

PROCEDIMIENTO ESPECIAL SANCIONADOR

EXPEDIENTE: SRE-PSC-473/2024

PARTE DENUNCIANTE: PARTIDO DE LA REVOLUCION DEMOCRÁTICA

PARTE DENUNCIADA: CLAUDIA SHEINBAUM PARDO, MORENA Y OTROS

MAGISTRADO PONENTE: LUIS ESPÍNDOLA MORALES

SECRETARIO: JOSÉ MIGUEL HOYOS AYALA

COLABORARON: ALONDRA MARIBEL CONTRERAS DE LA CRUZ Y PAULA FERNANDA RIVERO MARTÍNEZ

Ciudad de México a cinco de septiembre de dos mil veinticuatro.¹

SENTENCIA por la que se determina la **inexistencia** de la vulneración a las reglas de difusión de encuestas respecto de las personas señaladas y la **existencia** respecto de la empresa que se refiere, así como la **inexistencia** del beneficio indebido obtenido, derivado de las encuestas difundidas.

GLOSARIO	
Autoridad Instructora	Unidad Técnica de lo Contencioso Electoral de la Secretaría Ejecutiva del Instituto Nacional Electoral
CE Research	AR Asesores y Ediciones S.A. de C.V. o C&E Campaign & Elections Mexico o CE Research
Claudia Sheinbaum o denunciada	Claudia Sheinbaum Pardo, entonces precandidata a la Presidencia de la República
Constitución	Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos
Demoscopia Digital	Demoscopia Digital, S.A. de C.V.
INE	Instituto Nacional Electoral
Ley Electoral	Ley General de Instituciones y Procedimientos Electorales
Político MX	Casa Editorial y de Contenido Político MX, S.A. de C.V.
PRD	Partido de la Revolución Democrática

¹ Las fechas señaladas en esta sentencia deberán entenderse referidas al dos mil veinticuatro, salvo manifestación expresa en contrario.

GLOSARIO	
PT	Partido del Trabajo
PVEM	Partido Verde Ecologista de México
Radio Fórmula	Radio Fórmula, S.A. de C.V.
Rubrum	Multipoll, S.A. de C.V.
Sala Especializada	Sala Regional Especializada del Tribunal Electoral del Poder Judicial de la Federación
Sala Superior	Sala Superior del Tribunal Electoral del Poder Judicial de la Federación

ANTECEDENTES

- 1. Proceso electoral.** El siete de septiembre de dos mil veintitrés, inició el proceso electoral federal 2023-2024, en el que se votó para renovar, entre otros órganos, la Presidencia de la República y que tuvo las siguientes fechas relevantes:²

Precampaña	Intercampaña	Campaña	Día de la jornada
5 de diciembre de 2023 al 3 de enero	4 de enero al 14 de abril	15 de abril al 29 de mayo	2 de junio

- 2. Queja.** El quince de enero el PRD denunció a Claudia Sheinbaum, MORENA y a quien resultara responsable por la difusión de encuestas en páginas de Internet y en la red social X (antes *Twitter*) el ocho, nueve, diez y once de enero, lo cual consideró que vulneraba los principios de certeza, legalidad, objetividad, imparcialidad y seguridad jurídica, así como generó una ventaja indebida a aquélla.

² Esto constituye un hecho notorio en términos del artículo 461 de la Ley Electoral y del criterio orientador I.3º.C.35K de rubro "PÁGINAS WEB O ELECTRÓNICAS. SU CONTENIDO ES UN HECHO NOTORIO Y SUSCEPTIBLE DE SER VALORADO EN UNA DECISIÓN JUDICIAL", *Semanario Judicial de la Federación y su Gaceta*, libro XXVI, tomo 2, noviembre 2013, página 1373, al obrar en la página oficial de Internet del INE: <https://ine.mx/voto-y-elecciones/elecciones-2024/eleccion-federal-2024/>. Los contenidos de páginas oficiales de Internet que se citen a lo largo de la presente sentencia constituyen hechos notorios con base en el fundamento aquí expuesto.



3. **3. Registro, desechamiento de plano e incompetencia.** El dieciséis de enero, la autoridad instructora registró la queja³ y, el treinta siguiente, la desechó de plano porque los hechos denunciados eran temas de interés general y declinó competencia en favor de las autoridades electorales de la Ciudad de México sobre la publicación realizada por *“El Herald de México (@heraldodemexico)”* en X.
4. **4. Admisión.** El trece de marzo, la Sala Superior resolvió el expediente SUP-REP-102/2024, en el que revocó el acuerdo antes señalado⁴ y, en consecuencia, el once de abril la autoridad instructora admitió a trámite la queja.
5. **5. Medidas cautelares.** El doce de abril, la Comisión de Quejas y Denuncias del INE aprobó el acuerdo ACQyD-INE-157/2024⁵ en el que determinó la improcedencia tanto de las medidas cautelares porque, bajo la apariencia del buen derecho, no se advirtieron potenciales vulneraciones a la normatividad electoral como de su vertiente de tutela preventiva porque se estaba ante hechos futuros de realización incierta.
6. **6. Emplazamiento⁶ y audiencia.** El uno de agosto, la autoridad instructora emplazó a las partes a la audiencia de pruebas y alegatos que se celebró el seis siguiente.
7. **7. Turno a ponencia y radicación.** En esa misma fecha, se recibió el expediente en esta Sala Especializada y, en su oportunidad, el magistrado presidente lo turnó a su ponencia, donde lo radicó y se

³ Clave UT/SCG/PE/PRD/CG/56/PEF/447/2024.

⁴ Acuerdo que fue revocado por Sala Superior en el SUP-REP-102/2024 dado que el desechamiento partió de un análisis no exhaustivo de la causa.

⁵ Acuerdo que fue confirmado por Sala Superior mediante el SUP-REP-387/2024.

⁶ La autoridad instructora determinó la imposibilidad de emplazar a *Freddy Olivieri (@FreddyOlivieri)* y *@Meta24*, ya que de la investigación desahogada no se obtuvieron elementos mínimos para su identificación de los sujetos emisores del material denunciado, además de que no tienen prohibición legal en materia de publicación de encuestas.

procedió a la elaboración de la sentencia con las siguientes:

CONSIDERACIONES

PRIMERA. COMPETENCIA

8. Esta Sala Especializada es competente para analizar la presunta vulneración a las disposiciones relacionadas con la difusión de encuestas sobre asuntos electorales en el marco del proceso electoral federal 2023-2024, así como el probable beneficio indebido obtenido por su difusión.⁷

SEGUNDA. CAUSAS DE IMPROCEDENCIA E IRREGULARIDADES PROCESALES

9. El PVEM y Demoscopia Digital señalaron que la queja debía desecharse o declararse *inoperantes sus alegaciones*, porque no contaba con los medios de prueba necesarios para acreditar las conductas denunciadas, lo cual se desestima porque los hechos involucrados sí son susceptibles de actualizar infracciones electorales, además de que se ofrecieron los medios de prueba en que se sustenta la queja y que guardan relación directa con los referidos hechos, por lo que se satisfacen las exigencias mínimas para no encuadrar en la hipótesis planteada.
10. Ello, en el entendido de que, la determinación sobre la actualización o no de las conductas denunciadas, corresponde en exclusiva a este

⁷ Con fundamento en los artículos 99, párrafo cuarto, fracción IX, de la Constitución; 173 y 176, último párrafo, de la Ley Orgánica del Poder Judicial de la Federación; 470, inciso c), y 475 de la Ley Electoral; en relación con la jurisprudencia 25/2015 de la Sala Superior, de rubro "COMPETENCIA. SISTEMA DE DISTRIBUCIÓN PARA CONOCER, SUSTANCIAR Y RESOLVER PROCEDIMIENTOS SANCIONADORES".



órgano jurisdiccional al analizar el fondo de la causa.

11. Por su parte, Demoscopia Digital señaló que la autoridad omitió correrle traslado de la queja por lo que se dejó en estado de indefensión, dado que no conoce los hechos que motivaron la denuncia, lo cual se desestima, porque:
 - De las constancias que obran en autos, se observa que la autoridad instructora acudió a su domicilio a notificarle el acuerdo de emplazamiento, pero no atendió el citatorio previo que se le dejó, por lo cual en el expediente obra la razón en la que se detalla que se fijó en su domicilio procesal copia del mismo y un dispositivo electrónico que contenía todas las constancias del expediente.⁸
 - En el propio acuerdo de emplazamiento, se señalan de manera puntual los hechos base de la denuncia, por lo cual, contrario a lo señalado en su escrito de alegatos, estuvo en posibilidad de conocerlos con puntualidad.
12. Dicho lo anterior, esta Sala Especializada no advierte de oficio la actualización de alguna causa de improcedencia, ni las partes aducen su actualización, por lo que procede analizar el fondo del asunto.

TERCERA. INFRACCIONES IMPUTADAS Y DEFENSAS

A. Infracciones imputadas

13. El **PRD** señaló que:

— Las personas denunciadas realizaron publicaciones de encuestas

⁸ Folios 918 a 924. Cabe resaltar que, en el domicilio en que se buscó notificarle de manera personal el acuerdo de emplazamiento, ya se le había notificado un requerimiento dentro del presente procedimiento que la empresa atendió (folios 760 a 762).

sin que cumplieran con la entrega de los criterios de realización ni publicación de encuestas exigidos por la Ley Electoral.

- Ello generó ventaja indebida a Claudia Sheinbaum y a MORENA.
- Con ello, se vulneraron los principios de certeza, legalidad, objetividad, imparcialidad, seguridad jurídica y equidad.

B. Defensas⁹

14. **Claudia Sheinbaum** manifestó en su defensa lo siguiente:

- Negó un beneficio indebido en su favor, porque no tuvo conocimiento previo de la difusión de las encuestas.
- Los medios de noticias digitales o casas encuestadoras, en ejercicio de su libertad de expresión información o periodística, dieron a conocer contenido informativo, sin que pudiera traducirse en una vulneración electoral.

15. **Político MX** argumentó en su defensa que:

- Polls.mx es un medio de comunicación que difunde encuestas de otros medios o casas encuestadoras.
- La publicación hecha por el usuario *@FreddyOliviery* no tiene relación alguna con Polls.mx y la propia encuesta tampoco se realizó por Polls.mx, sino que se retomó de la fuente original que corresponde a La Jornada y a Demoscopia Digital.

16. **Demoscopia Digital** señaló lo siguiente:

- No utilizó recursos públicos o privados para realizar los estudios

⁹ Guillermo Elías Treviño (administrador de “Gurú Político” en X) y CE Research no comparecieron a la audiencia de pruebas y alegatos pese a que fueron debidamente emplazados.



motivo de su función como empresa, ni celebró contrato comercial o de servicios con partido u opción política alguna.

