Uribe, alcalde de Tlajomulco, dijo que se siente como en casa, luego de haber renunciado a Movimiento Ciudadano y pasarse a Morena.

colaboran en su lucha.

“Hay mucha gente del gobierno actual que simpatiza con nuestro movimiento”, subrayó al detallar que gracias a ellos mandó a hacer un inventario de todas las aeronaves de lujo del gobierno de la República.

El precandidato pidió a sus simpatizantes tenerle confianza porque todos los compromisos “se van a cumplir” cuando triunfe su movimiento, pero nunca en contra de la voluntad y libertades del pueblo.

Aseguró que “les ganará a los mafiosos aunque se unan para abril o para mayo”.

Además, sostuvo que al cierre de esta precampaña se ubica 15 puntos arriba en las encuestas rumbo a la sucesión presidencial y que cuando sea Presidente no habrá persecuciones contra nadie, solamente hará a un lado a los integrantes de la mafia del poder porque ya no van a gobernar.



No se incluye porque es una referencia demasiado vaga para concretar una encuesta o sondeo. Simplemente es una valoración general sobre los resultados de “encuestas”.

Publicado en Excélsior el 12 de febrero de 2018.



**Á. ÁLVAREZ/A. DAMIÁN/ L. MÉNDEZ**

Llegaron los cierres de precampaña para los tres candidatos de coalición: Ricardo Anaya Cortés (Por México Al Frente) eligió Coahuila de Zaragoza, Veracruz; Andrés Manuel López Obrador (Juntos Haremos Historia) cerró en Guadalajara, Jalisco, y José Antonio Meade Kuribreaña (Todos por México) se decantó por Tlaxcala, Estado de México.

**Que preparen maletas**

Con el mensaje "allá en Los Pinos, vayan preparando sus maletas, sus días están contados", Ricardo Anaya Cortés cerró su precampaña en Coahuila de Zaragoza, Veracruz.

El precandidato de la coalición Por México al Frente fue acompañado por el gobernador de la entidad, Miguel Ángel Yunes Linares.

Desde el municipio veracruzano Anaya Cortés afirmó que "las encuestas muestran que hay un empate técnico" con Andrés Manuel López Obrador, precandidato del Movimiento Regeneración Nacional (Morena).

Mientras que de su otro contrincante -José Antonio Meade Kuribreaña- dijo que se encuentra hasta en el fondo.

No se incluye porque es una valoración general sobre los resultados de encuestas, sin especificar alguna en concreto.

*Publicado en Capital de México e 12 de febrero de 2018*

## IV. Criterios para la clasificación de las publicaciones

Al identificarse que una publicación cumple con los requisitos para considerarse como objeto del monitoreo del PEF 2020-2021, conforme a lo descrito en la sección anterior, se deberá clasificar bien como publicación *Original*, *Reproducción* o, en su caso, como *Cita*. Esta última acción tiene la finalidad de informar adecuadamente sobre las características de la publicación. Los criterios para esta clasificación se detallan y se ejemplifican a continuación:

### *Originales*

Se clasificarán las publicaciones como "Originales" las encuestas, sondeos, conteos rápidos o encuestas de salida, cuando cumplan los siguientes tres criterios:

- 1) Dan a conocer resultados de preferencias electorales que se publican por primera vez en medios impresos. Es inédita, es decir, que la autoridad electoral no tiene registro de los resultados que se dan a conocer.
- 2) Revelan resultados completos, es decir, de todos los partidos políticos o actores (candidaturas, precandidaturas, coaliciones, etc.) sobre los cuales se preguntó en el ejercicio. Podemos identificar si los resultados son completos cuando la publicación muestra el conjunto de categorías de respuesta en vez de centrarse en unos pocos candidatos o partidos.
- 3) Por último, señalan al responsable de la encuesta mencionando a las personas físicas o morales encargadas del levantamiento o patrocinio.

