

Monitoreo de encuestas y sondeos de opinión

Proceso Electoral Ordinario 2017-2018

Reporte No. 15

CONTENIDO

	<u>PÁG.</u>
<u>INTRODUCCIÓN</u>	<u>3</u>
<u>MARCO JURÍDICO</u>	<u>4</u>
<u>METODOLOGÍA</u>	<u>7</u>
<u>MONITOREO</u>	<u>9</u>

INTRODUCCIÓN

Por mandato de ley, el Instituto Electoral de la Ciudad de México debe emprender diversas acciones para tutelar el cumplimiento a los principios que rigen la materia electoral, entre los que se encuentran los de certeza, equidad, legalidad y objetividad.

Las encuestas o sondeos de opinión son ejercicios demoscópicos que tienen por objeto retratar una fotografía de un momento determinado respecto al comportamiento de los partidos políticos y candidatos en el ánimo de la opinión pública.

Para garantizar el principio de la equidad, el IECM realizará semanalmente el reporte de las encuestas o estudios de opinión que se publiquen en la Ciudad de México, en cumplimiento a lo establecido en el Código de Instituciones y Procedimientos Electorales de la Ciudad de México y los lineamientos que deberán seguir las personas físicas o morales que pretendan publicar, difundir, ordenar o realizar encuestas o sondeos de opinión.

El presente documento incluye el tercer reporte sobre encuestas y sondeos de opinión, cuya fecha de levantamiento fue del 17 al 21 de marzo de 2018, y que se publicaron del 24 al 30 de marzo de 2018. Para su integración, se monitorearon 33 publicaciones.

En un primer apartado, se puede leer cuál es el marco jurídico que engloba esta actividad institucional; en segunda instancia, se indica la metodología que se empleará.

MARCO JURÍDICO

Los artículos 35, 39, 40, 41, 116 Y 122 de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos establecen las bases en que se sustenta el sistema jurídico político mexicano; de las que se desprende el marco electoral que rige, entre otros, a la Ciudad de México y por ende al Instituto Electoral de la Ciudad de México. De los artículos antes referidos se destaca que todo poder público dimana del pueblo y se instituye en su beneficio, de ahí que éste sea titular de la soberanía nacional, la cual se ejerce a través de los Poderes de la Unión en lo que respecta al régimen federal y de los estados en lo que toca a sus regímenes internos, atendiendo a lo dispuesto en la Constitución y las propias de cada Estado. Con relación a ello, se dispone que la renovación de los poderes u órganos de gobierno Ejecutivo y Legislativo se realiza mediante elecciones libres, auténticas y periódicas, que atienden diversos principios y reglas.

Las disposiciones constitucionales reconocen el sufragio universal, libre, secreto y directo como elemento determinante de las elecciones. La organización de los procesos se realiza a través de un organismo público y autónomo que tiene como principios rectores los de certeza, legalidad, independencia, imparcialidad, máxima publicidad, equidad, transparencia y objetividad.

Vigilar que no se violenta o se altere el principio de equidad en las contiendas es una de las actividades que deben tutelar las instituciones electorales.

El Código de Instituciones y Procedimientos Electorales de la Ciudad de México establece diversas disposiciones para regular la equidad en las contiendas. En sus artículos 36, 50, 409 y 410 se establece el marco de referencia que rige la actividad de la autoridad electoral en materia de encuestas y sondeos de opinión.

Así, el artículo 36, inciso h) establece que el Instituto Electoral tiene a su cargo, entre otras, la siguiente atribución:

- h) 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;

En concordancia, el artículo 50 de la referida norma indica que son atribuciones del Consejo General:

XXXII. 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;

Por su parte, el artículo 410 mandata que:

Las encuestas o sondeos de opinión que realicen las personas físicas o morales, desde el inicio de las campañas hasta el cierre oficial de las casillas el día de la elección y la difusión de los resultados de las mismas, estarán sujetos a las reglas, lineamientos y criterios que emita el Consejo General del Instituto Nacional, así como a los acuerdos del Consejo General del Instituto Electoral y a lo dispuesto en este Código, en lo que resulte aplicable.

