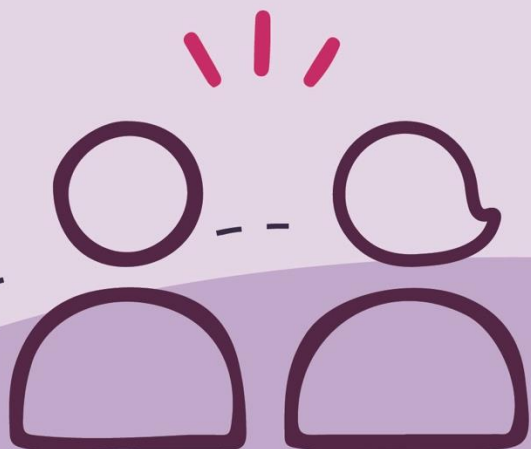


Informe en Materia de Encuestas y Sondeos de Opinión del Proceso Electoral Local Ordinario 2026-2027

Del 7 al 24 de septiembre de 2026

Guanajuato, Guanajuato, a 24 de septiembre de 2026.

Secretaría Ejecutiva



NMX-R-025-SCFI-2015

Registro: RPrIL-071

Organización certificada desde el 26 de enero de 2017 y recertificada el 11 de febrero de 2025 con fecha de expiración del 11 de febrero de 2029.

www.ieeg.mx

FB | IEEGTO YT | IEEGTV X | IEEG IG | ieeguanajuato TikTok | ieeg.official



Contenido

1. Introducción.....	3
2. Marco normativo	4
2.1 Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos (CPEUM)	4
2.2 Ley General de Instituciones y Procedimientos Electorales (LGIPE)	4
2.3 Reglamento de Elecciones del Instituto Nacional Electoral (REINE)	4
2.4 Ley de Instituciones y Procedimientos Electorales para el Estado de Guanajuato (LIPEEG).....	5
2.5 Información en materia de encuestas electorales y sondeos de opinión	5
3. Informe de cumplimiento del IEEG	6
3.1 Listado y cantidad de las encuestas publicadas durante el periodo	6
3.2 Información de las encuestas o estudios	8
3.3 Listado de requerimientos.....	21

1. Introducción

El **7 de septiembre de 2026** dio inicio el Proceso Electoral Local Ordinario 2026-2027, en el cual se renovarán las 36 diputaciones del Congreso del Estado de Guanajuato y los 46 Ayuntamientos. Esto implica que se disputarán un total de **546 cargos de elección popular**: 22 diputaciones de mayoría relativa, 14 diputaciones de representación proporcional, 46 presidencias municipales, 46 sindicaturas y 418 regidurías.

El Instituto Electoral del Estado de Guanajuato (IEEG), como autoridad electoral responsable de dar certeza a las actividades que comprenden las etapas del proceso electoral local (planeación, preparación de la elección, jornada electoral, y resultados y validez de las elecciones), tiene previsto el seguimiento en materia de encuestas por muestreo, sondeos de opinión, encuestas de salida o conteos rápidos no institucionales. El objeto de su regulación consiste en garantizar el respeto a los principios de equidad en la contienda electoral, transparencia y máxima publicidad, ofreciendo a la sociedad los insumos necesarios, de naturaleza objetiva, clara e imparcial, para que la ciudadanía cuente con elementos que le permitan valorar, por sí misma, dichas encuestas y sondeos de opinión, contribuyendo así a la construcción del voto razonado y de una opinión pública mejor informada.

Para facilitar el cumplimiento por parte de los sujetos obligados, la normatividad en materia de encuestas electorales se mantiene publicada y disponible para su consulta en el portal electrónico institucional del IEEG: [Normatividad en materia de encuestas - Portal IEEG](#).

Por ello, en cumplimiento al artículo 144, numeral 1 *del Reglamento de Elecciones del Instituto Nacional Electoral (REINE)*, durante el proceso electoral la Secretaría Ejecutiva presentará en cada sesión ordinaria del Consejo General del IEEG un informe que dé cuenta del cumplimiento a lo previsto en la materia. Dicho informe se integra por tres apartados esenciales:

- a) Listado y cantidad de las encuestas publicadas en el periodo.
- b) Información de las encuestas o estudios recibidos.
- c) Listado de requerimientos de información formulados.