Cualquier género periodístico puede clasificarse como una publicación original, según el contenido de la publicación, incluyendo notas, reportajes e incluso inserciones pagadas, entre otros. No obstante, en el caso de columnas o espacios de opinión dentro de las publicaciones impresas sólo se clasificarán como originales aquellas que en que se exprese que el ejercicio demoscópico se realizó de forma expresa para o por el autor de la columna en cuestión. A continuación, se detallan algunas características que pueden ser de ayuda para de identificar encuestas y sondeos originales en los géneros mencionados:

- **En notas periodísticas, artículos o reportajes**

Suelen introducir resultados del ejercicio de forma completa y exhaustiva. Es común ver este tipo de publicaciones acompañadas de elementos gráficos y visualizaciones que faciliten al lector la comprensión de la información. El cuerpo de la nota describe con detalle las características más relevantes de la encuesta, especialmente los principales resultados del ejercicio. El título de la nota suele hacer alusión a los resultados de la encuesta y, con frecuencia, ocupan un espacio predominante o relevante de la publicación (primeras planas u ocho columnas de interiores). Por lo general, se incluye información metodológica, total o parcial, en una vitrina metodológica.

- **En columnas o espacios de opinión**

Únicamente se incluirán las columnas de opinión que expresen, señalen o indiquen que la información publicada corresponde a un estudio de opinión enviado a realizar por el propio columnista., o bien, que fue exclusivo para ese espacio del medio; por ejemplo: “De acuerdo con el estudio realizado por Encuesta.mx para ‘El gatillero’(seudónimo del columnista) los resultados sobre preferencias electorales, para elegir diputados federales en el estado de Oaxaca serían los siguientes...”.El resto de columnas de opinión que ofrezcan información inédita pero sin señalar que la información fue expresamente realizada para la o el columnista, o bien, el espacio, se clasificarán como citas.

- **En inserciones pagadas**

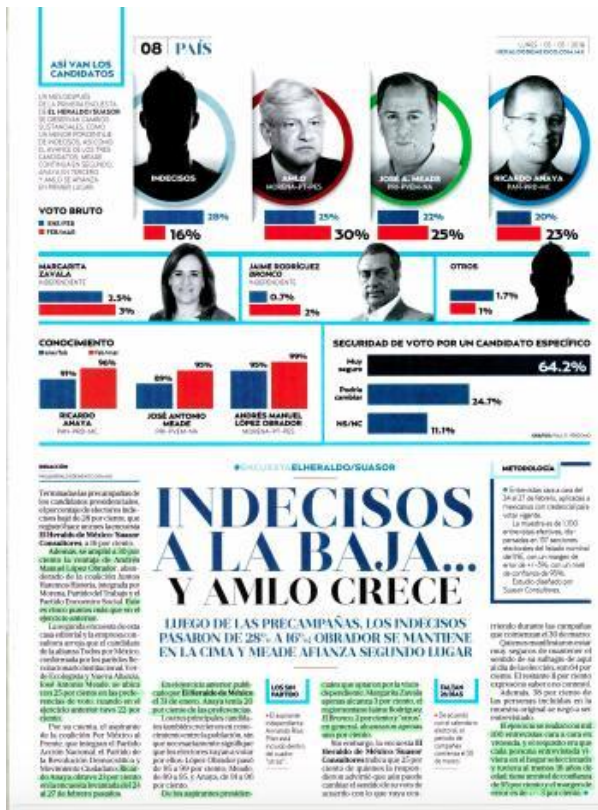
Se trata de encuestas, sondeos, conteos rápidos o encuestas de salida susceptibles de publicarse, de forma inédita, en espacios publicitarios dentro del medio impreso. Por lo general, se puede identificar que es así porque el espacio se señala como publicitario o es



clara la intencionalidad propagandística del espacio. En cualquier caso, se identifique o no como espacio pagado, la publicación referida también es objeto del monitoreo.

