



REGLAMENTO

ELABORACIÓN Y DIFUSIÓN DE ESTUDIOS DE OPINIÓN
EN MATERIA ELECTORAL EN PROCESOS ELECTORALES,
REFERENDOS Y REVOCATORIAS DE MANDATO

Aprobado por Resolución de Sala Plena
TSE-RSP-ADM N° 044/2020
La Paz, 23 de enero de 2020



ELECCIONES
GENERALES
2020

ESTADO PLURINACIONAL DE BOLIVIA



TRIBUNAL SUPREMO ELECTORAL

REGLAMENTO

ELABORACIÓN Y DIFUSIÓN DE ESTUDIOS DE OPINIÓN EN MATERIA ELECTORAL EN PROCESOS ELECTORALES, REFERENDOS Y REVOCATORIAS DE MANDATO

ELECCIONES GENERALES 2020

CAPÍTULO I DISPOSICIONES GENERALES

Artículo 1. (Objeto y marco legal). Este reglamento tiene por objeto establecer los criterios técnicos mínimos para regular la realización y difusión de las encuestas electorales, boca de urnas, conteos rápidos y otros estudios de opinión, con efecto electoral. En el marco de la Constitución Política del Estado, la Ley N° 018 del Órgano Electoral Plurinacional y la Ley N° 026 del Régimen Electoral.

Artículo 2. (Ámbito de aplicación). Rige para los medios de comunicación, empresas especializadas en estudios de opinión pública, instituciones académicas públicas y privadas y otras entidades que realicen, financien, publiquen y/o contraten estudios de opinión en materia electoral con fines de difusión.

Artículo 3. (Clasificación de los estudios de opinión). Los estudios de opinión en materia electoral se clasifican en:

- a) **Encuestas electorales:** son estudios cuantitativos de percepción ciudadana realizados con carácter previo a la votación, para conocer las preferencias electorales, la intención de voto y tipos de voto, respecto a determinadas organizaciones políticas, alianzas y candidaturas en un proceso electoral.
- b) **Boca de urna:** son estudios cuantitativos de comportamiento del voto realizados durante la jornada de votación en los recintos electorales seleccionados dentro de una muestra, para conocer la orientación del voto mediante consultas realizadas a electores inmediatamente después de haber sufragado en un proceso electoral.
- c) **Conteos rápidos:** son estudios cuantitativos de comportamiento del voto realizados al concluir la jornada de sufragio para conocer la tendencia de los resultados mediante relevamiento de datos de conteo de votos en las mesas de sufragio incluidas en una muestra, en un proceso electoral.



Artículo 4. (Definiciones). Las definiciones que rigen la aplicación del presente Reglamento son:

- a) **Difusión:** la presentación por parte de un medio de comunicación (televisión, radio, periódico o medios de comunicación digitales) de los resultados de un estudio de opinión en materia electoral, desde la ficha técnica, los resultados incluyendo tablas, tortas o cualquier otra herramienta de presentación de la información y los porcentajes. También comprende la presentación preliminar de un estudio de opinión y/o cuando el medio de comunicación es la persona jurídica que financia el estudio.
- b) **Noticia:** es la presentación parcial que hace un medio de comunicación de resultados de un estudio de opinión en materia electoral, por lo tanto, no sujeta a la presente reglamentación.

Artículo 5. (Potestad de regulación y fiscalización). El Tribunal Supremo Electoral y los Tribunales Electorales Departamentales regulan y fiscalizan la elaboración y difusión de estudios de opinión en materia electoral desde su convocatoria hasta la publicación oficial de resultados finales.

CAPÍTULO II

REGISTRO Y HABILITACIÓN PARA LA ELABORACIÓN DE ESTUDIOS DE OPINIÓN EN MATERIA ELECTORAL

Artículo 6. (Registro). Conforme a los artículos 127 y 132 de la Ley N° 026 del Régimen Electoral, pueden registrarse para la elaboración de estudios de opinión en materia electoral con fines de difusión:

- a) Medios de comunicación.
- b) Empresas especializadas.
- c) Instituciones académicas.
- d) Otras entidades que pretendan realizar o contratar estudios de opinión con fines de difusión.