2. Marco normativo

2.1 Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos (CPEUM)

De conformidad con el artículo 41, base V, Apartado B, inciso a), numeral 5 de la CPEUM, el Instituto Nacional Electoral (INE) tiene a su cargo emitir las reglas, lineamientos, criterios y formatos en materia de encuestas o sondeos de opinión.

2.2 Ley General de Instituciones y Procedimientos Electorales (LGIPE)

La LGIPE, en su artículo 213, dispone que el Consejo General del INE emitirá las reglas, lineamientos y criterios que las personas físicas o morales deberán adoptar para realizar encuestas o sondeos de opinión en el marco de los procesos electorales federales y locales. Los Organismos Públicos Locales (OPL) realizarán las funciones en esta materia de conformidad con las citadas disposiciones.

Asimismo, establece que durante los tres días previos a la elección y hasta la hora del cierre oficial de las casillas, queda estrictamente prohibido publicar, difundir o dar a conocer por cualquier medio de comunicación, los resultados de encuestas o sondeos de opinión que tengan como fin dar a conocer las preferencias electorales.

2.3 Reglamento de Elecciones del Instituto Nacional Electoral (REINE)

El artículo 132, numeral 1 del *Reglamento de Elecciones* prevé que sus disposiciones son aplicables a las personas físicas y morales que realicen o publiquen encuestas por muestreo, sondeos de opinión, encuestas de salida o conteos rápidos cuyo objetivo sea dar a conocer preferencias o tendencias electorales durante los procesos electorales federales y locales.

El artículo 133 dispone que los criterios generales de carácter científico que deberán adoptar las personas físicas o morales que pretendan llevar a cabo dichos estudios se contienen en el **Anexo 3** del referido Reglamento.

Por otra parte, el artículo 143, numerales 1 y 2 establece que el OPL, a través de sus respectivas áreas de comunicación social a nivel central y desconcentrado, llevará a cabo desde el inicio del proceso electoral (7 de septiembre de 2026) hasta

tres días posteriores al de la jornada electoral, un monitoreo permanente de publicaciones impresas sobre encuestas y sondeos de opinión. El área responsable de comunicación social deberá informar semanalmente de sus resultados a la Secretaría Ejecutiva del OPL.

Aunado a ello, el artículo 144 señala que la Secretaría Ejecutiva del Instituto presentará en cada sesión ordinaria del Consejo General un informe que dé cuenta del cumplimiento a lo previsto en el Libro Tercero, Título I, Capítulo VII del *Reglamento* en materia de encuestas y sondeos de opinión.

2.4 Ley de Instituciones y Procedimientos Electorales para el Estado de Guanajuato (LIPEEG)

Con fundamento en el artículo 78, fracción XII, corresponde al Instituto Electoral del Estado de Guanajuato (IEEG) verificar el cumplimiento de los criterios generales que emita el Instituto Nacional en materia de encuestas o sondeos de opinión sobre preferencias electorales que deban adoptar las personas físicas o morales en la entidad.

Asimismo, con base en el artículo 98, fracción XXVII, es atribución de la Secretaría Ejecutiva verificar e informar el cumplimiento de dichos criterios generales.

Por otra parte, el artículo 204 reitera que las personas físicas o morales, así como el propio Instituto Estatal, sujetarán sus actuaciones a las reglas, lineamientos y criterios emitidos por el Consejo General del INE durante el desarrollo del proceso electoral local.

2.5 Información en materia de encuestas electorales y sondeos de opinión

Para el seguimiento y regulación durante el Proceso Electoral Local Ordinario 2026-2027, resultan aplicables los siguientes instrumentos normativos y de guía emitidos por la autoridad nacional electoral:

1. **Guía para los Organismos Públicos Locales (OPL) sobre la regulación de encuestas electorales.**

2. **Criterios para el monitoreo de publicaciones en materia de encuestas, sondeos, conteos rápidos y encuestas de salida sobre preferencias electorales en medios impresos.**
3. **Anexo 3 del *Reglamento de Elecciones del Instituto Nacional Electoral*, relativo a los criterios generales de carácter científico.**

3. Informe de cumplimiento del IEEG

El presente informe se emite en cumplimiento a lo previsto en el Libro Tercero, Título I, Capítulo VII en materia de encuestas y sondeos de opinión del REINE, el cual prevé el monitoreo permanente y reporte semanal de publicaciones en medios impresos, llevado a cabo por la Coordinación General de Comunicación y Difusión de este Instituto en colaboración con las Juntas Ejecutivas Regionales.