- Su objeto es la investigación, aplicación, interpretación y análisis de los procesos electorales y la vida democrática del Estado de México y del país.
 - Hasta el momento de la audiencia, ninguna autoridad electoral le había requerido la información que sustenta la encuesta que realizó y difundió en su página de Internet y cuentas de redes sociales, aunado a que su contenido se ajusta a la normatividad aplicable.
 - Los datos de la encuesta fueron difundidos por un tercero ajeno, por lo cual no le puede ser imputable responsabilidad alguna por su actuar.
 - La publicación de la encuesta en su página de internet no tuvo como finalidad influir en el proceso electoral, por lo cual no tenía obligación de entregar el estudio base a la Secretaría Ejecutiva del INE, dado que dicha previsión sólo se dirige a las empresas que se dedican a vender servicios de encuestas.
17. Por su parte, **Radio Fórmula** puntualizó que la publicación de la encuesta se realizó como un ejercicio de libertad de prensa y de su obligación de informar a la sociedad sobre temas de interés social.
18. El **PVEM** manifestó que:
- No existe violación alguna a lo dispuesto por la normativa electoral en materia de encuestas y sondeos de opinión ya que las casas encuestadoras sí presentaron ante la autoridad administrativa los estudios base que exige la normatividad aplicable.
 - Por su parte, respecto de las personas que únicamente difundieron las publicaciones originales de las encuestas, no existe vulneración

porque no se encuentran vinculadas a atender las exigencias aplicables a quienes realizan las publicaciones originales de las mismas.

- En el caso de Político MX, no realiza encuesta alguna, sino que se limita a realizar la *Encuesta de Encuestas*, en la que emplea un modelo matemático que se nutre de los resultados obtenidos en las encuestas en que se basa.
- No existe beneficio electoral en su favor ni de Claudia Sheinbaum, porque el material denunciado es un ejercicio amparado por la libertad de expresión y la libertad periodística.

19. **MORENA** manifestó que ni dicho ente ni Claudia Sheinbaum pagaron u ordenaron las encuestas involucradas, tampoco tuvieron relación con quienes realizaron las publicaciones, ni se enteraron de su realización, aunado a que, las mismas se realizaron como un ejercicio válido de libertad de expresión y de prensa, así como del derecho a la información.

20. Por último, el **PT** señaló que no existen pruebas de que ni ese partido ni Claudia Sheinbaum tuvieran relación, directa o indirecta, con la elaboración y publicación de las encuestas involucradas en la causa, aunado a que no tuvieron conocimiento de las publicaciones realizadas.

CUARTA. MEDIOS DE PRUEBA

21. Los medios de prueba presentados por las partes y los recabados de oficio por la autoridad instructora, así como las reglas para su valoración, se listan en el **ANEXO ÚNICO**¹⁰ de la presente sentencia a

¹⁰ Los anexos que se citen en esta sentencia son parte integrante de la misma.



fin de garantizar su consulta eficaz.

QUINTA. ENUNCIADOS SOBRE HECHOS QUE SE TIENEN POR PROBADOS

22. La valoración conjunta de las constancias que integran el expediente conduce a tener por probados los siguientes enunciados:
- a. En enero se realizaron las publicaciones referentes a resultados de encuestas que fueron materia de denuncia.¹¹
 - b. CE Research es el responsable de la encuesta difundida en la página de Internet *www.ceonline.com.mx* y que fue reproducida en la cuenta de X de Radio Fórmula *@Radio_Formula*.¹²
 - c. Rubrum es el responsable de la encuesta difundida en su página de Internet *www.rubrum.info*.¹³
 - d. Demoscopia Digital es el responsable de la encuesta difundida en su página de Internet *www.demoscopiadigital.com* y cuyo contenido fue reproducido por Político MX y en una publicación de la cuenta de X Gurú Político *@guruchuirer*.¹⁴

SEXTA. ESTUDIO DE FONDO

Fijación de la controversia

23. Esta Sala Especializada debe determinar si la difusión de las encuestas

¹¹ Véanse los elementos de prueba identificados en el ANEXO ÚNICO con los números 1, 2, 4, 7, 9, 11, 12, 13, 15 y 16.

¹² Véanse los elementos de prueba identificados en el ANEXO ÚNICO con los números 1, 2, 4 y 16.

¹³ Véanse los elementos de prueba identificados en el ANEXO ÚNICO con los números 1 y 7.

¹⁴ Véanse los elementos de prueba identificados en el ANEXO ÚNICO con los números 1, 10, 11 y 15.

denunciadas vulneró las reglas previstas para dichos ejercicios.

24. En caso de que se determine la existencia de las conductas señaladas, posteriormente se deberá analizar si Claudia Sheinbaum, MORENA el PVEM y el PT obtuvieron un beneficio electoral indebido por su comisión.

I. Vulneración a las reglas de publicación de encuestas

A. Marco normativo y jurisprudencia aplicable

25. La Constitución¹⁵ y la Ley Electoral¹⁶ prevén que corresponde al Consejo General del INE definir las reglas, lineamientos y criterios que las personas físicas o morales deberán adoptar para realizar encuestas o sondeos de opinión en procesos electorales federales y locales
26. En el marco de esta competencia, el Reglamento de Elecciones, emitido en concordancia con la Ley Electoral, dispone reglas básicas que son aplicables para la difusión de estos contenidos:¹⁷
 - **Prohibición temporal.** Está prohibido publicar, difundir o dar a conocer encuestas y sondeos de opinión tres días previos a la elección y hasta la hora de cierre de las casillas que se encuentren en las zonas de husos horarios más occidentales del territorio nacional.¹⁸

¹⁵ Artículo 41, Base V, Apartado B, inciso a), párrafo 5, así como Apartado C, párrafo 8.

¹⁶ Artículo 213.

¹⁷ El artículo 132 del Reglamento de Elecciones reconoce la competencia que corresponde al Consejo General del INE en esta materia y señala que a dicha regulación se debe sujetar todas las personas que se involucren en la realización y difusión de encuestas y sondeos de opinión.

¹⁸ Artículos 213, párrafo 2, y 251, párrafo 6, de la Ley Electoral y el 134 del Reglamento de Elecciones.



La Sala Superior ha resuelto que esta prohibición de difusión constituye una medida idónea, necesaria y proporcional porque busca evitar que existan obstáculos que generen confusión en la conformación de la opinión del electorado que reside en los estados más occidentales del país y únicamente prevalece por un breve período.¹⁹

- **Recursos empleados.** La persona, física o moral, que difunda encuestas o sondeos de opinión, debe rendir un informe al INE sobre los recursos empleados para su realización.²⁰
- **Entrega del estudio base.** Cuando una encuesta o sondeo de opinión se difunda **por cualquier medio**, se debe presentar ante la Secretaría Ejecutiva del INE copia del estudio completo que ampare su contenido, directamente en sus oficinas o a través de las juntas locales ejecutivas, a más tardar dentro de los cinco días siguientes a la publicación correspondiente.²¹

En este punto, la Sala Superior ha señalado que este deber de presentar el señalado informe al INE no vulnera el derecho de acceso a la información ni la libertad de expresión en su vertiente de ejercicio periodístico, puesto que se dirige a tutelar un principio de igual o mayor importancia en el marco del desarrollo de los

¹⁹ Tesis XXXIV/2015 de rubro “ENCUESTAS O SONDEOS DE OPINIÓN. LA RESTRICCIÓN DE SU PUBLICACIÓN O DIFUSIÓN HASTA EL CIERRE TOTAL DE LAS CASILLAS UBICADAS EN LAS DISTINTAS ZONAS DE HUSOS HORARIOS DEL PAÍS CUMPLE LOS PRINCIPIOS DE IDONEIDAD, NECESIDAD Y PROPORCIONALIDAD”. La propia Sala Superior ha señalado que la restricción de la difusión de encuestas o sondeos de opinión en otras etapas del proceso electoral como la precampaña o posterior al cierre de las casillas, constituye una restricción inconstitucional en la tesis XVI/2011 de rubro “ENCUESTAS O SONDEOS DE OPINIÓN. ES INCONSTITUCIONAL LA RESTRICCIÓN DE SU DIFUSIÓN DURANTE LA ETAPA DE PRECAMPANA Y CON POSTERIODIDAD AL CIERRE TOTAL DE LAS CASILLAS”.

²⁰ Artículos 213, párrafo 3, de la Ley Electoral.

²¹ Artículos 251, párrafo 5, de la Ley Electoral y 136, párrafo 1, inciso a), del Reglamento de Elecciones.

procesos electorales, como es la equidad en la contienda.²²

- **Sobre las publicaciones.** Las publicaciones que den a conocer de manera original resultados de encuestas por muestreos o sondeos de opinión deben identificar, **en la publicación misma:**

23

- 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.
- b. Fechas en que se llevó a cabo el levantamiento de información.
- c. Población objetivo y tamaño de muestra.
- d. Fraseo exacto que se utilizó para obtener los resultados publicados.
- e. Frecuencia de no respuesta y tasa de rechazo a la entrevista.
- f. Señalar si el resultado contiene cualquier otro parámetro que no consista en el mero cálculo de frecuencias relativas de las respuestas de la muestra estudiada para la encuesta.
- g. Indicar claramente el método de recolección de información.
- h. Señalar la calidad de la estimación: confianza y error máximo implícito en la muestra.

27. Ahora, es relevante precisar que esta Sala Especializada ha definido que, en materia de difusión de encuestas de muestreo y sondeos de opinión, existen dos tipos de publicaciones que dan a conocer los resultados de las preferencias electorales de la ciudadanía:²⁴

²² Tesis LVII/2016 de rubro “ENCUESTAS. EL DEBER DE INFORMARLAS AL INSTITUTO NACIONAL ELECTORAL DURANTE LOS PROCESOS ELECTORALES, NO COARTA EL DERECHO DE INFORMACIÓN Y LIBERTAD DE EXPRESIÓN”.

²³ Artículo 136, párrafos 6 y 7, del Reglamento de Elecciones.

²⁴ Sentencias emitidas en los expedientes SRE-PSD-209/2018 (confirmada en el SUP-REP-713/2018), SRE-PSD-104/2021 (no se impugnó) y SRE-PSC-170/2024 (no se impugnó).



- Encuestas o sondeos de opinión que se **publican de manera original**.
 - Las **meras reproducciones** de publicaciones originales.
28. Lo anterior porque, siguiendo los criterios señalados, las reglas de difusión de encuestas únicamente son aplicables a las personas, físicas o morales, que difundan **de manera original las encuestas** y no a las que lleven a cabo meras reproducciones de aquéllas.
29. También resulta importante recalcar que, la obligación de presentar ante la Secretaría Ejecutiva del INE el estudio que sustente los resultados de las encuestas o sondeos de opinión publicados de manera original, es aplicable a cualquier ejercicio de difusión pública, **sin importar el medio por el que se realice** (radio, televisión, medios impresos, Internet), porque así lo dispone expresamente la Ley Electoral²⁵ y esta Sala Especializada ha definido²⁶ que ello atiende a la **finalidad de evitar que se difunda información imprecisa a la ciudadanía en detrimento del principio de equidad en la contienda**.

