



Informe de la Secretaría Ejecutiva relativo al monitoreo de publicaciones impresas sobre encuestas por muestreo, sondeos de opinión, encuestas de salida y conteos rápidos no institucionales

En cumplimiento a lo dispuesto en el artículo 144 del Reglamento de Elecciones, que establece los lineamientos y criterios generales de carácter científico que deberán de observar las personas físicas y morales que pretendan ordenar, realizar y/o publicar encuestas por muestreo, sondeos de opinión, encuestas de salida y/o conteos rápidos que tengan como fin dar a conocer preferencias electorales, durante los procesos electorales federales y locales, la Secretaría Ejecutiva presenta al Consejo General de este Instituto el siguiente informe:

Del monitoreo a medios impresos realizado por la Unidad de Comunicación Social del **21 de febrero al 19 de marzo de 2024**, me permito informar a este Consejo que se identificaron **5 encuestas** con preferencias electorales en diversos periódicos de la localidad, de las cuales se cuentan con **3** estudios que cumplen con los criterios científicos establecidos en el Capítulo VII del Reglamento de Elecciones.

Por lo anterior, me permito señalar lo siguiente:

1. El **22 de febrero**, el periódico ABC publicó la reproducción de **una** encuesta con preferencias para la alcaldía de Monterrey de la encuestadora Poligrama con denominación social Consultoría en Servicios de Investigación Marketing Digital y Contactación Masiva.

El estudio indica que el ejercicio original fue solicitado, patrocinado y realizado por Poligrama, para el cual se aplicaron 500 entrevistas telefónicas a personas mayores de 18 años residentes del municipio de Santa Catarina, los días 16 y 17 de febrero.

La encuesta presenta un nivel de confianza del 95%, un margen de error de +/- 4.38% y una tasa de rechazo a la entrevista de 50.1%. Adjunta base de datos y principales resultados.

2. El **26 de febrero**, el periódico Siglo XXI publicó **una** encuesta con preferencias para la alcaldía de Monterrey. Al corte de este informe no se cuenta con el estudio correspondiente, por lo que se están realizando las gestiones necesarias a fin de que esta autoridad pueda allegarse del respaldo metodológico de dicho ejercicio.
3. El **1 de marzo**, los periódicos El Norte, Metro y edición Sierra Madre publicaron **una** encuesta original con preferencias para la alcaldía de San Pedro Garza García, la cual fue solicitada, patrocinada y realizada por dichos medios con denominación social Editora EL SOL, S.A. de C.V.



La metodología refiere que, del 21 al 24 de febrero del presente año, se aplicaron 400 entrevistas a personas con credencial de elector vigente en San Pedro, cara a cara, en vivienda. La encuesta cuenta con un nivel de confianza del 95%, un margen de error de +/- 4.9% y una tasa de rechazo de 45.9%. Incluye principales resultados y base de datos

4. El **4 de marzo**, el periódico Siglo XXI publicó **una** encuesta con preferencias para la alcaldía de Monterrey. Al corte de este informe no se cuenta con el estudio correspondiente, por lo que se están realizando las gestiones necesarias a fin de que esta autoridad pueda allegarse del respaldo metodológico de dicho ejercicio.
5. El **15 de marzo**, el periódico Hora Cero Nuevo León publicó **una** encuesta original con preferencias para la alcaldía de General Escobedo, misma que fue solicitada, realizada y patrocinada por Hora Cero Encuestas.

El ejercicio se realizó los días 1 y 2 de marzo, y se aplicó a 400 hombres y mujeres mayores de 18 años del municipio de Escobedo, en lugares públicos y domicilios. Éste presenta un nivel de confianza del 97%, un margen de error de +/- 3% y una tasa de rechazo de 8%. Incluye principales resultados y anexa base de datos.

6. De seguimiento al informe de febrero, se comunica que se recibió el estudio de la encuesta con preferencias electorales para la alcaldía de Monterrey reproducida el 22 de enero en el periódico Milenio.

La metodología expresa que el ejercicio original fue solicitado, patrocinado y realizado por la encuestadora Inteligentus con denominación **social Marketing Analítica de Mercados, S.A. de C.V.**

La encuesta fue aplicada, a mil personas residentes del municipio de Monterrey vía telefónica el 12 de enero de 2024, de forma aleatoria. Ésta presenta un nivel de confianza del 95%, un margen de error de +/-3.1% y una tasa de rechazo del 41.3%. Anexa base de datos y principales resultados.

Asimismo, al corte de este informe se están realizando las gestiones necesarias a fin de que esta autoridad pueda allegarse del respaldo metodológico de la encuesta publicada en Publimetro de fecha 31 de enero.

Cabe señalar que el cumplimiento de las disposiciones establecidas en la normatividad no implica en modo alguno que el Instituto Estatal Electoral y de Participación Ciudadana avale la calidad de los estudios realizados, la validez de los resultados publicados ni cualquier otra conclusión que se derive de los mismos.

Por último, debe destacarse que los estudios completos a que hace referencia el presente informe pueden ser consultados en la página web de este organismo.