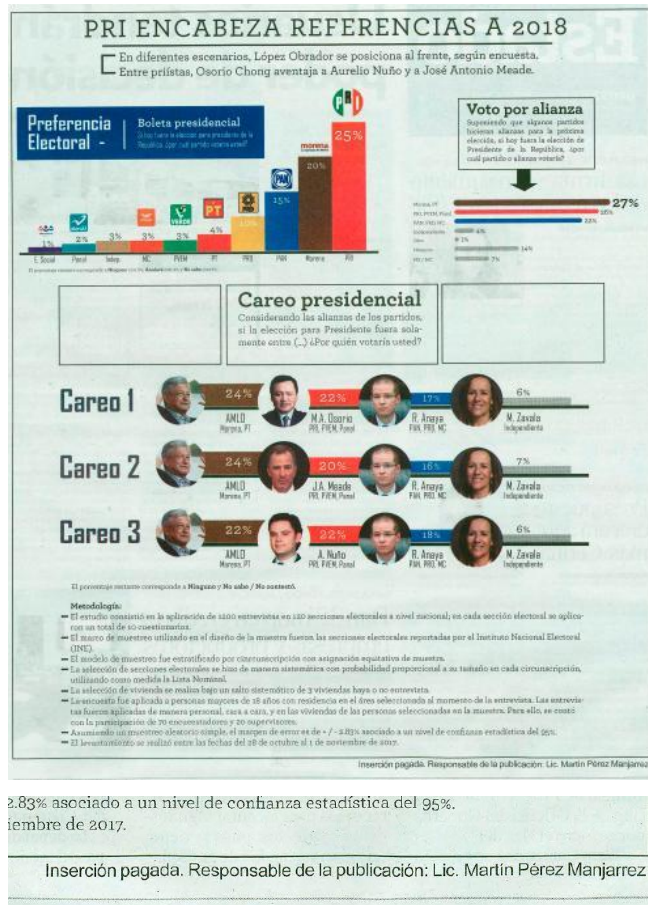
De forma adicional, cabe hacer notar que, en ocasiones, puede ocurrir que se dé a conocer una publicación de una encuesta, sondeo, conteo rápido o encuesta de salida original en más de un medio. Esto ocurre cuando, aun tratándose de publicaciones distintas: (1) se den a conocer los mismos resultados; (2) se adjudique la misma autoría (empresa que realizó la encuesta); (3) el levantamiento de la encuesta se haya realizado en la misma fecha o periodo; y (4) que la encuesta haya sido publicada el mismo día. La experiencia indica que, por lo general, una misma encuesta original se publica en más de un medio de comunicación, cuando éstos forman parte del mismo grupo editorial o consorcio, por ejemplo: *Reforma*, *El Norte*, *Mural*, *Metro*. Publicaciones o referencias del mismo ejercicio realizadas en días posteriores, ya sea en el mismo medio original u otros, se deberán clasificar como reproducción o cita, según como se detalla a continuación.

**Ejemplos de publicaciones originales**



Original en una nota periodística.

Publicado en el *Heraldo de México* el 5 de marzo de 2018.



Encuesta original en una inserción pagada.

2.83% asociado a un nivel de confianza estadística del 95%  
de noviembre de 2017.

Inserción pagada. Responsable de la publicación: Lic. Martín Pérez Manjarrez

Publicado en *El Expreso de Campeche* el 20 de noviembre de 2017.

### *Reproducciones*

Se trata de la publicación, total o parcial de una encuesta, sondeo, conteo rápido o encuesta de salida sobre preferencias electorales, en una fecha posterior a la publicación original. Éstas incluyen los resultados expuestos en la publicación original, y por lo general también la metodología o elementos gráficos utilizados. Las reproducciones suelen presentarse en un medio distinto al que realizó la publicación original.

### *Citas*

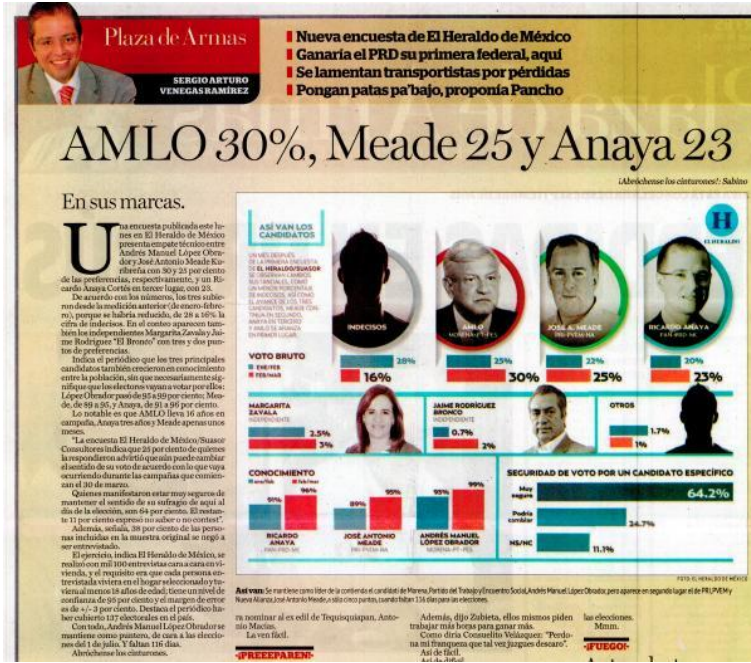
Se trata de referencias a los resultados de una encuesta, sondeo, conteo rápido o encuesta de salida sobre preferencias electorales que ya ha sido ya identificada en el monitoreo como original, pero que no incluye los resultados completos ni las demás características de una publicación original. Las citas pueden referir a estudios demoscópicos sujetos al monitoreo con el propósito de realizar una análisis o interpretación de los mismos. Con ello, pueden reproducir sólo algunos de los resultados, y, por lo general, no contienen elementos gráficos ni muestran las características metodológicas completas. Es posible que tampoco contengan los elementos principales para la identificación de la encuesta, sondeo, conteo rápido o encuesta de salida. También, se clasifican como cita los resultados de encuestas, sondeos, conteos rápidos y encuestas de salida que se conocen por primera ocasión en el monitoreo en columnas o espacios periodísticos de opinión siempre que en éstas no se exprese que la información se efectuó para o por el propio columnista o espacio.