Para la elaboración del presente informe, se consideró la información recopilada durante el periodo del **7 de septiembre de 2026** (fecha de inicio del Proceso Electoral Local Ordinario 2026-2027) con fecha de corte **al 24 de septiembre de 2026**.

Por lo anterior, en atención a lo dispuesto por el artículo 144, numeral 3 del *Reglamento de Elecciones del Instituto Nacional Electoral*, se informa lo siguiente:

3.1 Listado y cantidad de las encuestas publicadas durante el periodo

Derivado del monitoreo semanal a medios impresos llevado a cabo por la Coordinación General de Comunicación y Difusión se informó lo siguiente:

Oficio	Periodo	Publicaciones detectadas
CGCD/237/2026	Del 7 al 11 de septiembre 2026	No se detectaron encuestas.
CGCD/245/2026	Del 12 al 18 de septiembre 2026	No se detectaron encuestas.

De conformidad con lo dispuesto en el artículo 132 del REINE, durante el periodo que se reporta, la Secretaría Ejecutiva recibió la documentación correspondiente a **siete encuestas** por parte de quienes las ordenaron, solicitaron o publicaron. Dicha información se integra a continuación, ordenada mediante numeración consecutiva respecto del acumulado general:

No.	Fecha de publicación	Demarcación	Encuestadora / Difusor	Encabezado o título del estudio
1	14/09/2026	Celaya	Publicó: Massive Caller, S.A. de C.V Realizó: Massive Caller, S.A. de C.V	Encuesta de preferencias electorales para el cargo a Ayuntamiento de Celaya
2	14/09/2026	Guanajuato		Encuesta de preferencias electorales para el cargo a Ayuntamiento de Guanajuato
3	14/09/2026	Irapuato		Encuesta de preferencias electorales para el cargo a Ayuntamiento de Irapuato
4	14/09/2026	León		Encuesta de preferencias electorales para el cargo a Ayuntamiento de León
5	14/09/2026	Salamanca		Encuesta de preferencias electorales para el cargo a Ayuntamiento de Salamanca
6	14/09/2026	Salvatierra		Encuesta de preferencias electorales para el cargo a Ayuntamiento de Salvatierra
7	14/09/2026	Silao de la Victoria		Encuesta de preferencias electorales para el cargo a Ayuntamiento de Silao de la Victoria

3.2 Información de las encuestas o estudios

Respecto de la información recibida, se identifica lo siguiente:

1. Intención de voto para las elecciones a la alcaldía de Celaya Massive Caller, S.A. de C.V.	
I. Patrocinó, ordenó y pagó	Massive Caller.
II. Realizó	Massive Caller.
III. Publicó	Massive Caller.
IV. Medio de publicación	Massive Caller: WhatsApp y redes sociales (Twitter , Instagram y Facebook).
V. Original o reproducción	De acuerdo con los <i>Criterios para el monitoreo de publicaciones en materia de encuestas, sondeos, conteos rápidos, y encuestas de salida sobre preferencias electorales en medios impresos</i> , esta publicación se clasifica como original puesto que da a conocer resultados de preferencias electorales que se publican por primera vez.
VI. Cumplimiento de criterios científicos	Se cumple con todos los criterios, se verificó con base en la información recibida y se identificó el contenido de los estudios respecto de los elementos que se establecen en los criterios generales de carácter científico aprobados por el INE. • Ver estudio (PDF) • Ver base de datos (Excel)
VII. Características generales	De acuerdo con la información remitida por la empresa encuestadora, el estudio demoscópico presenta las siguientes características metodológicas y técnicas: • Objetivo del estudio: Dar a conocer la intención de voto para las elecciones a la alcaldía de Celaya. • Pregunta principal: «Si el día de hoy fueran las elecciones para la alcaldía de Celaya, ¿por cuál partido político votaría usted?» • Población objetivo: Ciudadanas y ciudadanos adultos (mayores de 18 años) pertenecientes al municipio de Celaya. • Marco muestral: Números telefónicos seleccionados de manera aleatoria en la demarcación geográfica de Celaya. • Diseño y tamaño de la muestra: 600 entrevistas telefónicas, estructuradas de forma representativa conforme a la distribución geográfica y sociodemográfica de la demarcación. • Tipo de muestreo: Muestreo aleatorio simple.