B. Caso concreto

30. A fin de realizar el estudio de esta infracción, es importante identificar aquellas personas a las que se imputa la difusión o publicación de las encuestas involucradas **de manera original** o la **mera reproducción de publicaciones originales**.
31. Lo anterior porque, como ya se señaló en el marco normativo, las reglas de difusión de encuestas únicamente son aplicables a aquellas

²⁵ El artículo 251, párrafo 5, dispone: *...deberá entregar copia del estudio completo al Secretario Ejecutivo del Instituto, si la encuesta o sondeo se difunde **por cualquier medio**.*

²⁶ Sentencias emitidas en los expedientes SRE-PSC-170/2024 y SRE-PSL-43/2024.

personas, físicas o morales, que se encuentran en el primero de los supuestos descrito y no a quienes se encuentran en el segundo.

32. En el caso, se advierte que Político MX (www.polls.mx), Guillermo Elías Treviño (administrador de la cuenta de X *Gurú Político* @guruchuirer) y Radio Fórmula (cuenta de X @Radio_Formula), únicamente llevaron a cabo la **mera reproducción de publicaciones originales**.
33. Político MX y la cuenta de X *Gurú Político* @guruchuirer, recogieron los datos expuestos por Demoscopia Digital en la encuesta que difundió, como se muestra a continuación:

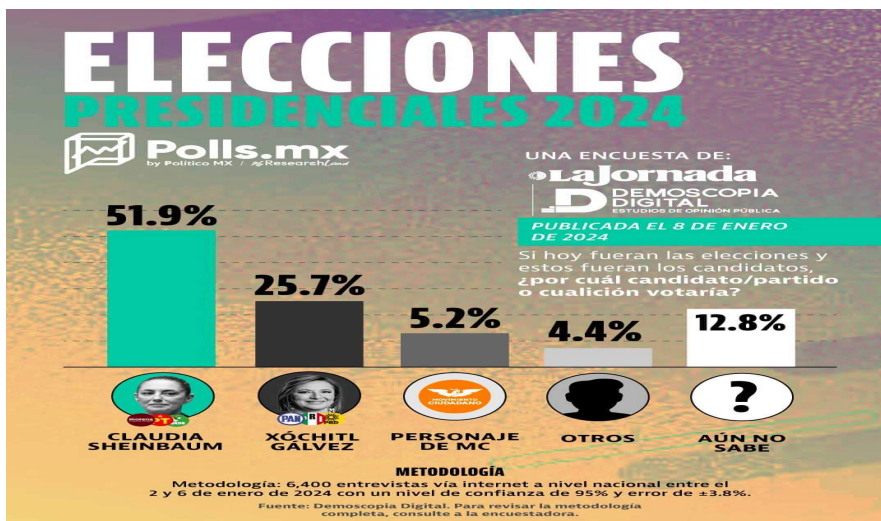


6:41 p. m. · 8 ene. 2024 · 12,5 mil Reproducciones



TRIBUNAL ELECTORAL
del Poder Judicial de la Federación
SALA REGIONAL ESPECIALIZADA

SRE-PSC-473/2024



34. Si bien dentro de las expresiones que Político MX realizó dentro del presente expediente²⁷ señaló que se dedica a recabar resultados de encuestas para realizar, mediante un modelo matemático, una *Encuesta de Encuestas*, en el presente caso no nos encontramos en ese supuesto, porque del contenido de la publicación realizada por dicho ente se advierte que se limitó a reproducir los resultados de la encuesta de Demoscopia Digital.
35. Ello se puede advertir del estudio conjunto de su publicación con la realizada por Guillermo Elías Treviño en la cuenta de X *Gurú Político @guruchuirer* que exponen los mismos resultados de la encuesta que difundieron, sin que el hecho de que hubieran empleado formatos distintos para tal difusión implique una modificación sustancial porque únicamente se limitaron a llevar a cabo la **mera reproducción de los resultados de la publicación original de Demoscopia Digital**.
36. Por su parte, Radio Fórmula (cuenta de X *@Radio_Formula*) reprodujo o difundió los datos de la encuesta publicada de manera original por CE

²⁷ Elementos de prueba identificado en el ANEXO ÚNICO con los números 11, 26 y el escrito de alegatos que presentado en la audiencia de pruebas y alegatos.

Research, como se muestra a continuación:



37. En consecuencia, esta Sala Especializada concluye que, Político MX, Guillermo Elías Treviño y Radio Fórmula a través de la cuenta de X *@Radio_Formula*, únicamente llevaron a cabo la mera reproducción de publicaciones originales de encuestas y, conforme a los parámetros que han sido expuestos, es **inexistente la vulneración a las reglas de publicación de encuestas respecto de dichas personas.**
38. Por otro lado, se advierte que CE Research, Rubrum y Demoscopia Digital sí llevaron a cabo la **difusión o publicación original** de las encuestas involucradas en esta causa, por lo cual, en estos casos sí son aplicables las reglas que fueron detalladas en el marco normativo porque, **independientemente del medio de difusión, es la acción misma de dar a conocer el contenido la que genera la obligación de atender los requisitos previstos para tal efecto.**
39. Ahora, como ya se señaló en el apartado correspondiente, es dable recordar que la difusión de las encuestas involucradas se llevó a cabo



el ocho y nueve de enero, esto es, en la etapa de precampaña del proceso electoral federal, por lo cual no encuadran en el período prohibido de tres días anteriores a la jornada o hasta el cierre de todas las casillas del país y, conforme a los parámetros establecidos en el marco normativo, el **período de su difusión** es válido.

40. Respecto de las **características de las publicaciones** realizadas, corresponde analizarlas de manera particular, a fin de estar en posibilidad de identificar los elementos que en cada caso las conforman:

Publicación de Rubrum

41. El contenido de esta publicación es el siguiente:²⁸

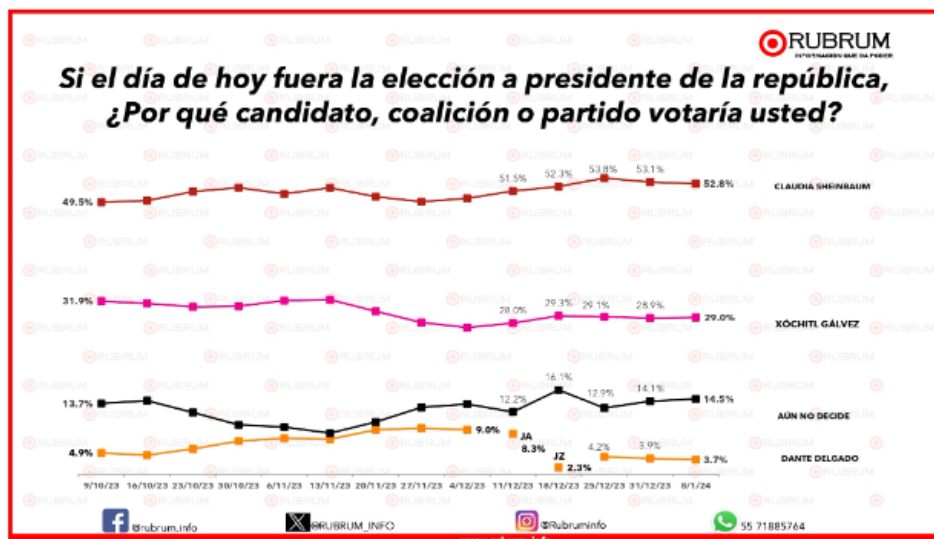
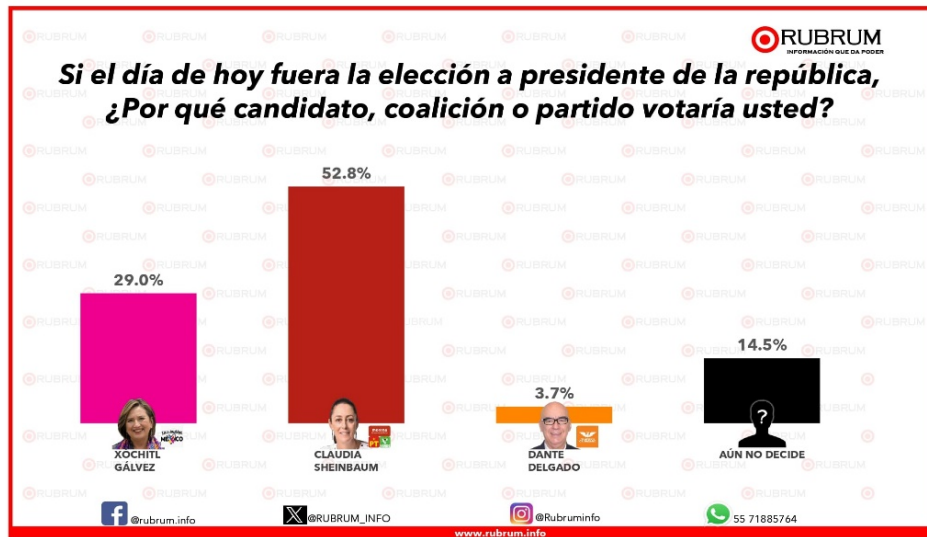
En RUBRUM te presentamos puntualmente los datos actualizados de intención de voto de las preferencias presidenciales 2024.

¿Quién debería ser el próximo presidente de nuestro país? Estos son los resultados:

- Xóchitl Gálvez 29.0%
- Claudia Sheinbaum 52.8%
- Dante Delgado 3.7%
- Aún no decide 14.5%

Recuerda que si quieres seguir las tendencias en este y otros procesos electorales, te invitamos a [suscribirte en nuestro sitio](#) o dar clic en este enlace <https://bit.ly/3JT5OW4> y recibir nuestras encuestas por WhatsApp.

²⁸ Elemento de prueba identificado en el ANEXO ÚNICO con el número 1.



Datos de Preferencias presidenciales 08 de enero del 2024

1 archivo(s) 345.77 KB

[Descargar](#)

METODOLOGÍA

TIPO DE ENCUESTA: Telefónica automatizada

Población muestra: Población muestra hombres/mujeres habitantes de México, mayores de 18 años

Tipo de muestra: Aleatorio representativo

NIVEL DE CONFIANZA: 95%


MARGEN DE ERROR: +/- 3.8

Fecha de levantamiento: 05 de enero de 2024

- 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.

Se identifica de manera clara a Rubrum como encargado de la elaboración y difusión de la encuesta, puesto que se identifica su nombre, logotipo () y el dominio de su página de Internet (se colocan un enlace directo a la misma).

Asimismo, en la propia publicación se colocó una liga electrónica que permitía descargar un documento en el que se identifica el nombre de su director general y los datos de contacto de la empresa.

b. Fechas en que se llevó a cabo el levantamiento de información.

Se identifica que el período de levantamiento fue el cinco de enero.

c. Población objetivo y tamaño de muestra. Se identifica como población objetivo de la muestra a hombres y mujeres habitantes de la República Mexicana, mayores de dieciocho años y en el documento descargable se identifica que el tamaño de muestra fue de 1,200 (mil doscientos) levantamientos de encuesta.

d. Fraseo exacto que se utilizó para obtener los resultados publicados. Se identifica un fraseo: *Si el día de hoy fuera la elección a presidente de la república, ¿Por qué candidato, coalición o partido votaría usted? (sic).*

e. Frecuencia de no respuesta y tasa de rechazo a la entrevista.