### *Permisibilidad de errores en la clasificación de las publicaciones*

En la clasificación de cualquier publicación impresa, debe identificarse, a través de su contenido, posibles errores en la reproducción o impresión. Se deberá registrar y clasificar la publicación como cita o reproducción según corresponda, aun y cuando se detecte que alguno o algunos de los datos publicados no sean exactamente los mismos que se tienen identificados y registrados en una publicación original, pero que resulte evidente que se trata de un error, o bien, que se trata de los mismos resultados dados a conocer de manera diferente (por ejemplo, en valores absolutos o relativos), y siempre y cuando no se alteran las preferencias electorales reportadas. En ningún caso se considerará una publicación como una encuesta original debido a un error en la reproducción de los datos.

Como criterio general, se considerará un error aquel que no cambie la interpretación o conclusiones de los datos originales, sea esporádico y mal intencionado. Ya que esto es, en ocasiones, difícil de detectar en las publicaciones, al momento de observar y permitir publicaciones con error se deberá considerar si se alteran los posicionamientos de los partidos o si se modifica la fecha o rango de fechas del levantamiento original como criterios determinantes. Los casos más comunes no caen en los criterios anteriores por ser errores tipográficos o de transcripción, aproximaciones o confusiones de los números, en inclusive confusiones acerca de la fecha de publicación, el medio o los responsables de la encuesta.

**Ejemplos de Reproducciones y Citas**



Reproducción la encuesta original del Heraldo de México (ejemplo anterior), publicada el día posterior.

Publicado Plaza de Armas el 6 de marzo de 2018.



## Elección presidencial: la moneda está en el aire

La encuesta publicada ayer por *El Universal* nos arroja que lejos de estar definida la elección presidencial como algunos suponen o quieren hacer suponer, el panorama es incierto y nada está escrito. No hay invencibles ni derrotados.

Eso trae aparejado un riesgo para los que no quieren que López Obrador gane en julio próximo: muchos se van a animar porque lo ven débil y pueden surgir los proyectos personales que rompan la coalición PAN-PRD-MC que se gesta.

Si nadie se agandalla, gana el Frente. Pero de aquí a fin de año pueden ocurrir muchas cosas, y una de ellas es la fractura del bloque que ha arrancado con expectativas interesantes.

Un hecho contundente mostrado por la encuesta es que en el mejor escenario para él, López Obrador no pasa el 31 por ciento de la intención de voto.

Ya lo conoce –señala la encuesta– el 93.2 por ciento de la población, y sólo tiene el 31 por ciento (en el escenario más optimista para Morena). Es decir, parece tener un techo. Le conocen sus negativos y eso lo frena.

No se ven posibilidades de que AMLO crezca mucho, pues ya lleva casi tres millones de spots en radio y televisión en los dos años recientes, y ni así.

Tiene más de 14 años en campaña, y hoy por hoy, no pasa del 31. No quiere decir que su derrota está determinada, pero no tiene la victoria en la bolsa y se le puede ganar.

Otro punto importante es que Margarita Zavala, por el PAN, tiene 26.6 por ciento de las preferencias y López Obrador el 28.6 si contendieran ahora.

Sin un solo spot, Margarita está en un empate técnico con el sempiterno candidato. Una buena campaña y gana, sin necesidad de alianzas.

Y si fuera la candidata del Frente, sería imbatible. Lo verdaderamente difícil para ella no es vencer a López Obrador, sino lograr la candidatura de la coalición.