1. Intención de voto para las elecciones a la alcaldía de Celaya Massive Caller, S.A. de C.V.															
	• Margen de error y nivel de confianza: Margen de error teórico de +/- 4.3% con un nivel de confianza del 95%. • Fecha de levantamiento: 9 de septiembre de 2026. • Recursos financieros aplicados: Se reportó un costo total de \$10,000.00 MXN, el cual comprende los recursos humanos y materiales empleados para la realización del estudio.														
VIII. Principales resultados	Respecto a la distribución de las preferencias electorales para el Ayuntamiento de Celaya registradas por el estudio, se reportan los siguientes porcentajes de intención de voto: <table> <tr> <td></td><td>41.0%</td></tr> <tr> <td></td><td>30.5%</td></tr> <tr> <td>Aún no decide</td><td>10.5%</td></tr> <tr> <td></td><td>8.2%</td></tr> <tr> <td></td><td>6.9%</td></tr> <tr> <td></td><td>1.6%</td></tr> <tr> <td></td><td>1.3%</td></tr> </table>		41.0%		30.5%	Aún no decide	10.5%		8.2%		6.9%		1.6%		1.3%
	41.0%														
	30.5%														
Aún no decide	10.5%														
	8.2%														
	6.9%														
	1.6%														
	1.3%														
IX. Pertenencia a asociaciones del gremio de la opinión pública	No indica pertenecer.														
X. Formación académica y experiencia profesional del encuestador	José Carlos Campos Riojas es fundador de Massive Caller, casa encuestadora que utiliza una herramienta que le permite medir la opinión pública sobre cualquier tema de dominio general de manera rápida y eficiente.														

2. Intención de voto para las elecciones a la alcaldía de Guanajuato Massive Caller, S.A. de C.V.	
I. Patrocinó, solicitó, ordenó y pagó	Massive Caller.
II. Realizó	Massive Caller.
III. Publicó	Massive Caller.
IV. Medio de publicación	Massive Caller: WhatsApp y redes sociales (Twitter , Instagram y Facebook).

2. Intención de voto para las elecciones a la alcaldía de Guanajuato Massive Caller, S.A. de C.V.	
V. Original o reproducción	De acuerdo con los <i>Criterios para el monitoreo de publicaciones en materia de encuestas, sondeos, conteos rápidos, y encuestas de salida sobre preferencias electorales en medios impresos</i> , esta publicación se clasifica como original puesto que da a conocer resultados de preferencias electorales que se publican por primera vez.
VI. Cumplimiento de criterios científicos	Se cumple con todos los criterios, se verificó con base en la información recibida y se identificó el contenido de los estudios respecto de los elementos que se establecen en los criterios generales de carácter científico aprobados por el INE. • Ver estudio (PDF) • Ver base de datos (Excel)
VII. Características generales	De acuerdo con la información remitida por la empresa encuestadora, el estudio demoscópico presenta las siguientes características metodológicas y técnicas: • Objetivo del estudio: Dar a conocer la intención de voto para las elecciones a la alcaldía de Guanajuato. • Pregunta principal: «Si el día de hoy fueran las elecciones para el próximo alcalde de Guanajuato, ¿por cuál partido político votaría usted?» • Población objetivo: Ciudadanas y ciudadanos adultos (mayores de 18 años) pertenecientes al municipio de Guanajuato. • Marco muestral: Números telefónicos seleccionados de manera aleatoria en la demarcación geográfica de Guanajuato. • Diseño y tamaño de la muestra: 600 entrevistas telefónicas, estructuradas de forma representativa conforme a la distribución geográfica y sociodemográfica de la demarcación. • Tipo de muestreo: Muestreo aleatorio simple. • Margen de error y nivel de confianza: Margen de error teórico de +/- 4.3% con un nivel de confianza del 95%. • Fecha de levantamiento: 9 de septiembre de 2026. • Recursos financieros aplicados: Se reportó un costo total de \$10,000.00 MXN, el cual comprende los recursos humanos y materiales empleados para la realización del estudio.