Quien ordene la publicación o difusión de cualquier encuesta o sondeo de opinión sobre las campañas electorales, deberá entregar dentro de los tres días siguientes un ejemplar del estudio completo al Consejero Presidente del Consejo General, en el que incluirá la metodología, el nombre de la empresa que lo realiza y, en su caso, el nombre del patrocinador de la encuesta.

En todos los casos, la Secretaría Ejecutiva difundirá en la página de Internet del Instituto Electoral la metodología, costos, personas responsables y resultados de las encuestas o sondeos de opinión para consulta de los Partidos Políticos, Coaliciones, Candidatos sin partido y ciudadanía.

Durante los tres días previos a la elección y hasta la hora del cierre oficial 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 de los ciudadanos, quedando sujetos quienes lo hicieron, a las penas y sanciones correspondientes.

Las personas físicas o morales que difundan encuestas o sondeos de opinión de cualquier tipo para conocer las preferencias electorales de los ciudadanos o las tendencias de las votaciones el día de las elecciones, deberán presentar al Consejo General con una antelación de por lo menos treinta días, un informe sobre los recursos

aplicados en su realización en los términos que disponga el Instituto Nacional.

El incumplimiento a las disposiciones previstas en el presente artículo, será denunciado por cualquier funcionaria o funcionario del Instituto, partido político, candidata o candidato, o en su caso, el Consejo General, ante la autoridad competente, para que proceda conforme a lo establecido en la Ley General en Materia de Delitos Electorales. Lo anterior, sin perjuicio de la responsabilidad administrativa que pueda actualizarse.

El cumplimiento de las disposiciones establecidas en el presente Capítulo, no implica en modo alguno que el 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.

Los resultados oficiales de las elecciones, son exclusivamente los que den a conocer el Instituto Electoral, según corresponda y, en su caso, las autoridades jurisdiccionales competentes.

En tanto, el Instituto Nacional Electoral emitió los lineamientos que deberán seguir las personas físicas o morales que pretendan publicar, difundir, ordenar o realizar encuestas o sondeos de opinión.

Artículo 143.

- 1. El Instituto y los Oples, a través de sus respectivas 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.*

METODOLOGÍA

La Unidad Técnica de Comunicación Social y Difusión del IECM realizará el "monitoreo de publicaciones impresas sobre las encuestas por muestreo, encuestas de salida y/o conteos rápidos que tengan como fin dar a conocer preferencias electorales, con el fin de identificar las encuestas originales que son publicadas y las que son reproducidas por los medios de comunicación.

El monitoreo comprenderá las siguientes publicaciones:

Reforma
Metro
El Universal
El Gráfico
La Jornada
Excelsior
Milenio Diario
La Crónica de Hoy
El Sol de México
La Prensa
El Financiero
El Economista
24 Horas
La Razón
Reporte Índigo
Capital México
Publimetro
Máspormás

La Capital (Semanario)
Diario de México
Unomásuno
Ovaciones
Impacto Diario
El Punto Crítico
El País
Record

Revistas

Proceso
Revista Vértigo
Revista Letras Libres
Revista Siempre
Etcétera
Revista Nexos
Revista Voz y Voto

El reporte se enviará semanalmente. Se consignarán los estudios demoscópicos que se hubieren publicado en la semana previa. Asimismo, si se detectara en algún otro medio impreso la publicación de un documento con estas características, se incluirá en este informe.

Al monitoreo se adjuntará, en formato electrónico, el testigo de la encuesta o sondeo de opinión que se trate.

Las encuestas se reportarán de forma individual, sin importar si un mismo ejercicio es publicado en diferente medio. Es decir, que cuando un medio de comunicación, sean o no del mismo propietario y arroje los mismos datos, se reportará de forma individual, sin importar si lo realizó la misma casa encuestadora.