En el documento publicado se identifica únicamente el número total de levantamientos realizados, pero no se identifica expresamente la frecuencia de no respuesta o la tasa de rechazo.

f. Señalar si el resultado contiene cualquier otro parámetro que no consista en el mero cálculo de frecuencias relativas de las respuestas de la muestra estudiada para la encuesta. Se establece que el tipo de muestra es aleatoria representativa.

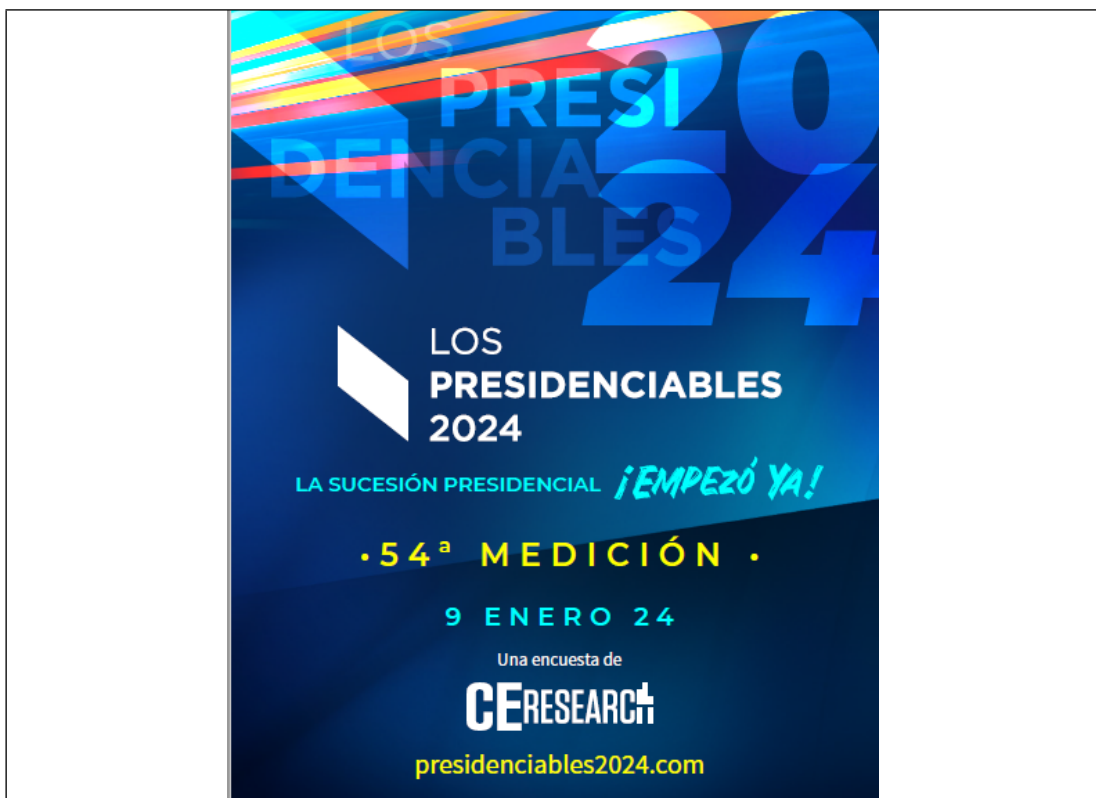
g. Indicar claramente el método de recolección de información. Se señala que el levantamiento se realizó vía telefónica, de manera

automática y aleatoria.

- h. **Señalar la calidad de la estimación: confianza y error máximo implícito en la muestra.** Señala como nivel de confianza estadística el 95% (noventa y cinco por ciento) y como error máximo $\pm 3.8\%$ (tres punto ocho por ciento, tanto en sentido positivo como negativo).

Publicación de CE Research

42. El contenido involucrado en este caso es el siguiente:²⁹



²⁹ Elemento de prueba identificado en el ANEXO ÚNICO con el número 13.





EL AUTENTICO PULSO DE MEXICO

LOS
**PRESIDENCIALES
2024**

54ª MEDICIÓN

Simpatía partidista

En cuanto a partidos políticos, ¿con cuál de ellos se identifica?

45%



Morena	PAN	PRI	MC	PRD	Verde	PT	

9 DE ENERO DE 2024
Metodología: Se realizaron 600 entrevistas por medio de una operadora robotizada a nivel nacional con un margen de error de +/- 4.0% para un intervalo de confianza del 95%. La distribución de entrevistas se hicieron de acuerdo al listado nominal de cada entidad federativa a enero de 2024. Levantamiento: 8 de enero de 2024.

ID RNP INE: 201509111210081
presidenciales2024.com



EL AUTENTICO PULSO DE MEXICO

LOS
**PRESIDENCIALES
2024**

54ª MEDICIÓN

Careo candidatas

Ahora, si solo compitieran estas dos candidatas presidenciales, ¿por cuál votaría?

Porcentajes emitidos en valores efectivos.

62%



Claudia Sheinbaum

38%



Xóchitl Gálvez

9 DE ENERO DE 2024
Metodología: Se realizaron 600 entrevistas por medio de una operadora robotizada a nivel nacional con un margen de error de +/- 4.0% para un intervalo de confianza del 95%. La distribución de entrevistas se hicieron de acuerdo al listado nominal de cada entidad federativa a enero de 2024. Levantamiento: 8 de enero de 2024.

ID RNP INE: 201509111210081
presidenciales2024.com



CERESARCH
EL AUTÉNTICO PULSO DE MÉXICO

LOS
PRESIDENCIALES
2024

54ª MEDICIÓN

Careo

Y tomando en cuenta que estos son los candidatos de las alianzas o partidos, ¿por cuál de ellos votaría?

Porcentajes emitidos en valores efectivos.



58%



Claudia Sheinbaum



34%



Xóchitl Gálvez



8%



Dante Delgado

9 DE ENERO DE 2024
 Metodología: Se realizaron 600 entrevistas por medio de una operadora robotizada a nivel nacional con un margen de error de +/- 4.9% para un intervalo de confianza del 95%. La distribución de entrevistas se hicieron de acuerdo al listado nominal de cada entidad federativa a enero de 2024.
 Levantamiento: 8 de enero de 2024.

ID RNP INE: 201509111210081

presidenciales2024.com



CERESARCH
EL AUTÉNTICO PULSO DE MÉXICO

LOS
PRESIDENCIALES
2024

54ª MEDICIÓN

¿Quién cree que ganará?

Ante esto, y más allá del por quién votará, usted ¿quién cree que va a ganar la elección de junio próximo?

Porcentajes emitidos en valores efectivos.



60%



Claudia Sheinbaum



35%



Xóchitl Gálvez



5%



Dante Delgado

9 DE ENERO DE 2024
 Metodología: Se realizaron 600 entrevistas por medio de una operadora robotizada a nivel nacional con un margen de error de +/- 4.9% para un intervalo de confianza del 95%. La distribución de entrevistas se hicieron de acuerdo al listado nominal de cada entidad federativa a enero de 2024.
 Levantamiento: 8 de enero de 2024.

ID RNP INE: 201509111210081

presidenciales2024.com



TRIBUNAL ELECTORAL
del Poder Judicial de la Federación
SALA REGIONAL ESPECIALIZADA

SRE-PSC-473/2024



- 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. Se identifica de manera clara a CE Research como encargado de la elaboración y difusión de la encuesta, puesto que se identifica su nombre, logotipo (CERESEARCH), el dominio de su página de Internet (www.presidenciabales2021.com) e, inclusive, su dato de identificación en el Registro Nacional de Proveedores del INE (ID RNP INE: 201509111210081).
- Fechas en que se llevó a cabo el levantamiento de información.** Se identifica que el período de levantamiento fue el ocho de enero.
- Población objetivo y tamaño de muestra.** Se identifica que el muestreo fue de seiscientas entrevistas a nivel nacional y su distribución atendió al listado nominal de cada entidad federativa a enero de 2024.
- Fraseo exacto que se utilizó para obtener los resultados**

publicados. Se identifican los siguientes fraseos:

- *En cuanto a partidos políticos, ¿con cuál de ellos se identifica?*
- *Ahora, si solo compitieran estas dos candidatas presidenciales, ¿por cuál votaría?*
- *Y tomando en cuenta que estos son los candidatos de las alianzas o partidos, ¿por cuál de ellos votaría?*
- *Ante esto y más allá del por quién votará, usted ¿quién cree que va a ganar la elección de junio próximo?*
- *Ahora, ¿por cuál de los candidatos siguientes y su partido o alianza jamás votaría?*

e. Frecuencia de no respuesta y tasa de rechazo a la entrevista.

En el documento publicado se identifica únicamente el número total de entrevistas realizadas, pero no se identifica expresamente la frecuencia de no respuesta o la tasa de rechazo.

f. Señalar si el resultado contiene cualquier otro parámetro que no consista en el mero cálculo de frecuencias relativas de las respuestas de la muestra estudiada para la encuesta. Se establece que los porcentajes se emiten en valores efectivos.

g. Indicar claramente el método de recolección de información. Se señala que el levantamiento se realizó por medio de una operadora robotizada.

h. Señalar la calidad de la estimación: confianza y error máximo implícito en la muestra. Señala como nivel de confianza estadística el 95% (noventa y cinco por ciento) y como error máximo $\pm 4.0\%$ (cuatro por ciento, tanto en sentido positivo como negativo).