Ricardo Anaya no anda bien en aceptación popular. En el escenario de que él fuera el candidato de Acción Nacional, sólo alcanza el 19.9 por ciento de las preferencias, contra el 31 de AMLO. Y eso que en spots en radio y televisión ha tenido una presencia copiosa.

Se ve a las claras que la candidata natural del PAN y del Frente es Margarita Zavala, lo que sin embargo podría no ocurrir dada la guerra interna en el interior de su partido y las ambiciones personales que desata la debilidad de AMLO y la perspectiva de triunfo de la coalición PAN-PRD-MC.

Cita publicada con posterioridad a la publicación de la encuesta original.

Columna de Pablo Hiriart en *El Financiero*, publicada el 19 de septiembre de 2017.

	<b>Original</b>	<b>Reproducción</b>	<b>Cita</b>
<b>Fecha de publicación</b>	Inédita, se conoce por primera vez.	Posterior a la publicación original.	Posterior a la publicación original
<b>Medios de publicación</b>	Publicadas en cualquier medio impreso, incluyendo periódicos y revistas.		
<b>Características</b>	<p>Incluye resultados completos. Señala la responsabilidad del ejercicio. Se pueden publicar como notas, reportajes, artículo, o cualquier otro género periodístico, incluye espacios publicitarios. En caso de columnas de opinión, únicamente si expresan que la información se efectuó para o por el propio columnista o espacio.</p>	<p>Se reproduce parcialmente o de manera completa una publicación original.</p>	<p>Referencia a los resultados de un ejercicio original, que no incluye los resultados completos ni las demás características de una publicación original. Las citas pueden referir a estudios demoscópicos sujetos al monitoreo con el propósito de realizar un análisis o interpretación de los mismos. Se incluirán las columnas de opinión que no expresen que la información se efectuó para o por el propio columnista, o espacio.</p>
<b>Lo que no deberá considerarse en el monitoreo</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ejercicios que no se ostenten como resultados de un estudio demoscópico electoral representativo para un grupo de personas mayor o diferente al que estrictamente participó de forma directa en el levantamiento de la información.</li> <li>• Referencias vagas, parafraseo u opiniones que no permitan identificar a un ejercicio en particular.</li> <li>• Ejercicios que reestiman o reinterpretan encuestas o sondeos originales para dar a conocer otros resultados, estimaciones probabilísticas, estimaciones sobre la composición del Congreso o agregaciones de diversos estudios.</li> </ul>		

## V. Criterios para el registro de publicaciones en la base de datos

Para contar con la estadística relativa a la información que establece el artículo 136 del Reglamento de Elecciones, la base de datos que integrará de forma semanal la CNCS, contendrá la siguiente información:

<b>Información general</b>	
<b>Folio</b>	Número consecutivo para cada entidad que identifica el registro y el archivo de testigo adjunto.
<b>Periodo de publicación</b>	Rango de fechas relativo al periodo de trabajo en que se incluye la publicación
<b>Cargos a elegir</b>	Cargos a públicos federales para los cuales se realiza la encuesta, entre diputados federales, senados o presidente.
<b>Fecha de publicación</b>	Día, mes y año de la publicación en que aparece la encuesta
<b>Entidad</b>	Entidad desde la que se obtiene el registro.
<b>Tipo de Medio</b>	Indicar si se trata de un periódico o revista.
<b>Sección</b>	Nombre de la sección dentro de la publicación, por ejemplo: "Nacional" o "Entretenimiento".
<b>Página</b>	Página o páginas de la publicación impresa en que aparece la encuesta.
<b>Responsabilidad</b>	
<b>Medio en el que se publicó</b>	Nombre de la publicación, por ejemplo "El Universal".
<b>Patrocinador de la encuesta</b>	Indicar, en su caso, el nombre del patrocinador de la encuesta.
<b>Realizador de la encuesta</b>	Indicar, en su caso, el nombre del realizador de la encuesta, es decir, quién hace el levantamiento y recopila la información. Ejemplo: "Consulta Mitofsky".
<b>Responsable de la publicación</b>	Buscar e indicar, en su caso, el nombre del responsable de la publicación de la encuesta. Puede que se indique su nombre en la metodología. Ejemplo: "Javier Gómez".
<b>Clasificación de publicación</b>	
<b>Clasificación de publicación</b>	Indicar, con referencia a los criterios expuestos al largo del presente documento, si se trata de una encuesta original, reproducción o cita.
<b>Si fue reproducción, folio del medio original</b>	En caso de que la encuesta sea una reproducción identificar el folio en que se registró la encuesta original
<b>Vitrina metodológica</b>	
<b>Fecha de levantamiento</b>	Indicar si se menciona la fecha o rango de fechas en que se realizó el levantamiento de la encuesta (SI/NO)

