



**Monitoreo de encuestas y sondeos de opinión**  
**Proceso Electoral Ordinario 2020-2021**  
**(Medios Impresos)**

Reporte No. 12

## 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 décimo segundo reporte sobre encuestas y sondeos de opinión, cuya fecha de levantamiento fue entre el 24 y el 30 de abril de 2021. Para su integración, se monitorearon 29 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 viole 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 hicieren, 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:

- |                         |                    |
|-------------------------|--------------------|
| 1. 24 Horas             | 17. Más por Más    |
| 2. Basta                | 18. Metro          |
| 3. ContraRéplica        | 19. Milenio Diario |
| 4. Diario de México     | 20. Ovaciones      |
| 5. El Economista        | 21. Publimetro     |
| 6. El Financiero        | 22. Récord         |
| 7. El Gráfico           | 23. Reforma        |
| 8. El Heraldo de México | 24. Reporte Índigo |
| 9. El Sol de México     | 25. Unomásuno      |
| 10. El Universal        |                    |
| 11. Excélsior           | <b>Revistas</b>    |
| 12. Impacto Diario      | 1. Proceso         |
| 13. La Crónica de Hoy   | 2. Siempre         |
| 14. La Jornada          | 3. Vértigo         |
| 15. La Prensa           | 4. Voz y Voto      |
| 16. La Razón de México  |                    |

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.

## MONITOREO

### REPORTE DE ENCUESTAS Y/O SONDEOS DE OPINIÓN DIFUNDIDOS EN MEDIOS IMPRESOS

FECHA DE PUBLICACIÓN, DIFUSIÓN O APARICIÓN	MEDIO DE DIFUSIÓN	NOMBRE DE LA SECCIÓN	PAGINAS	METODOLOGÍA BÁSICA	ENCUESTA REALIZADA POR:	PATROCINADA O FINANCIADA POR:	OBSERVACIONES
24-04-21	El Universal	Metrópoli	1-11	<p><b>Fecha de levantamiento:</b> Del 16 al 20 de abril de 2021.</p> <p><b>Tamaño de la Muestra:</b> Mil ciudadanos mediante encuesta telefónica.</p> <p><b>Margen de error:</b> +/-3.1%.</p> <p><b>Nivel de Confianza:</b> 95%.</p>	El Universal	El Universal	<p>Clara Brugada se perfila para ganar la alcaldía Iztapalapa, de acuerdo con la encuesta telefónica realizada por El Universal. Si hoy fueran las votaciones para elegir al alcalde de esa demarcación, la coalición Juntos Hacemos Historia, conformada por Morena y Partido del Trabajo, obtendría 49.8% de las preferencias electorales. Jazmín Curiel, de la alianza Va por la CDMX, hasta el momento solamente</p>

							tendría 15%. El 51.5% de los entrevistados manifiesta estar seguro de votar por un partido, sólo 32% permanece indeciso y comenta que todavía podría cambiar su voto a otra institución política.
27-04-21	El Heraldo de México	País	Pág. 13	<p><b>Fecha de levantamiento:</b> 13 al 14 de marzo 2021.</p> <p><b>Tamaño de la Muestra:</b> 650 encuestas.</p> <p><b>Margen de error:</b> +/- 3.85%.</p> <p><b>Nivel de Confianza:</b> 95%.</p>	Opinión Pública, Marketing e Imagen/ Heraldo Media Group	Opinión Pública, Marketing e Imagen/ Heraldo Media Group	El Heraldo de México publica una encuesta en la que da 20 puntos de ventaja a Santiago Taboada en la contienda por la Alcaldía Benito Juárez. Respecto del conocimiento de los aspirantes, Taboada tiene 79%, le sigue Paula Adriana Soto Maldonado con 18.5%; después Ivonne Teresa Corral con 11.0%; Carlos Corral Serrano con 9.8%; Yasmín García con el 8.6%;

							Adriana Cameraz Hernández con 7.0%, y Rodrigo Cordera Thacke con 4.2%.