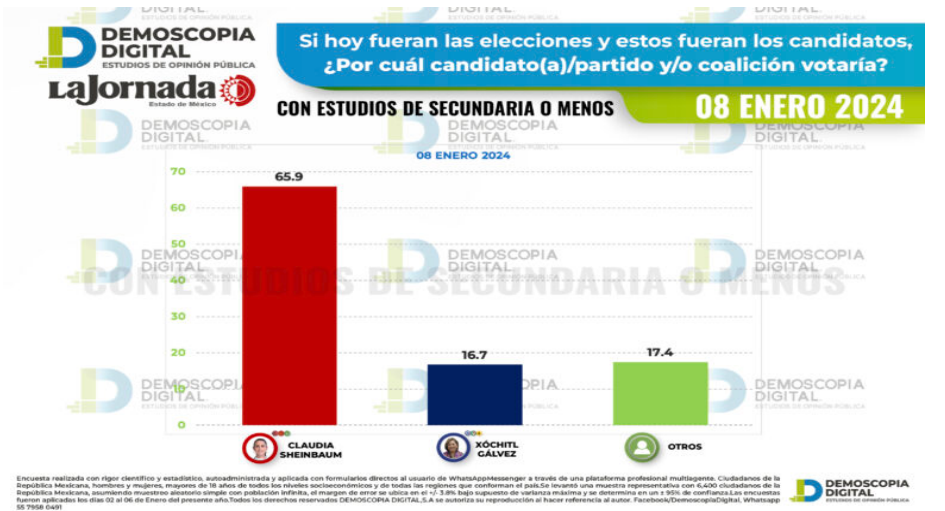
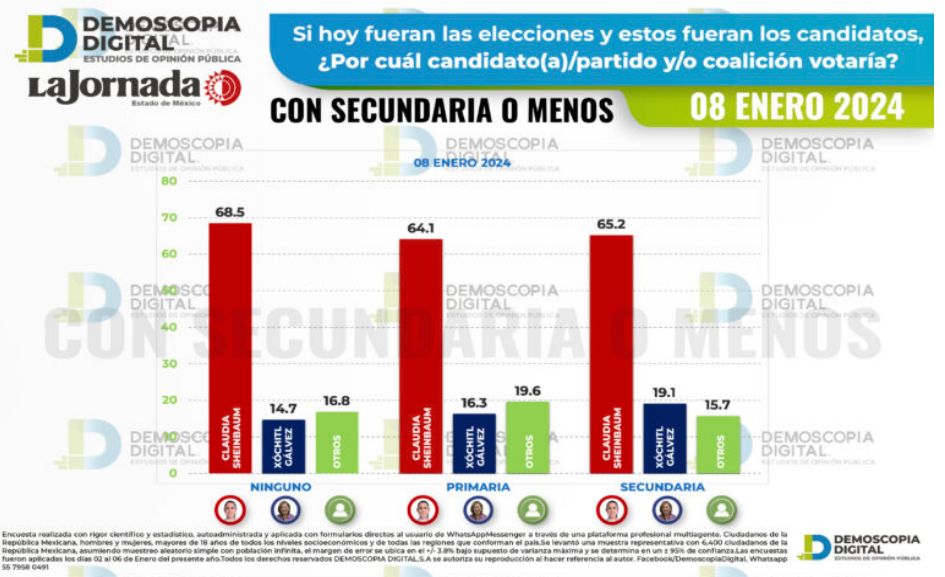
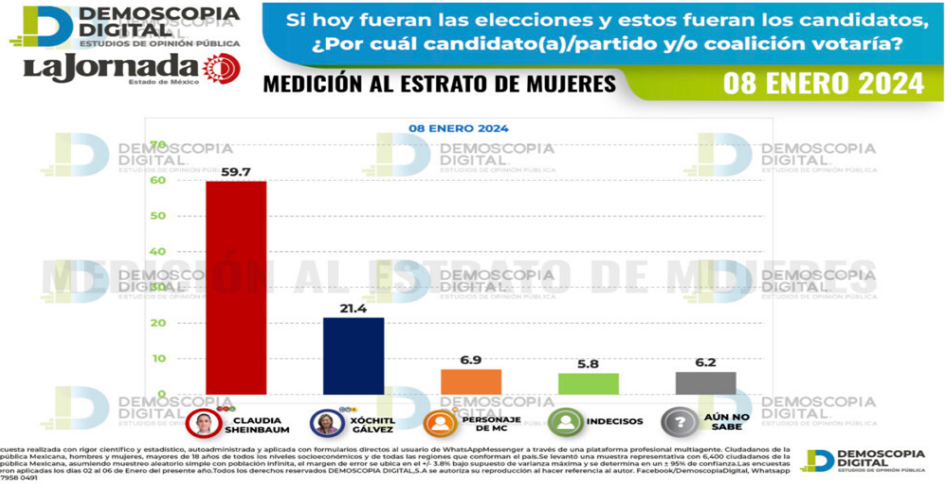
Publicación de Demoscopia Digital

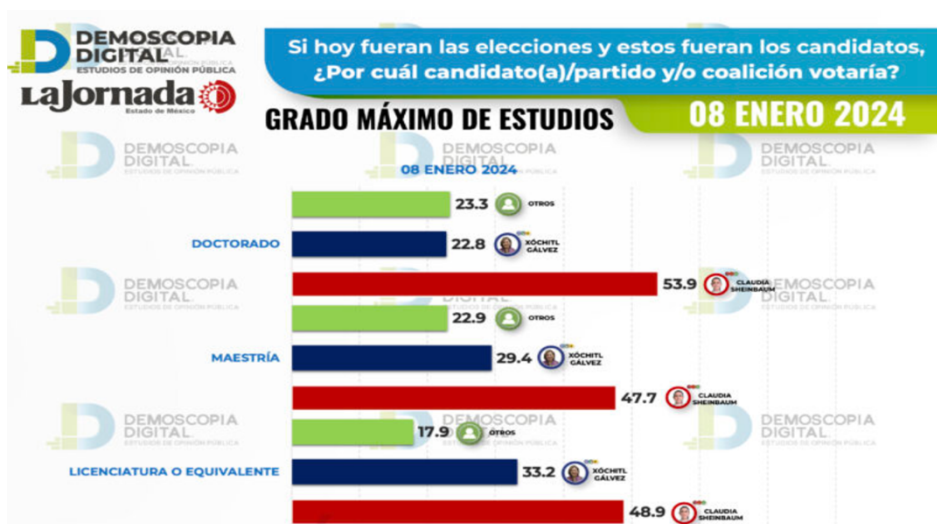
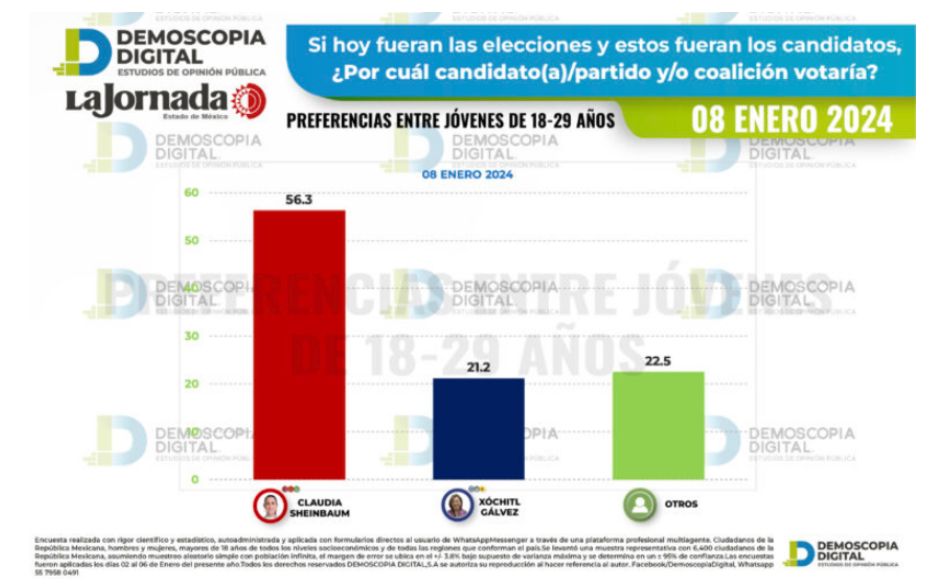


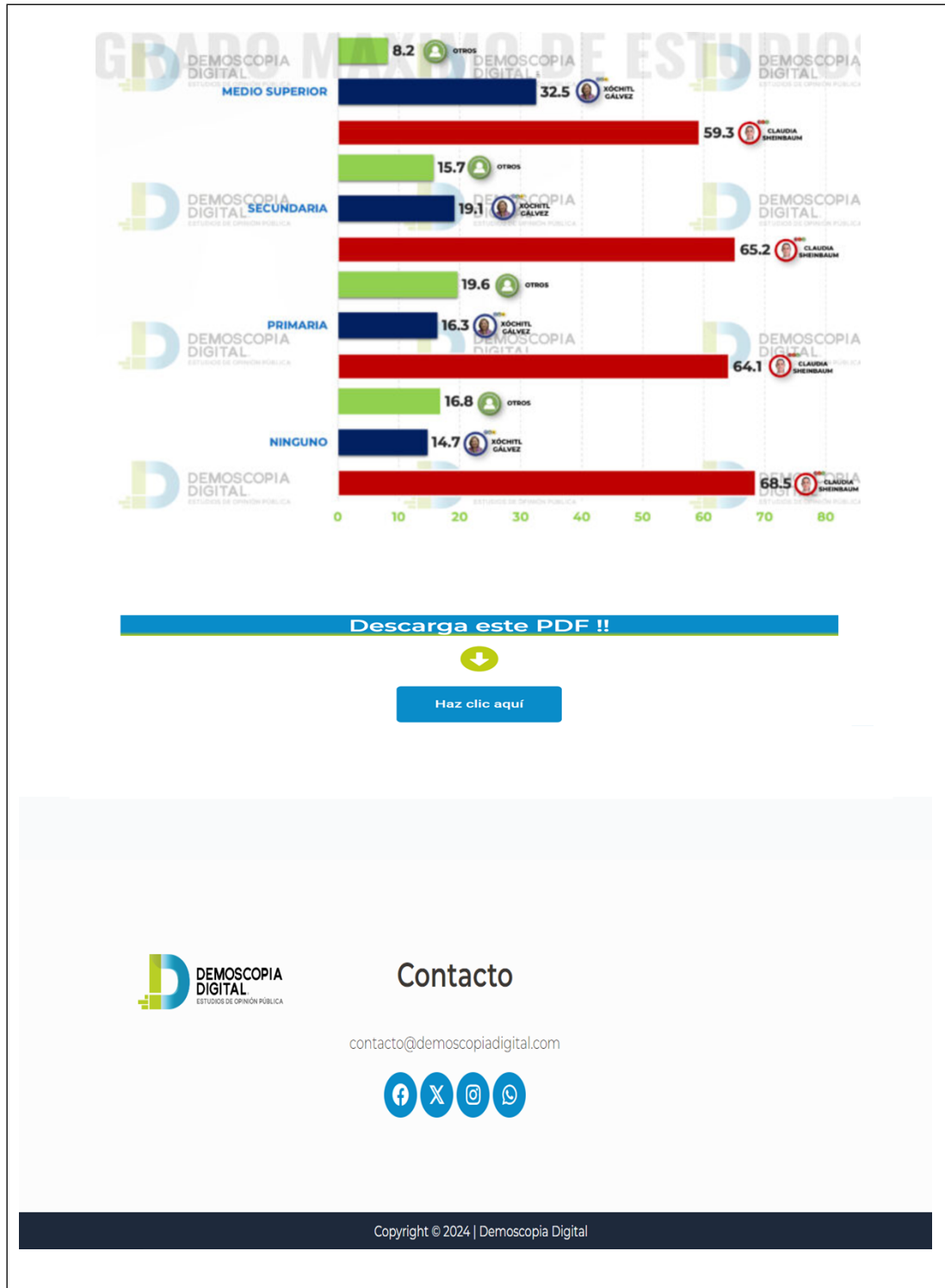
43. El contenido involucrado en este caso es el siguiente:³⁰



³⁰ Elemento de prueba identificado en el ANEXO ÚNICO con el número 12.








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.** Se identifica de manera clara a Demoscopia Digital como encargado de la elaboración y difusión de la encuesta, puesto que se identifica su nombre, logotipo



() y el dominio de su página de Internet (www.demoscopiadigital.com), así como también contempla una liga electrónica para la descarga de los datos publicados.