2. Intención de voto para las elecciones a la alcaldía de Guanajuato Massive Caller, S.A. de C.V.															
VIII. Principales resultados	Respecto a la distribución de las preferencias electorales para el Ayuntamiento de Guanajuato registradas por el estudio, se reportan los siguientes porcentajes de intención de voto: <table> <tr> <td></td><td>35.4%</td></tr> <tr> <td></td><td>24.3%</td></tr> <tr> <td>Aún no decide</td><td>21.2%</td></tr> <tr> <td></td><td>7.4%</td></tr> <tr> <td></td><td>7.2%</td></tr> <tr> <td></td><td>2.5%</td></tr> <tr> <td></td><td>2.0%</td></tr> </table>		35.4%		24.3%	Aún no decide	21.2%		7.4%		7.2%		2.5%		2.0%
	35.4%														
	24.3%														
Aún no decide	21.2%														
	7.4%														
	7.2%														
	2.5%														
	2.0%														
IX. Pertenencia a asociaciones del gremio de la opinión pública	No indica pertenecer.														
X. Formación académica y experiencia profesional del encuestador	José Carlos Campos Riojas es fundador de Massive Caller, casa encuestadora que utiliza una herramienta que le permite medir la opinión pública sobre cualquier tema de dominio general de manera rápida y eficiente.														

3. Intención de voto para las elecciones a la alcaldía de Irapuato Massive Caller, S.A. de C.V.	
I. Patrocinó, solicitó, ordenó y pagó	Massive Caller.
II. Realizó	Massive Caller.
III. Publicó	Massive Caller.
IV. Medio de publicación	Massive Caller: WhatsApp y redes sociales (Twitter , Instagram y Facebook).
V. Original o reproducción	De acuerdo con los <i>Criterios para el monitoreo de publicaciones en materia de encuestas, sondeos, conteos rápidos, y encuestas de salida sobre preferencias electorales en medios impresos</i> , esta publicación se clasifica como original puesto que da a conocer resultados de preferencias electorales que se publican por primera vez.
VI. Cumplimiento de criterios científicos	Se cumple con todos los criterios, se verificó con base en la información recibida y se identificó el contenido de los estudios respecto de los elementos

3. Intención de voto para las elecciones a la alcaldía de Irapuato Massive Caller, S.A. de C.V.									
	que se establecen en los criterios generales de carácter científico aprobados por el INE. • Ver estudio (PDF) • Ver base de datos (Excel)								
VII. Características generales	De acuerdo con la información remitida por la empresa encuestadora, el estudio demoscópico presenta las siguientes características metodológicas y técnicas: • Objetivo del estudio: Dar a conocer la intención de voto para las elecciones a la alcaldía de Irapuato. • Pregunta principal: «Si el día de hoy fueran las elecciones para el próximo alcalde de Irapuato, ¿por cuál partido político votaría usted?» • Población objetivo: Ciudadanas y ciudadanos adultos (mayores de 18 años) pertenecientes al municipio de Irapuato. • Marco muestral: Números telefónicos seleccionados de manera aleatoria en la demarcación geográfica de Irapuato. • Diseño y tamaño de la muestra: 600 entrevistas telefónicas, estructuradas de forma representativa conforme a la distribución geográfica y sociodemográfica de la demarcación. • Tipo de muestreo: Muestreo aleatorio simple. • Margen de error y nivel de confianza: Margen de error teórico de +/- 4.3% con un nivel de confianza del 95%. • Fecha de levantamiento: 9 de septiembre de 2026. • Recursos financieros aplicados: Se reportó un costo total de \$10,000.00 MXN, el cual comprende los recursos humanos y materiales empleados para la realización del estudio.								
VIII. Principales resultados	Respecto a la distribución de las preferencias electorales para el Ayuntamiento de Irapuato registradas por el estudio, se reportan los siguientes porcentajes de intención de voto: <table> <tr> <td></td><td>38.0%</td></tr> <tr> <td></td><td>32.7%</td></tr> <tr> <td>Aún no decide</td><td>13.8%</td></tr> <tr> <td></td><td>6.3%</td></tr> </table>		38.0%		32.7%	Aún no decide	13.8%		6.3%
	38.0%								
	32.7%								
Aún no decide	13.8%								
	6.3%								