Artículo 7. (Plazo para la solicitud). El registro de las empresas especializadas, instituciones académicas, medios de comunicación y otras entidades será hasta treinta (30) días calendario después de emitida la convocatoria, la solicitud de inscripción en el registro debe ser presentada por el representante legal ante el Servicio Intercultural de Fortalecimiento Democrático (SIFDE), dependiendo del alcance del estudio de opinión, será ante el Tribunal Supremo Electoral (TSE) si los estudios tienen alcance nacional o cuando el alcance involucre a más de un departamento, y ante el Tribunal Electoral Departamental (TED) que corresponda, si los estudios son de alcance departamental, regional, municipal o territorio de una Autonomía Indígena Originaria Campesina.



Artículo 8. (Requisitos).

- I. Los documentos que deberán acompañar son:
 - a) Copia simple de cédula de identidad vigente del propietario o representante legal, este último adjuntando además copia simple del poder correspondiente.
 - b) Copia simple del Número de Identificación Tributaria (NIT).
 - c) Domicilio legal, número de teléfono, número de fax y dirección de correo electrónico.
 - d) Fotocopias simples de los documentos que demuestren la experiencia de los solicitantes en la realización de estudios de opinión.
 - e) Nómina y hojas de vida del equipo técnico especializado que realizará los estudios, mínimamente deberán ser acreditados los cargos de Director/a o Coordinador/a del Estudio, y Temático o Estadístico.
- II. En caso de existir observaciones en el cumplimiento de requisitos, los interesados deberán subsanarlas dentro los tres (3) días hábiles siguientes.
- III. Una vez verificado el cumplimiento de los requisitos, se habilitará al solicitante y se le asignará un número de registro. La lista de entidades habilitadas para la elaboración de estudios de opinión en materia electoral con fines de difusión será publicada en la página web del Órgano Electoral Plurinacional.

CAPÍTULO III

REGISTRO Y HABILITACIÓN PARA LA DIFUSIÓN DE ESTUDIOS DE OPINIÓN EN MATERIA ELECTORAL

Artículo 9. (Registro de medios para difusión).

- I. Los medios de comunicación que solos o asociados con otra entidad difundan encuestas o estudios de opinión, deben solicitar su registro ante el Servicio Intercultural de Fortalecimiento Democrático (SIFDE) hasta treinta (30) días calendario después de emitida la convocatoria, , si es de alcance nacional o en más de dos departamentos, ante el Tribunal Supremo Electoral (TSE), o ante los Tribunales Electorales Departamentales (TED) que correspondan, cuando el alcance de difusión sea departamental, regional, municipal y Territorio de la Autonomía Indígena Originario Campesina.

Artículo 10. (Requisitos para el registro). Para su habilitación, los documentos que deberán acompañar a la nota de solicitud presentada por el representante legal son:

- a) Fotocopia simple de la cédula de identidad del representante legal.



- b) Fotocopia simple del Poder Notariado correspondiente, Resolución de nombramiento para medios de comunicación estatales u otro documento análogo.
- c) Fotocopia simple del NIT.
- d) Señalar domicilio legal de la entidad, número de teléfono, número de fax y dirección de correo electrónico, para fines de notificación.

Artículo 11. (Actualización de registros).

- I. Los medios de comunicación, las empresas especializadas, instituciones académicas y otras habilitadas, tanto para la elaboración como para la difusión de encuestas y estudios de opinión, mantendrán su registro para futuros procesos electorales, referendos o revocatorias de mandato. Para actualizar su registro bastará con la presentación de una nota a la instancia correspondiente.
- II. Cualquier dato que hubiera cambiado deberá ser actualizado adjuntando la documentación pertinente.

CAPÍTULO IV CARACTERÍSTICAS TÉCNICAS DE LOS ESTUDIOS DE OPINIÓN

Artículo 12. (Características técnicas para la elaboración). Hasta cinco (5) días hábiles antes de su ejecución, los medios de comunicación, empresas especializadas, instituciones académicas y cualquier otra entidad habilitada remitirán de forma obligatoria al Servicio Intercultural de Fortalecimiento Democrático (SIFDE) correspondiente los criterios técnicos del estudio, que deben contemplar como mínimo la siguiente información:

1. Datos generales

- a) Objetivo del estudio.
- b) Periodo de realización.
- c) Financiamiento.