- b. Fechas en que se llevó a cabo el levantamiento de información.**
Se identifica que el período de levantamiento fue del dos al seis de enero.
- c. Población objetivo y tamaño de muestra.** Se identifica como población objetivo hombres y mujeres, mayores de dieciocho años, de todos los niveles socioeconómicos y todas las regiones del país y se divide por estratos: mujeres; con estudios de secundaria o menos; con estudios de posgrado; preferencias entre jóvenes de 18 y 29 años; por grado máximo de estudios. El tamaño de la muestra es de seis mil cuatrocientas personas ciudadanas.
- d. Fraseo exacto que se utilizó para obtener los resultados publicados.** Se identifica el fraseo siguiente: *Si hoy fueran las elecciones y estos fueran los candidatos, ¿Por cuál candidato(a)/partido y/o coalición votaría? (sic).*
- e. Frecuencia de no respuesta y tasa de rechazo a la entrevista.**
En el documento publicado se identifica únicamente el número total de levantamientos, pero no se identifica expresamente la frecuencia de no respuesta o la tasa de rechazo.
- f. Señalar si el resultado contiene cualquier otro parámetro que no consista en el mero cálculo de frecuencias relativas de las respuestas de la muestra estudiada para la encuesta.** No se identifican datos o parámetros adicionales.
- g. Indicar claramente el método de recolección de información.** Se señala que el levantamiento se realizó por medio de formularios directos, autoadministrados, por WhatsApp Messenger a través de una plataforma profesional multiagente.

- h. Señalar la calidad de la estimación: confianza y error máximo implícito en la muestra.** Señala como nivel de confianza estadística el 95% (noventa y cinco por ciento) y como error máximo $\pm 3.8\%$ (tres punto ocho por ciento, tanto en sentido positivo como negativo).
44. De lo anterior, se observa que **en todos los casos** las publicaciones y los documentos difundidos para dar a conocer las encuestas (**publicación de la encuesta**), cumplieron esencialmente con las características señaladas por los estándares señalados en el marco normativo, sin que el hecho de que no se señalara puntualmente la frecuencia de no respuesta o la tasa de rechazo de las entrevistas realizadas sea determinante para tener por incumplido este requisito, puesto que todas las publicaciones aportan elementos mínimos respecto del número de entrevistas realizadas y que fueron la base para las estimaciones realizadas.
45. Ahora, por lo que respecta a la **entrega de los estudios base** de las encuestas publicadas a la Secretaría Ejecutiva del INE se observa lo siguiente:
46. En el caso de **CE Research** y de **Rubrum**, de las constancias que obran en autos se puede concluir que sí entregaron los estudios base de sus encuestas a la autoridad administrativa y los mismos quedaron registrados dentro del *Sexto informe en materia de encuestas por muestreo, sondeo de opinión, encuestas de salida y conteos rápidos no institucionales* con los folios 02830 en el caso del primero y 02874 en el del segundo.³¹
47. Ello, aunado a que en ambos casos el referido informe da cuenta con

³¹ Elemento de prueba identificado en el ANEXO ÚNICO con el número 9.



que se satisficieron los elementos previstos por el ANEXO 3 de Reglamento de Elecciones para la correcta realización de ese tipo de estudios.

48. En consecuencia, se advierte que CE Research y Rubrum cumplieron con las obligaciones oponibles tanto a la publicación de sus encuestas como al deber de entregar los estudios base de las mismas a la Secretaría Ejecutiva del INE, por lo cual **es inexistente la vulneración a las reglas de publicación de encuestas** por su parte.
49. Contrario a lo anterior, en el caso de **Demoscopia Digital** la propia empresa admitió en su escrito de alegatos que **no realizó la entrega del estudio señalado**.
50. Ello genera una irregularidad determinante para la actualización de la vulneración a las reglas de difusión de encuestas de muestreo, puesto que el incumplimiento de la entrega del estudio señalado impidió su publicación en la página oficial del INE y, con ello, el **conocimiento de la ciudadanía** respecto de la información exigida por el ANEXO 3 de Reglamento de Elecciones respecto de los criterios generales de carácter científico exigibles a ese tipo de estudios consistente en identificar de manera detallada y específica:

1. **Objetivos del estudio.**

2. **Marco muestral.**

3. **Diseño muestral.**

a) Definición de la población objetivo.

b) Procedimiento de selección de unidades.

c) Procedimiento de estimación.

d) Tamaño y forma de obtención de la muestra.

e) Calidad de la estimación: confianza y error máximo implícito en la muestra seleccionada para cada distribución de preferencias o tendencias.

f) Frecuencia y tratamiento de la no-respuesta, señalando los porcentajes de indecisos, los que responden "no sé" y los que manifiestan que no piensan votar.

g) Tasa de rechazo general a la entrevista, reportando por un lado el número de negativas a responder o abandono del informante sobre el total de intentos o personas contactadas, y por otro lado, el número de contactos no exitosos sobre el total de intentos del estudio.

4. Método y fecha de recolección de la información.

5. El cuestionario o instrumentos de captación utilizados para generar la información publicada.

6. Forma de procesamiento, estimadores e intervalos de confianza.

7. Denominación del software utilizado para el procesamiento.

8. La base de datos, en formato electrónico, sin contraseñas ni candados, en el archivo de origen (no PDF o imagen), que permita el manejo de sus datos.

40

9. Principales resultados, pudiendo especificar la preferencia de votación bruta y la efectiva. En todo caso, el reporte de resultados debe señalar si contiene estimaciones, modelo de votantes probables o cualquier otro parámetro que no consista en el mero cálculo de frecuencias relativas de las respuestas de la muestra estudiada para la encuesta.

10. Autoría y financiamiento. Los datos que permitan identificar fehacientemente la persona física o moral que ordenó, realizó, publicó y/o difundió los estudios, incluyendo nombre o denominación social, logotipo, domicilio, teléfono y correos electrónicos donde puedan responder requerimientos sobre los estudios mismos.

En específico deberá informar:

a) La o las personas físicas o morales que patrocinaron o pagaron la encuesta o sondeo,

b) La o las personas físicas o morales que diseñaron y llevaron a cabo la encuesta o sondeo, y

c) La o las personas físicas o morales que solicitaron, ordenaron y/ pagaron su publicación o difusión.

11. Recursos económicos/financieros aplicados. Un informe sobre los recursos aplicados en la realización de la encuesta o sondeo de opinión, acompañado de la factura que respalda la contratación de la realización de dicha encuesta o sondeo de opinión (incluyendo el nombre de la persona física o moral que contrató el estudio), y explicitando el monto y proporción que hubiese sido efectivamente cubierto al momento de la publicación. En los casos en que sea la misma persona física o moral quien realice y publique la encuesta, ésta deberá presentar un informe del costo total del estudio realizado.

12. Experiencia profesional y formación académica. La documentación que pruebe, en su caso, la pertenencia a asociaciones nacionales o internacionales del gremio de la opinión pública de la persona que realizó la encuesta. Además, se deberá incluir documentación que muestre la formación académica y experiencia profesional del director de la organización que lleve a cabo la encuesta o del responsable de la misma.

51. Lo anterior impidió el escrutinio social sobre los datos específicos y detallados que permitieran conocer con **certeza y veracidad** el soporte científico de la encuesta difundida por Demoscopia Digital y, por tanto, de la formación de una **opinión ciudadana plenamente informada** de cara a la toma de decisiones respecto de las opciones contendientes por la Presidencia de la República.

52. En esta línea, si bien la publicación de la encuesta en la página de



Internet de Demoscopia Digital satisfizo elementos mínimos identificados a manera de resumen respecto de los aspectos relevantes asociados al levantamiento de datos empleados en la misma, lo cierto es que ello no sustituye la obligación de dar a conocer, por conducto de la Secretaría Ejecutiva del INE, el estudio detallado que sustenta dicha comunicación pública, por lo cual el incumplimiento de ese requisito indispensable se traduce en el menoscabo a la formación de una **opinión pública informada para la emisión del voto**.

53. No es obstáculo a este señalamiento el que la referida empresa señaló que, hasta el momento de la audiencia de este procedimiento, ninguna autoridad electoral le había requerido la información que sustenta la encuesta que realizó y difundió en su página de Internet y cuentas de redes sociales y que por tal motivo no la había presentado ante la Secretaría Ejecutiva del INE.
54. Lo anterior, porque parte del presupuesto incorrecto de que la entrega del estudio base de la encuesta que publicó debía ser requerido por la referida Secretaría cuando, según se ha expuesto en esta sentencia, el marco normativo le impone la obligación de entregarlo directamente en sus oficinas o a través de las juntas locales ejecutivas del INE, a más tardar dentro de los cinco días siguientes a la publicación correspondiente.³²
55. Así, la ausencia de la entrega del estudio en comento genera un efecto de desinformación basado en la idea implícita de que la población receptora de las encuestas publicadas debe atender acriticamente y sin verificación los datos señalados en las mismas, lo que **produce un desequilibrio en la competencia electoral**, dado que los datos

³² Artículos 251, párrafo 5, de la Ley Electoral y 136, párrafo 1, inciso a), del Reglamento de Elecciones.

expuestos identifican presuntas preferencias electorales respecto de opciones políticas contendientes, con anterioridad a la celebración de la jornada electoral.

En consecuencia, el incumplimiento de la obligación de entregar el estudio base de la encuesta cuya difusión se denuncia, **actualiza la existencia de la vulneración a las reglas de publicación de encuestas** por parte de **Demoscopia Digital**.

II. Beneficio electoral indebido

56. La autoridad emplazó a Claudia Sheinbaum, MORENA, PT y PVEM por la presunta obtención de un beneficio electoral indebido por la elaboración y difusión de las encuestas denunciadas.
57. La Sala Superior ha validado³³ la imputabilidad del presunto beneficio electoral indebido que una persona pueda obtener con motivo de la comisión de infracciones cometidas por otras personas.
58. En este caso, se determina que no es procedente imputar responsabilidad a la referida persona y partidos políticos señalados, porque en el expediente no obran constancias que pongan de manifiesto que hubieran tenido conocimiento de la elaboración y difusión de las encuestas involucradas, ni del incumplimiento de Demoscopia Digital de su obligación de presentar el estudio base correspondiente ante la Secretaría Ejecutiva del INE.
59. Por tanto, no se satisface un presupuesto indispensable para imputar una responsabilidad derivada de la obtención de un presunto beneficio

³³ Véase SUP-REP-616/2022 y acumulado que confirmó el SRE-PSC-143/2022.



indebido, consistente en que se acredite que las personas presuntamente beneficiadas fueron partícipes de los efectos de la infracción por su omisión de buscar que concluyera mediante actos idóneos para tal efecto,³⁴ por lo cual **es inexistente la obtención de un beneficio electoral indebido.**

SÉPTIMA. CALIFICACIÓN DE LAS INFRACCIONES E IMPOSICIÓN DE SANCIONES

60. En este apartado se calificará la comisión de las infracciones analizadas y se determinará la sanción que en cada caso corresponda.

A. Elementos comunes para el análisis contextual y la calificación de las infracciones

61. La Sala Superior ha determinado que para calificar una infracción se debe tomar en cuenta lo siguiente.
- La importancia de la norma transgredida, señalando los preceptos o valores que se trastocaron o se vieron amenazados y la importancia de esa norma dentro del sistema electoral.
 - Los efectos que produce la transgresión, los fines, bienes y valores jurídicos tutelados por la norma (puesta en peligro o resultado).
 - El tipo de infracción y la comisión intencional o culposa de la falta, análisis que impone verificar si el responsable fijó su voluntad para el fin o efecto producido, o bien, pudo prever su resultado.