3. Intención de voto para las elecciones a la alcaldía de Irapuato Massive Caller, S.A. de C.V.							
	<table> <tr> <td></td><td>5.9%</td></tr> <tr> <td></td><td>2.3%</td></tr> <tr> <td></td><td>1.0%</td></tr> </table>		5.9%		2.3%		1.0%
	5.9%						
	2.3%						
	1.0%						
IX. Pertenencia a asociaciones del gremio de la opinión pública	No indica pertenecer.						
X. Formación académica y experiencia profesional del encuestador	José Carlos Campos Riojas es fundador de Massive Caller, casa encuestadora que utiliza una herramienta que le permite medir la opinión pública sobre cualquier tema de dominio general de manera rápida y eficiente.						

4. Intención de voto para las elecciones a la alcaldía de León Massive Caller, S.A. de C.V.	
I. Patrocinó, solicitó, ordenó y pagó	Massive Caller.
II. Realizó	Massive Caller.
III. Publicó	Massive Caller.
IV. Medio de publicación	Massive Caller: WhatsApp y redes sociales (Twitter , Instagram y Facebook).
V. Original o reproducción	De acuerdo con los <i>Criterios para el monitoreo de publicaciones en materia de encuestas, sondeos, conteos rápidos, y encuestas de salida sobre preferencias electorales en medios impresos</i> , esta publicación se clasifica como original puesto que da a conocer resultados de preferencias electorales que se publican por primera vez.
VI. Cumplimiento de criterios científicos	Se cumple con todos los criterios, se verificó con base en la información recibida y se identificó el contenido de los estudios respecto de los elementos que se establecen en los criterios generales de carácter científico aprobados por el INE. • Ver estudio (PDF) • Ver base de datos (Excel)
VII. Características generales	De acuerdo con la información remitida por la empresa encuestadora, el estudio demoscópico presenta las siguientes características metodológicas y técnicas:

4. Intención de voto para las elecciones a la alcaldía de León Massive Caller, S.A. de C.V.															
	• Objetivo del estudio: Dar a conocer la intención de voto para las elecciones a la alcaldía de León. • Pregunta principal: «Si el día de hoy fueran las elecciones para el próximo alcalde de León, ¿por cuál partido político votaría usted?» • Población objetivo: Ciudadanas y ciudadanos adultos (mayores de 18 años) pertenecientes al municipio de León. • Marco muestral: Números telefónicos seleccionados de manera aleatoria en la demarcación geográfica de León. • Diseño y tamaño de la muestra: 600 entrevistas telefónicas, estructuradas de forma representativa conforme a la distribución geográfica y sociodemográfica de la demarcación. • Tipo de muestreo: Muestreo aleatorio simple. • Margen de error y nivel de confianza: Margen de error teórico de +/- 4.3% con un nivel de confianza del 95%. • Fecha de levantamiento: 9 de septiembre de 2026. • Recursos financieros aplicados: Se reportó un costo total de \$10,000.00 MXN, el cual comprende los recursos humanos y materiales empleados para la realización del estudio.														
VIII. Principales resultados	Respecto a la distribución de las preferencias electorales para el Ayuntamiento de León registradas por el estudio, se reportan los siguientes porcentajes de intención de voto: <table> <tbody> <tr> <td></td><td>43.8%</td></tr> <tr> <td></td><td>26.8%</td></tr> <tr> <td>Aún no decide</td><td>11.8%</td></tr> <tr> <td></td><td>7.5%</td></tr> <tr> <td></td><td>5.9%</td></tr> <tr> <td></td><td>2.9%</td></tr> <tr> <td></td><td>1.3%</td></tr> </tbody> </table>		43.8%		26.8%	Aún no decide	11.8%		7.5%		5.9%		2.9%		1.3%
	43.8%														
	26.8%														
Aún no decide	11.8%														
	7.5%														
	5.9%														
	2.9%														
	1.3%														
IX. Pertenencia a asociaciones del gremio de la opinión pública	No indica pertenecer.														