Toda vez que los propietarios y/o concesionarios de medios de comunicación mantienen diversas plataformas para su difusión (impresas y electrónicas) cuando una encuesta o sondeo se reproduzca por más de un medio así se consignará. A manera de ejemplo, puede observarse el caso de Excélsior, medio impreso de grupo Imagen que puede transmitir sus encuestas en alguna estación de radio o cadena de televisión. Situación similar acontecería con los diarios Reforma y El Universal, con sus respectivos Metro y Gráfico.

MONITOREO

REPORTE DE ENCUESTAS Y/O SONDEOS DE OPINIÓN DIFUNDIDOS EN MEDIOS ESCRITOS

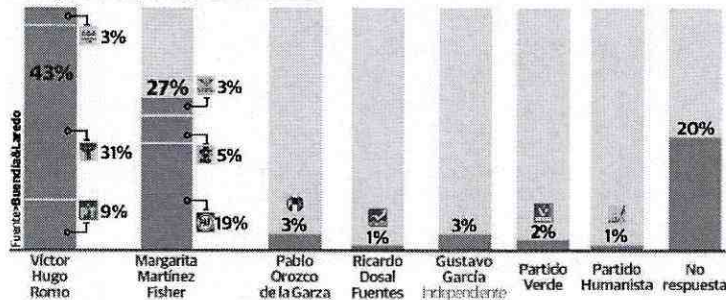
FECHA DE PUBLICACIÓN, DIFUSIÓN O APARICIÓN	MEDIO DE DIFUSIÓN	NOMBRE DE LA SECCIÓN	PAGINAS	METODOLOGÍA BÁSICA	ENCUESTA REALIZADA POR:	PATROCINADA O FINANCIADA POR:	ENCABEZADO	OBSERVACIONES
26 de marzo de 2018	La Razón De México	Ciudad	pp. 12	Fecha de levantamiento: Del 17 al 21 de marzo de 2018. Tamaño de la Muestra: 800 entrevistas efectivas; 400 entrevistas cara a cara y 400 entrevistas telefónicas. Margen de error: +/- 3.46%. Nivel de Confianza: 95%.	Firma Buendía y Laredo	La Razón De México	Aventaja Víctor Hugo Romo por 16 puntos en la Miguel Hidalgo	El candidato de la coalición Juntos Haremos Historia a la alcaldía de Miguel Hidalgo, Víctor Hugo Romo Guerra, encabeza las preferencias electorales sobre su principal contrincante, la panista Margarita Martínez Fisher, quien se encuentra debajo por 16 puntos porcentuales, según la más reciente encuesta de la firma Buendía y Laredo realizada para "La Razón".

ROMO SE PERfila COMO GANADOR EN LA M. HIDALGO

»El candidato de Morena-PT-PES aventaja en una encuesta realizada por Buendía y Laredo para La Razón; la distancia respecto del segundo lugar, la abanderada del Frente, Margarita Martínez Fisher, es de 16 puntos

Intención de voto para Alcalde

Si hoy fueran las elecciones para elegir Alcalde en Miguel Hidalgo, ¿por qué candidato y partido político votaría usted?



Se perfila para ser el primer alcalde

Aventaja Víctor Hugo Romo por 16 puntos en la Miguel Hidalgo

ABANDERDO DE MORENA tiene una intención de voto de 43%; la frentista Margarita Martínez Fisher, 27%; exdelegado es el más conocido y tiene los mayores positivos

Por Laura Arana >
laura.arana@razon.com.mx

El candidato de la coalición Juntos Haremos Historia —integrada por Morena y los partidos del Trabajo (PT) y Encuentro Social (PES)— a la alcaldía de Miguel Hidalgo, Víctor Hugo Romo Guerra, encabeza las preferencias electorales sobre su principal contrincante, la panista Margarita Martínez Fisher, quien se encuentra debajo por 16 puntos porcentuales, según la más reciente encuesta de la firma Buendía y Laredo realizada para La Razón.