³⁴ Véase la razón esencial de la tesis VII/2011 con rubro “RESPONSABILIDAD INDIRECTA. PARA ATRIBUIRLA AL CANDIDATO ES NECESARIO DEMOSTRAR QUE CONOCIÓ DEL ACTO INFRACTOR”.

- Si existió singularidad o pluralidad de las faltas cometidas, así como si la conducta fue reiterada.
- 62. Lo anterior, permitirá calificar la infracción actualizada con el grado de: **levísima, leve o grave**, en el entendido de que este último supuesto puede calificarse a su vez como de gravedad: **ordinaria, especial o mayor**.
- 63. En esta misma línea, el artículo 458, párrafo 5, de la Ley Electoral dispone que, en los ejercicios de individualización de sanciones, se deben tomar en cuenta diversos elementos que serán aplicados en el presente ejercicio, con el fin de llevar a cabo una adecuada valoración de las conductas.
- 64. Adicionalmente, se debe precisar que, cuando se establezcan topes mínimos y máximos para la imposición de una sanción, se deberá graduar la misma atendiendo a las circunstancias particulares del caso.
- 65. Con base en estas consideraciones generales, se llevará a cabo el ejercicio de calificación e individualización de la sanción que corresponde.

B. Caso concreto

1. Bienes jurídicos tutelados

- 66. El derecho de la ciudadanía a contar con elementos suficientes para satisfacer su derecho a emitir un voto informado, así como el principio de equidad en la contienda, respecto del ejercicio de elaboración y publicación de encuestas electorales.



2. Circunstancias de modo tiempo y lugar

- **Modo.** Demoscopia Digital publicó una encuesta respecto de la elección de la persona titular de la Presidencia de la República, pero omitió entregar el estudio que le daba sustento a la Secretaría Ejecutiva del INE para asegurar el conocimiento ciudadano sobre la base científica de dicho ejercicio.
- **Tiempo.** La encuesta se publicó el ocho de enero, es decir, en la etapa de precampañas del proceso electoral federal.
- **Lugar.** La encuesta se publicó en la página de Internet de Demoscopia Digital, por lo cual fue susceptible de conocerse en toda la República.

3. Pluralidad o singularidad de las faltas

67. Se trata de una sola infracción consistente en la vulneración a las reglas de difusión de encuestas electorales por parte de Demoscopia Digital.

4. Intencionalidad

68. De las constancias del expediente no se extrae que la omisión de entregar a la Secretaría Ejecutiva del INE el estudio que sustentaba la encuesta difundida, fuera el resultado de una omisión intencional respecto de la comisión de la conducta infractora, sino que partió de la premisa errónea de que Demoscopia Digital consideró que sólo debía aportar el estudio correspondiente ante una solicitud expresa de las autoridades electorales.

5. Contexto fáctico y medios de ejecución

69. Esta Sala Especializada no advierte que en la causa se hubiera actualizado alguna conducta tendente a agravar o generar un menoscabo agravado de los bienes jurídicos tutelados.

6. Beneficio o lucro

70. No se generó un beneficio económico por la comisión de la infracción.

7. Reincidencia

71. De conformidad con el artículo 458, párrafo 6, de la Ley Electoral, se considera reincidente quien ha sido declarado responsable del incumplimiento de alguna de las obligaciones a que se refiere la propia Ley e incurre nuevamente en la misma conducta infractora, lo cual no se acredita en la presente causa.

8. Calificación de la falta

72. La infracción actualizada no tiene como presupuesto un actuar doloso, tampoco se acredita la obtención de algún beneficio económico ni se actualiza la reincidencia de Demoscopia Digital.
73. Adicionalmente, si bien la empresa incumplió con el deber de entregar el estudio base de la encuesta a la Secretaría Ejecutiva del INE, la publicación que realizó, sí atendió los requisitos exigibles para tal efecto, lo cual pone de manifiesto que no se trató de una despreocupación total por atender lo previsto en la normatividad para dichos ejercicios, sino en



la falta de satisfacción de una de las vertientes de la obligación que le era oponible.

74. En ese sentido, se califica la infracción como **leve**.³⁵

9. Capacidad económica

75. En el expediente no obra constancia que deleve la capacidad económica de Demoscopia Digital.

10. Sanción a imponer

76. Tomando en cuenta las condiciones subjetivas y objetivas asociadas a la comisión de la infracción que nos ocupa, esta Sala Especializada impone a Demoscopia Digital una **amonestación pública**.

Inscripción de las infracciones y la sanción

77. En consecuencia, se deberá registrar en el Catálogo de Sujetos Sancionados [*partidos políticos y personas sancionadas*] en los Procedimientos Especiales Sancionadores a Demoscopia Digital **una vez que la presente determinación cause ejecutoria**, identificando la conducta por la que se le infracciona y la sanción que se le impone.

Por lo expuesto y fundado, se

RESUELVE

³⁵ Una determinación análoga se adoptó a resolver el SRE-PSC-170/2024 y en el SRE-PSL-43/2024.

PRIMERO. Es **inexistente** la vulneración a las reglas de difusión de encuestas electorales y al principio de equidad en la contienda, respecto de las personas señaladas y por las razones expuestas.

SEGUNDO. Es **existente** la vulneración a las reglas de difusión de encuestas electorales y al principio de equidad en la contienda, respecto de la persona señalada y por las razones expuestas.

TERCERO. Se **impone** la amonestación pública señalada.

CUARTO. Se **ordena** la inscripción que corresponde en el Catálogo de Sujetos Sancionados [*partidos políticos y personas sancionadas*] en los Procedimientos Especiales Sancionadores.

NOTIFÍQUESE en términos de la normativa aplicable.

Así lo resolvió la Sala Regional Especializada del Tribunal Electoral del Poder Judicial de la Federación por **unanimidad** de votos de las magistraturas que la integran, ante la secretaria general de acuerdos, quien da fe.

Este documento es autorizado mediante firmas electrónicas certificadas, el cual tiene plena validez jurídica de conformidad con los numerales segundo y cuarto del Acuerdo General de la Sala Superior del Tribunal Electoral del Poder Judicial de la Federación 3/2020, por el que se implementa la firma electrónica certificada del Poder Judicial de la Federación, así como el Acuerdo General de la Sala Superior 2/2023, que regula, entre otras cuestiones, las sesiones presenciales de las Salas del Tribunal Electoral.



ANEXO ÚNICO

Medios de prueba

- 1. Documental pública.**³⁶ Acta circunstanciada de dieciséis de enero, en la cual la autoridad instructora certificó el contenido de las seis ligas electrónicas señaladas en la queja.
- 2. Documental pública.**³⁷ Oficio **INE/SE/68/2024** de veintidós de enero y disco compacto anexo, en el que la Secretaría Ejecutiva del INE informó: **1)** las disposiciones del Reglamento de Elecciones que regulan la elaboración y difusión de encuestas por muestreo, sondeos de opinión, encuestas de salida o conteos rápidos en procesos federales y locales; **2)** el INE no cuenta con atribuciones para otorgar autorizaciones a personas para realizar publicaciones de encuestas como las que se denuncian, pero, conforme a la normatividad aplicable, las personas que publiquen u ordenen encuestas, deben entregar copia del estudio correspondiente a la Secretaría Ejecutiva en el caso de publicaciones impresas; **4)** el dieciséis de enero, CE Research presentó el estudio por el cual se obtuvieron los resultados publicados por Grupo Fórmula en el Sistema de Encuestas Electorales con el folio 02830; **5)** no se recibieron los estudios de las encuestas publicadas en La Jornada y en la cuenta de X *@FreddyOliviery*.
- 3. Documental pública.**³⁸ Copias certificadas de las constancias atraídas del expediente UT/SCG/PE/PRD/CG/1338/PEF/352/2023 en las que, entre otras constancias, obra:

³⁶ Folios 30 a 51 del cuaderno accesorio 1.

³⁷ Folios 62 a 81 del cuaderno accesorio 1.

³⁸ Folios 176 a 282 del cuaderno accesorio 1.

- Escrito de Cacomixtle Medios Digitales, S.A de C.V en el que, en aquel expediente, informó que no es responsable de la cuenta creada en X con el nombre de usuario *@guruchuirer*, aunado a que no tiene cuenta en dicha red social, por lo que tampoco pauta o promociona publicaciones.³⁹
- Escrito de La comadreja Consultores S. de R.L. de C.V. en el que informó que no es propietaria ni administra los contenidos del medio digital Gurú Político en *Facebook*.⁴⁰
- Escrito del director general de procedimientos constitucionales de la Secretaría de Gobernación al que adjuntó el oficio SG/DGCS/020/2024 donde se informó que no se tiene registro de las personas “Gurú Político” o “guruchuirer” en la Dirección General de Comunicación Social.⁴¹
- Oficio INE/SE/180/2024 en el que la Secretaría Ejecutiva del INE informó contenido esencialmente análogo al descrito en el número 2 de este anexo.⁴²
- Oficio INE/CNCS-FRIJ/0279/2024 en el que el encargado de despacho de la Coordinación de Comunicación Social, informó que no tenía datos de identificación de “Político MX. La política explicada”.⁴³
- Oficio INE-UT/02898/2024 al que el director general de procedimientos constitucionales de la Secretaría de Gobernación adjuntó el oficio DGMI/28-2024 donde se informó que no se encontró

³⁹ Folios 186 y187 del cuaderno accesorio 1.

⁴⁰ Folios 201 y 202 del cuaderno accesorio 1.

⁴¹ Folios 221 a 223 del cuaderno accesorio 1.

⁴² Folios 224 a 232 del cuaderno accesorio 1.

⁴³ Folio 253 del cuaderno accesorio 1.



algún registro en el padrón nacional de medios impresos sobre el medio de comunicación “Político MX. La política explicada”.⁴⁴

- Oficio 103-05-07-2024-0206 de la Administración Central de Evaluación de impuestos Internos “7” del Servicio de Administración Pública, en el que manifiesta que, de una consulta a las bases de datos institucionales, no se localizaron a datos sobre Polis.mx o “Político. MX. La política explicada”.⁴⁵

- Oficio INE/SE/479/2024 por el cual la encargada de despacho de la Secretaría Ejecutiva del INE informó que sí recibió estudios emitidos por TRESEARCH, pero en ninguno refirió información proporcionada por “Research Land”, “Político. MX” o “Polis.mx”, aunado a que informó el domicilio proporcionado por TRESEARCH.⁴⁶

4. Documental privada.⁴⁷ Escrito en el que Radio Fórmula señaló: **1)** sí reconoce el perfil verificado @Radio_Formula en la red social X; **2)** Rocío Román administra el perfil; **3)** la publicación de la encuesta tiene como finalidad la libertad de expresión y periodística; **4)** sí tuvo el cuidado de verificar que la información cumpliera con los requisitos establecidos para efectos electorales; **5)** no tiene vínculo con CE Research; y **6)** no participó en la elaboración de la encuesta.