4. Intención de voto para las elecciones a la alcaldía de León Massive Caller, S.A. de C.V.

X. Formación académica y experiencia profesional del encuestador	José Carlos Campos Riojas es fundador de Massive Caller, casa encuestadora que utiliza una herramienta que le permite medir la opinión pública sobre cualquier tema de dominio general de manera rápida y eficiente.
---	--

5. Intención de voto para las elecciones a la alcaldía de Salamanca Massive Caller, S.A. de C.V.

I. Patrocinó, solicitó, ordenó y pagó	Massive Caller.
II. Realizó	Massive Caller.
III. Publicó	Massive Caller.
IV. Medio de publicación	Massive Caller: WhatsApp y redes sociales (Twitter , Instagram y Facebook).
V. Original o reproducción	De acuerdo con los <i>Criterios para el monitoreo de publicaciones en materia de encuestas, sondeos, conteos rápidos, y encuestas de salida sobre preferencias electorales en medios impresos</i> , esta publicación se clasifica como original puesto que da a conocer resultados de preferencias electorales que se publican por primera vez.
VI. Cumplimiento de criterios científicos	Se cumple con todos los criterios, se verificó con base en la información recibida y se identificó el contenido de los estudios respecto de los elementos que se establecen en los criterios generales de carácter científico aprobados por el INE. • Ver estudio (PDF) • Ver base de datos (Excel)
VII. Características generales	De acuerdo con la información remitida por la empresa encuestadora, el estudio demoscópico presenta las siguientes características metodológicas y técnicas: • Objetivo del estudio: Dar a conocer la intención de voto para las elecciones a la alcaldía de Salamanca. • Pregunta principal: «Si el día de hoy fueran las elecciones para el próximo alcalde de Salamanca, ¿por cuál partido político votaría usted?» • Población objetivo: Ciudadanas y ciudadanos adultos (mayores de 18 años) pertenecientes al municipio de Salamanca.



5. Intención de voto para las elecciones a la alcaldía de Salamanca Massive Caller, S.A. de C.V.															
	• Marco muestral: Números telefónicos seleccionados de manera aleatoria en la demarcación geográfica de Salamanca. • Diseño y tamaño de la muestra: 600 entrevistas telefónicas, estructuradas de forma representativa conforme a la distribución geográfica y sociodemográfica de la demarcación. • Tipo de muestreo: Muestreo aleatorio simple. • Margen de error y nivel de confianza: Margen de error teórico de +/- 4.3% con un nivel de confianza del 95%. • Fecha de levantamiento: 9 de septiembre de 2026. • Recursos financieros aplicados: Se reportó un costo total de \$10,000.00 MXN, el cual comprende los recursos humanos y materiales empleados para la realización del estudio.														
VIII. Principales resultados	Respecto a la distribución de las preferencias electorales para el Ayuntamiento de Salamanca registradas por el estudio, se reportan los siguientes porcentajes de intención de voto: <table> <tr> <td></td><td>33.9%</td></tr> <tr> <td></td><td>28.9%</td></tr> <tr> <td>Aún no decide</td><td>23.6%</td></tr> <tr> <td></td><td>5.6%</td></tr> <tr> <td></td><td>4.3%</td></tr> <tr> <td></td><td>2.0%</td></tr> <tr> <td></td><td>1.7%</td></tr> </table>		33.9%		28.9%	Aún no decide	23.6%		5.6%		4.3%		2.0%		1.7%
	33.9%														
	28.9%														
Aún no decide	23.6%														
	5.6%														
	4.3%														
	2.0%														
	1.7%														
IX. Pertenencia a asociaciones del gremio de la opinión pública	No indica pertenecer.														
X. Formación académica y experiencia profesional del encuestador	José Carlos Campos Riojas es fundador de Massive Caller, casa encuestadora que utiliza una herramienta que le permite medir la opinión pública sobre cualquier tema de dominio general de manera rápida y eficiente.														