El resultado del sondeo coloca en primer lugar a Romo con una intención del

voto del 43 por ciento, seguido de Martínez Fisher de la alianza PAN, PRD y Movimiento Ciudadano, quien es respaldada por 27 por ciento de los encuestados. Y, muy por debajo aparece Pablo Orozco de la Garza, del PRI, con 3 por ciento.

La encuesta de opinión en Miguel Hidalgo que se elaboró del 17 al 21 de marzo, a través de 800 entrevistas efectivas arrojó que el candidato morenista —quien ya gobernó esa demarcación bajo la bandera del PRD— es percibido como el que cuenta con mayor experiencia para gobernar, es cercano a la gente, genera más confianza, conoce las necesidades de los habitantes de la demarcación, quiere ayudar a las personas, cum-

ple sus promesas y es el más honesto.

En el rubro "reconocimiento" de las figuras públicas, Romo Guerra alcanzó 87 por ciento, mientras que Martínez Fisher tiene 54. En cuanto a la opinión sobre los aspirantes, el candidato de la alianza Juntos Haremos Historia es calificado como "bueno" por el 37 por ciento, contra solamente 20 por ciento de la abanderada de la coalición Por la Ciudad de México al Frente.

Al asociar las cualidades de los candidatos, los consultados calificaron a Romo con 56 por ciento con la frase "tiene mayor experiencia política", mientras que con la misma idea a Martínez Fisher fue sólo 16 por ciento y a Orozco de la Garza 2 por ciento.

En la asociación con la frase "le genera más confianza", 43 por ciento se inclinó por el morenista, 23 por ciento por la panista y apenas 2 por ciento por el priista;



Fecha	Sección	Página
26.03.2018	Ciudad	PP-12

mientras que con la frase "cumple sus promesas", el morenista está por encima de Magui Fisher con 33 por ciento contra 12 por ciento, respectivamente.

En "conocimiento de las necesidades de la población", también Víctor Hugo Romo supera a Margarita Martínez Fisher con 43 contra 12 por ciento, respectivamente. Y en "cercanía con la gente" le lleva 33 puntos porcentuales.

En este **sondeo** destaca la opinión de los habitantes de la Miguel Hidalgo acerca de los partidos políticos, pues al hacer un balance entre quienes califican de bueno/muy bueno y malo/muy malo

el trabajo de estos institutos, el único que alcanza una calificación positiva es Morena, con 10 por ciento. El resto tiene cifras negativas en este cruce: PAN -27

por ciento, PRD -38 por ciento y PRI -65 por ciento.

Sobre inclinación partidista, el 55 por ciento de las personas afines a Morena votaría por Víctor Hugo Romo, seguido de un 24 por ciento de aquellos que, sin afinación política, también lo elegirían sobre los demás candidatos.

El morenista fue el primer jefe delegacional de izquierda en la Miguel Hidalgo, luego de que, con las siglas del PRD, arrebatará al PAN esa demarcación y la gobernara de octubre de 2012 a enero de 2015.

En julio de 2012, ganó la elección con más de 92 mil votos en contra del panista Miguel Ángel Errasti, a quien aventajó con más de 11 puntos. En diciembre pasado, mostró su desacuerdo con la alianza PRD-PAN porque señaló que

no se consultó a la militancia y a la base partidista. Ante ello, dejó las filas del sol azteca tras 22 años de militancia, para sumarse a las de Morena.

Este reciente **sondeo** de la firma Buendía y Laredo asegura una amplia ventaja del exlegislador, quien bajo las siglas de Morena, PT y PES podría en la próxima contienda electoral arrebatarle al PAN y ocupar por segunda vez el gobierno de la Miguel Hidalgo.

Los resultados también resaltan que el partido mejor posicionado en la demarcación es Morena, con 47 por ciento de las preferencias, seguido del PAN con 28 por ciento y PT 26 por ciento.