<b>Población objetivo</b>	Indicar si se precisa la población objetivo para la cual se tomó una muestra en la encuesta (SI/NO).
<b>Tamaño de la muestra</b>	Indicar si se muestra el número de entrevistas realizadas o el tamaño de la muestra de la encuesta (SI/NO).
<b>Fraseo o preguntas</b>	Indicar si explícitamente se menciona el fraseo de la pregunta o el reactivo aplicado (SI/NO).
<b>Frecuencia de no respuesta y la tasa de rechazo general</b>	Indicar si se precisa el número total de intentos de entrevistas realizados, la tasa general de rechazo de la encuesta o la tasa de respuesta efectivas de la misma (SI/NO).
<b>Señalar si se utilizan modelos estadísticos</b>	Señalar si el reporte de resultados contiene estimaciones de resultados, modelo de probables votantes o cualquier otro parámetro que no consista en el mero cálculo de frecuencias relativas de las respuestas de la muestra estudiada para la encuesta (SI/NO).
<b>Método de recolección</b>	Indicar si se menciona el método de recolección, por ejemplo: cara a cara, vía telefónica, mediante el uso de réplicas de boletas (SI/NO).
<b>Error máximo de diseño</b>	Indicar si se hace referencia al error máximo de diseño de la encuesta (SI/NO).
<b>Nivel de confianza del error máximo de diseño</b>	Indicar se menciona el nivel de confianza con el cual se reporta el error máximo de diseño (SI/NO).
<b>Observaciones y testigo</b>	
<b>Observaciones</b>	Indicar cualquier observación para ayudar en la recopilación de información y la validación del dato. Además, en esta sección se abre el espacio para indicar los errores detectados durante la clasificación y validación de las publicaciones, y hacer una referencia explícita si el autor de la publicación menciona que los resultados parten de una filtración o encuesta que no es de carácter público.
<b>Testigo</b>	Vínculo al archivo digital de la publicación reportada.

## VI. Anexo 1 - Obligaciones en la publicación de encuestas y sondeos recogidas en el Reglamento de Elecciones

Artículo 136 del Reglamento de Elecciones
[...]
6. Toda publicación en donde se dé a conocer de manera original resultados de encuestas por muestreo o sondeos de opinión, con el fin de dar a conocer preferencias electorales o tendencias de la votación, deberá identificar y diferenciar, en la publicación misma, a los actores siguientes:
a) Nombre completo, denominación social y logotipo de la persona física o moral que;
i. Patrocinó o pagó la encuesta o sondeo;
ii. Llevó a cabo la encuesta o sondeo, y
iii. Solicitó, ordenó o pagó su publicación o difusión.
7. Los resultados de encuestas por muestreo o sondeos de opinión que se publiquen por cualquier medio deberán especificar, en la publicación misma, la información siguiente:
a) Las fechas en que se llevó a cabo el levantamiento de la información;
b) La población objetivo y el tamaño de la muestra;
c) El fraseo exacto que se utilizó para obtener los resultados publicados, es decir, las preguntas de la encuesta;
d) La frecuencia de no respuesta y la tasa de rechazo general a la entrevista;
e) Señalar si el reporte de resultados contiene estimaciones de resultados, modelo de probables votantes o cualquier otro parámetro que no consista en el mero cálculo de frecuencias relativas de las respuestas de la muestra estudiada para la encuesta;
f) Indicar clara y explícitamente el método de recolección de la información, esto es, si se realizó mediante entrevistas directas en vivienda o a través de otro mecanismo, o bien, si se utilizó un esquema mixto;
g) La calidad de la estimación: confianza y error máximo implícito en la muestra.

Cabe señalar que no todas las publicaciones sujetas al monitoreo contienen la información, total o parcial, que obliga el artículo 136 del Reglamento de Elecciones. No obstante, por tratarse de una obligación, en el monitoreo se deberá registrar los elementos que contiene cada una de las publicaciones registradas.