2. Documento metodológico del diseño muestral

- a) Definición de la población objetivo.
- b) Universo del estudio.
- c) Unidad de observación.
- d) Marco muestral a utilizar.
- e) Tamaño y representatividad de la muestra.
- f) Tipo de muestreo.
- g) Procedimiento de selección de unidades de observación.
- h) Calidad de la estimación: nivel de confianza y error máximo aceptable.
El margen de error de la muestra no debe exceder el 3 % en el nivel nacional, y el 10 % en el nivel departamental o ciudad.
- i) Cálculo de los errores de muestreo.
- j) Tratamiento de la no respuesta y cálculo de incidencias.
- k) Cálculo de ponderadores y factores de expansión.



3. Instrumentos de captación de la información

- a) El cuestionario final que se aplicará o los instrumentos de captación utilizados.
- b) Tipo de entrevista.

4. Trabajo de campo

- a) Cronograma de actividades y plan de recorridos.
- b) Supervisor del estudio de opinión y la nómina del personal que aplicará la encuesta. Quienes supervisan deben tener el perfil profesional pertinente que acredite su capacidad y experiencia.

5. Procesamiento y análisis de datos

- a) Procedimiento de codificación de los cuestionarios.
- b) Nombre del programa informático de entrada de datos.
- c) Estimadores e intervalos de confianza que a nivel nacional no debe exceder el 3 % y a nivel departamental o ciudad el 10 %.
- d) Resultados y/o proyecciones.
- e) Estimación demográfica utilizada.
- f) El esquema de supervisión en las fases de relevamiento, tabulación y análisis

III. El Servicio Intercultural de Fortalecimiento Democrático (SIFDE) correspondiente verificará el cumplimiento de los criterios técnicos, antes y después de la realización de los estudios.

Artículo 13. (Informe).

- I. Para monitorear que la información relevada sea la misma que la difundida, las entidades habilitadas deben entregar al Servicio Intercultural de Fortalecimiento Democrático (SIFDE) que corresponda, una copia del estudio que debe incluir la ficha técnica con la información solicitada en el artículo 15, párrafo I del presente reglamento y la base de datos del estudio efectuado, antes de que éstos sean difundidos.
- II. Toda la información relativa al estudio, desde su diseño hasta la obtención de resultados publicados, deberá ser conservada en custodia por la persona natural o jurídica responsable de su realización, hasta quince (15) días calendario después que el Órgano Electoral Plurinacional haga entrega oficial de los resultados finales de los comicios, para fines de fiscalización.

CAPÍTULO V DIFUSIÓN DE ESTUDIOS DE OPINIÓN

Artículo 14. (Periodo de difusión). Durante el proceso electoral está permitida la difusión o publicación de estudios de opinión en materia electoral, por cualquier medio de comunicación, de masas o interactivo, en los siguientes plazos:



- a) Encuestas electorales y otros estudios de opinión en la materia, a partir del día del vencimiento del plazo de inscripción de candidaturas en procesos electorales; a partir del día siguiente a la publicación del calendario electoral, en referendos o revocatorias de mandato. En ambos casos, las encuestas y estudios de opinión se podrán difundir hasta el domingo anterior al día de la votación. Vencido este plazo no se podrán difundir los resultados de las encuestas y estudios de opinión ni a título de noticia ni información.
- b) Datos de boca de urna o conteos rápidos, a partir de las veinte (20) horas del día de la votación.
- c) En caso de realizarse segunda vuelta, la difusión de encuestas electorales y otros estudios de opinión se podrá realizar hasta el domingo anterior a la votación.

Artículo 15. (Características de la difusión).