5. Documental pública. Oficio INE/CNCS-FRIJ/0616/2024 en el que el encargado de despacho de la Coordinación de Comunicación Social, informó que no tenía datos de identificación de “Meta 24”.⁴⁸

⁴⁴ Folios 254 a 257 del cuaderno accesorio 1.

⁴⁵ Folios 258 y 259 del cuaderno accesorio 1.

⁴⁶ Folios 278 a 282 del cuaderno accesorio 1.

⁴⁷ Folios 300 a 304 y 337 a 340 del cuaderno accesorio 1.

⁴⁸ Folio 305 del cuaderno accesorio 1.

6. Documental pública. ⁴⁹ Oficio INE-UT/04903/2024 al que el director general de procedimientos constitucionales de la Secretaría de Gobernación adjuntó el oficio DGMI/61-2024 donde se informó que no se encontró algún registro en el padrón nacional de medios impresos sobre el medio de comunicación “Meta 24”.

7. Documental privada.⁵⁰ Escrito de Rubrum señaló lo siguiente: **1)** reconoció como propio el sitio web denominado “Rubrum información que da poder” con el enlace <https://rubrum.info>; **2)** la publicación de la encuesta tuvo la intención de dar a conocer la intención de voto para elegir a la persona titular de la Presidencia de la República; **3)** la publicación cuenta con los requisitos establecidos en el Reglamento de Elecciones; **4)** sí tuvo participación en la elaboración de la encuesta realizada el cinco de enero; **5)** está autorizada por la Secretaría Ejecutiva del INE para publicar encuestas de información; y **6)** sí presentó el estudio y la metodología usada en la encuesta.

8. Documental Pública.⁵¹ Oficio INE/SE/564/2024 por el cual la encargada de despacho de la Secretaría Ejecutiva del INE informa que CE Research registró sus datos de domicilio.

9. Documental pública.⁵² Acta circunstanciada de nueve de abril, en la cual la autoridad instructora certificó la existencia del *Sexto informe en materia de encuestas por muestreo, sondeo de opinión, encuestas de salida y conteos rápidos no institucionales* del cual se desprendió que sí se registró ante la Secretaría Ejecutiva del INE, lo siguiente:

- Con el folio 02830, el estudio realizado por CE Research,

⁴⁹ Folios 306 a 308 del cuaderno accesorio 1.

⁵⁰ Folios 300 y 331 del cuaderno accesorio 1.

⁵¹ Folios 335 y 336 del cuaderno accesorio 1.

⁵² Folios 370 a 387 del cuaderno accesorio 1.



publicado en medios electrónicos el nueve de enero (Presidencia de la República).

- Del apartado *Principales resultados*, se localiza la difusión de la encuesta de CE Research antes señalada, por Radio Fórmula en su cuenta de X.
- Con el folio 02874, el estudio realizado por Rubrum, publicado en medios electrónicos el ocho de enero (Presidencia de la República).
- Del apartado *Principales resultados*, se localiza la difusión de la encuesta de Rubrum antes señalada, por el propio Rubrum en su página de Internet.

10. Documental pública.⁵³ Copias certificadas de las constancias atraídas del expediente UT/SCG/PE/PRD/CG/1338/PEF/352/2023 en las que, entre otras constancias, obra:

- Acta circunstanciada de veintiuno de marzo, en la cual la autoridad instructora certificó que el titular de la marca y del logotipo “Gurú Político” es Guillermo Elías Treviño (se registró como servicios de redes sociales en línea).⁵⁴
- Escrito de Guillermo Elías Treviño en el que informó: **1)** que el perfil *@guruchuirer* en X es administrado por él; **2)** el motivo de la publicación fue ejercer su libertad de expresión, e involucrase en la vida cívica y política en internet; **3)** la fuente de la que retomó la encuesta fue “Político Mx/ReseachLand”, en específico de la cuenta de X Polls.mx; **4)** nadie le solicitó difundir la encuesta involucrada; **5)** las publicaciones

⁵³ Folios 394 a 507 del cuaderno accesorio 1.

⁵⁴ Folios 405 a 409 del cuaderno accesorio 1.

se acompañaron de sus comentarios en ejercicio de su libertad de expresión; **6)** el uso de su marca en el IMPI no se encuentra vigente; **7)** no ha cedido, ni cedió el uso de la marca; **8)** desconoce el domicilio de Polls.mx.⁵⁵

- Escrito de UPAX GS, S.A de C.V en el que señaló: **1)** que la página de internet y la marca Polls.mx son propiedad de Político MX, empresa subsidiaria de UPAX; **2)** Político MX no realiza encuestas; **3)** UPAX y Polls.mx, tienen una alianza de carácter informativo con la que se comparten información, realizan análisis en conjunto, su relación no es remunerada por lo que no existen contratos **4)** tiene la autorización de la marca Research Land by UPAX para comercializar diversos servicios que presta al público en general, **5)** la página de internet y la marca Político Mx son propiedad de esa misma empresa; **6)** proporciona el domicilio registrado de Polls.Mx; **7)** UPAX no elaboró la encuestas publicadas, meramente se limitó a aplicar el modelo matemático de la llamada *Encuesta de Encuestas* utilizado por Polls.Mx y Político Mx; **8)** UPAX está autorizado por el INE para realizar y publicar encuestas; **9)** no está obligada a entregar el estudio a la secretaría ejecutiva del INE porque sólo realizó el modelo matemático; **10)** UPAX no tiene ningún contrato con Gurú Político, Polls.MX, Research Land by UPAX yG Político Mx; **11)** no ordenó la publicación de encuesta alguna; **12)** no tiene relación alguna con el titular de la cuenta de X @guruchurier; **13)** no ordenó las publicaciones de las encuestas controvertidas.⁵⁶

- Escrito de Político MX en el que señaló: **1)** ser propietaria de la marca Polls.MX con registro de marca vigente; **2)** Polls.MX es un medio de comunicación que informa sobre las elecciones que ocurren cada año, así como encuestas publicadas por distintas casa encuestadoras,

⁵⁵ Folios 415 y 416 del cuaderno accesorio 1.

⁵⁶ Folios 433 a 464 del cuaderno accesorio 1.



informando a la audiencia sobre datos en los procesos electorales; **3)** no realiza encuestas, meramente informa encuestas publicadas por otros medios o casas encuestadoras y realiza el ejercicio *Encuesta de Encuestas*, el cual es un modelo matemático que se nutre de otras encuestas; **4)** tiene una alianza informativa con UPAX, para compartir información y realizar análisis en conjunto sin que sea remunerada por lo que no existen contratos; **5)** proporciona el domicilio registrado de Research Land by UPAX y Político.MX P, **6)** el comentario hecho por Gurú Político en su publicación, no forma parte de las publicaciones de Polls.MX ni Político MX, **7)** lo que realiza es una metodología que se define como modelo bayesiano (desarrollado y publicado en las cuentas citadas); **8)** su publicación no está registrada en la Secretaría Ejecutiva del INE porque no realiza encuestas; **9)** no tiene ningún contrato con Gurú Político; **10)** la *Encuesta de Encuestas* es un modelo matemático y no una encuesta.⁵⁷

11. Documental privada.⁵⁸ Escrito de Político MX por el cual señaló lo siguiente: **1)** no reconoce el perfil de X @FreddyOliviery; **2)** la cuenta referida tomó y publicó una postal hecha por Polls.MX en la que se retomó una encuesta de Demoscopia Digital publicada en el periódico La Jornada; **3)** no está registrada en la Secretaría Ejecutiva del INE porque no realiza encuestas.

12. Documental pública.⁵⁹ Oficio INE/SE/1072/2024 por el cual la encargada de despacho de la Secretaría Ejecutiva del INE informó que el folio 02874 corresponde al estudio para conocer las preferencias presidenciales a nivel nacional de fecha ocho de enero, entregado a dicha secretaría por Rubrum el 24 de enero.

⁵⁷ Folios 477 a 507 del cuaderno accesorio 1.

⁵⁸ Folios 653 a 671 del cuaderno accesorio 1.

⁵⁹ Folios 686 a 689 del cuaderno accesorio 1.

13. Documental pública.⁶⁰ Acta circunstanciada de veinticuatro de junio, en la cual la autoridad instructora certificó cinco enlaces proporcionados por Político MX relacionados con las cuentas de redes sociales de Polls Mx y con la publicación de la encuesta de Demoscopia Digital en su página de Internet.

14. Documental privada.⁶¹ Escrito de MULTIMEDIOS, S.A. de C.V por el cual señaló que no reconoce el perfil de *X Meta 24_MX* y que no pertenece a su empresa.

15. Documental privada.⁶² Escrito de Demoscopia Digital por el cual manifestó: **1)** que el perfil de *X @Radio_Formula* no pertenece a dicha empresa; **2)** los datos de la encuesta difundida por la cuenta *@FreddyOliviery* sí fueron obtenidos por Demoscopia Digital, pero el diseño y la publicación en la dirección electrónica señalada no pertenece a la misma; **3)** no cuenta con acreditación ante el INE.

16. Documental privada.⁶³ Escrito de CE Research, por el cual informó: **1)** que realizó la encuesta “Los presidenciables 2024 54 medición” con la finalidad de informar a sus lectores sobre las preferencias electorales; y **2)** presentó ante el INE la encuesta referida el nueve de enero, anexando el acuse de recibo, y copia de la información referida.

Reglas para valorar los elementos de prueba

De acuerdo con el artículo 461 de la Ley Electoral serán objeto de prueba los hechos controvertidos y no lo será el Derecho, los hechos

⁶⁰ Folios 736 a 645 del cuaderno accesorio 1.

⁶¹ Folios 756 a 758 del cuaderno accesorio 1.

⁶² Folios 759 a 762 del cuaderno accesorio 1.

⁶³ Folios 764 a 767 del cuaderno accesorio 1.



notorios o imposibles, ni aquéllos que hayan sido reconocidos, mientras que el diverso 462 de la misma ley, dispone que las pruebas admitidas y desahogadas serán valoradas en su conjunto.

Tomando como base lo anterior, las documentales públicas, dada su propia y especial naturaleza, tendrán valor probatorio pleno al haber sido emitidas por una autoridad en ejercicio de sus atribuciones, siempre que no exista elemento de prueba que desvirtúe su autenticidad o la veracidad de los hechos a que se refieran. Ello, de conformidad con los artículos 461, párrafo 3, inciso a), así como 462, párrafos 1 y 2, de la Ley Electoral.

Por su parte, las documentales privadas y las pruebas técnicas en principio sólo generan indicios, por lo que para constituir prueba plena sobre la veracidad de los hechos a los que hacen referencia deberán concatenarse con los demás elementos que obren en el expediente, las afirmaciones de las partes, la verdad conocida y la relación que guardan entre sí. Esto, de conformidad con los artículos 461, párrafo 3, incisos b) y c), así como 462, párrafos 1 y 3, de la Ley Electoral.

Respecto del contenido de los elementos de prueba relacionados con respuestas a diligencias de investigación emitidas por personas que, además de imputadas en la presente causa tienen el carácter de autoridades del Estado, su valor probatorio dependerá del contenido de la documentación o constancias que se analicen.