50

Por ciento **aprueba** mucho/algo la pasada gestión de Romo

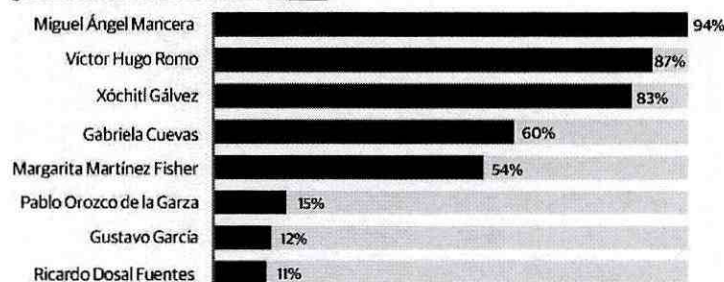
Lleva ventaja

Según una encuesta, el aspirante de Morena tiene mayor presencia en la demarcación.



Reconocimiento de nombre

¿Usted conoce o ha oído hablar de...?

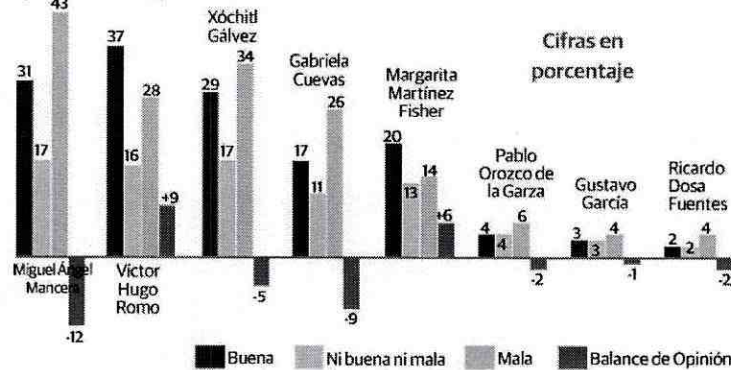


Continúa en siguiente hoja

Fecha 26.03.2018	Sección Ciudad	Página PP-12
----------------------------	--------------------------	------------------------

Juicio de personajes

¿Qué opinión tiene de _____? [Sólo se preguntó entre quienes respondieron que sí lo conocen].



Metodología: Población sujeta a estudio: Adultos, hombres y mujeres de 18 años y más, que residen permanentemente en viviendas particulares en la delegación Miguel Hidalgo en la Ciudad de México. Técnica de recolección de datos: Se emplearon dos técnicas: 1) entrevistas personales (cara a cara) en hogares utilizando un cuestionario estructurado aplicado en tablet por encuestadores, y 2) entrevistas estructuradas administradas telefónicamente por encuestadores empleando 35 unidades de CATI (Computer-Assisted Telephone Interview). Cobertura geográfica: Cobertura representativa a nivel delegacional. Diseño de la muestra en vivienda: Tamaño de la muestra 800 entrevistas efectivas: 400 entrevistas cara a cara y 400 entrevistas telefónicas. Método de estimación de resultados: Los resultados que se presentan son frecuencias ponderadas, cuyo ponderador es el producto de un factor muestral (definido como el inverso de la probabilidad de selección) y un factor de ajuste por desviaciones de sexo, edad, escolaridad, ocupación y teléfono en la vivienda por estrato de la muestra con respecto a las estadísticas del listado nominal y la encuesta intercensal del INEGI (iterative proportional fitting/Raking). Para estimar la precisión de los principales resultados se emplearon los métodos de Conglomerados Últimos y Series de Taylor. Margen de error: Cada pregunta tiene su propio margen de error. Considerando un efecto de diseño de 1.0, los márgenes de error máximos de la encuesta son de +/- 3.46 puntos porcentuales al 95% de confianza estadística. Periodo de referencia: Del 17 al 21 de marzo.