- I. Inmediatamente antes de la difusión de resultados de estudios de opinión en materia electoral, el medio de comunicación debe presentar la ficha técnica con los siguientes datos:
 - a) Las personas naturales o jurídicas responsables que encargaron, financiaron, realizaron y dispusieron la difusión de la encuesta, boca de urna y/o conteo rápido.
 - b) El universo del estudio.
 - c) El tamaño, tipo y cobertura geográfica de la muestra seleccionada.
 - d) El método de muestreo utilizado.
 - e) El nivel de confianza de los datos.
 - f) El margen de error por nivel de desagregación en que se presentan los resultados (nacional, departamental, municipal, etc.).
 - g) El periodo de realización del estudio, indicando las fechas del trabajo de campo.
- II. La difusión de resultados de estudios de boca de urna y/o conteo rápido deberán indicar, durante todo el tiempo de difusión, si el estudio incluye o no los resultados del voto en el exterior, cuando corresponda, y en todos los casos, deberán ser presentados como “Resultados no oficiales”.
- III. Solo podrán difundirse los estudios de boca de urna y/o conteo rápido cuando hayan alcanzado el procesamiento de al menos el 95% del total de la muestra y al menos el 90% de la muestra por nivel geográfico de desagregación.
- IV. Los resultados de encuestas electorales deben ser difundidos considerando dos estructuras:
 - a) Votos válidos (respuestas de preferencia por alguna opción).



- b) Votos válidos, blancos, nulos y no sabe / no responde.

Artículo 16. (Obligaciones).

- I. Dentro los cinco (5) días calendario siguientes al inicio de su difusión, el medio de comunicación que encargue y difunda cualquier estudio de opinión en materia electoral deberá entregar al Servicio Intercultural de Fortalecimiento Democrático (SIFDE) correspondiente, en medio impreso y digital según corresponda, un informe con la copia del estudio completo, la base de datos y el registro de difusión (artículo, nota periodística, audio y/o video) para fines de control. Deberá consignar, además, los datos que permitan identificar de modo fehaciente a la persona natural o jurídica que patrocinó la encuesta y la que la llevó a efecto.
- II. El Servicio Intercultural de Fortalecimiento Democrático (SIFDE) difundirá en su portal electrónico los resultados de los estudios solo después de que estos sean difundidos por los medios de comunicación.
- III. Los medios de comunicación que difundan estudios de opinión deberán cumplir y respetar las previsiones contenidas en los artículos 127 a 137 de la Ley del Régimen Electoral y toda norma que los regule.

Artículo 17. (Prohibiciones).

- a. De acuerdo a lo establecido en los artículos 130 y 135 de la Ley del Régimen Electoral, se prohíbe la difusión de estudios de opinión en materia electoral:
 - a) Fuera del plazo establecido.
 - b) Sean anónimos.
 - c) No se identifique claramente a las personas naturales o jurídicas que los hayan encargado, financiado, realizado, solicitado o dispuesto su difusión.
 - d) Encargados, financiados o realizados por organizaciones políticas, candidaturas, misiones nacionales o internacionales de acompañamiento electoral y organismos internacionales.
 - e) Encargados o realizados por entidades estatales de cualquier nivel o financiadas con fondos públicos, **salvo las realizadas por el Órgano Electoral Plurinacional, a través del Servicio Intercultural de Fortalecimiento Democrático (SIFDE), y las realizadas por instituciones académicas públicas.**
 - f) Elaboradas y difundidas por empresas especializadas de opinión pública, medios de comunicación, instituciones académicas o cualquier otra entidad no registrada y habilitada por el Órgano Electoral Plurinacional.
 - g) Elaboradas sin cumplir los criterios técnicos y metodológicos establecidos en Reglamento por el Tribunal Supremo Electoral.



- b. Se prohíbe la difusión de datos de encuestas preelectorales o de cualquier estudio de opinión en materia electoral en los mensajes de propaganda electoral.

Artículo 18. (Otros incumplimientos y sanciones). Los medios de comunicación serán sancionados con una multa equivalente al doble del monto resultante de la tarifa más alta inscrita por el medio de difusión en el Órgano Electoral Plurinacional cuando:

- a) No presenten la ficha técnica con todos los puntos establecidos en el artículo 14, parágrafo I de este reglamento, inmediatamente antes de difundir los resultados de la encuesta preelectoral.
- b) Difundan resultados de estudios de opinión en materia electoral distintos a los resultados obtenidos y presentados al OEP por las empresas especializadas instituciones académicas u otras entidades que los hayan realizado.
- c) No entreguen una copia de la base de datos y el informe del estudio de opinión en el plazo establecido en el presente reglamento.