6. Intención de voto para las elecciones a la alcaldía de Salvatierra Massive Caller, S.A. de C.V.	
I. Patrocinó, solicitó, ordenó y pagó	Massive Caller.
II. Realizó	Massive Caller.
III. Publicó	Massive Caller.
IV. Medio de publicación	Massive Caller: WhatsApp y redes sociales (Twitter , Instagram y Facebook).
V. Original o reproducción	De acuerdo con los <i>Criterios para el monitoreo de publicaciones en materia de encuestas, sondeos, conteos rápidos, y encuestas de salida sobre preferencias electorales en medios impresos</i> , esta publicación se clasifica como original puesto que da a conocer resultados de preferencias electorales que se publican por primera vez.
VI. Cumplimiento de criterios científicos	Se cumple con todos los criterios, se verificó con base en la información recibida y se identificó el contenido de los estudios respecto de los elementos que se establecen en los criterios generales de carácter científico aprobados por el INE. Ver estudio (PDF) Ver base de datos (Excel)
VII. Características generales	De acuerdo con la información remitida por la empresa encuestadora, el estudio demoscópico presenta las siguientes características metodológicas y técnicas: • Objetivo del estudio: Dar a conocer la intención de voto para las elecciones a la alcaldía de Salvatierra. • Pregunta principal: «Si el día de hoy fueran las elecciones para el próximo alcalde de Salvatierra, ¿por cuál partido político votaría usted?» • Población objetivo: Ciudadanas y ciudadanos adultos (mayores de 18 años) pertenecientes al municipio de Salvatierra. • Marco muestral: Números telefónicos seleccionados de manera aleatoria en la demarcación geográfica de Salvatierra. • Diseño y tamaño de la muestra: 600 entrevistas telefónicas, estructuradas de forma representativa conforme a la distribución geográfica y sociodemográfica de la demarcación. • Tipo de muestreo: Muestreo aleatorio simple. • Margen de error y nivel de confianza: Margen de error teórico de +/- 4.3% con un nivel de confianza del 95%. • Fecha de levantamiento: 9 de septiembre de 2026.



6. Intención de voto para las elecciones a la alcaldía de Salvatierra Massive Caller, S.A. de C.V.															
	• Recursos financieros aplicados: Se reportó un costo total de \$10,000.00 MXN, el cual comprende los recursos humanos y materiales empleados para la realización del estudio.														
VIII. Principales resultados	Respecto a la distribución de las preferencias electorales para el Ayuntamiento de Salvatierra registradas por el estudio, se reportan los siguientes porcentajes de intención de voto: <table> <tr> <td></td><td>45.9%</td></tr> <tr> <td></td><td>18.9%</td></tr> <tr> <td>Aún no decide</td><td>12.8%</td></tr> <tr> <td></td><td>8.2%</td></tr> <tr> <td></td><td>7.3%</td></tr> <tr> <td></td><td>4.3%</td></tr> <tr> <td></td><td>2.6%</td></tr> </table>		45.9%		18.9%	Aún no decide	12.8%		8.2%		7.3%		4.3%		2.6%
	45.9%														
	18.9%														
Aún no decide	12.8%														
	8.2%														
	7.3%														
	4.3%														
	2.6%														
IX. Pertenencia a asociaciones del gremio de la opinión pública	No indica pertenecer.														
X. Formación académica y experiencia profesional del encuestador	José Carlos Campos Riojas es fundador de Massive Caller, casa encuestadora que utiliza una herramienta que le permite medir la opinión pública sobre cualquier tema de dominio general de manera rápida y eficiente.														

7. Intención de voto para las elecciones a la alcaldía de Silao de la Victoria Massive Caller, S.A. de C.V.	
I. Patrocinó, solicitó, ordenó y pagó	Massive Caller.
II. Realizó	Massive Caller.
III. Publicó	Massive Caller.
IV. Medio de publicación	Massive Caller: WhatsApp y redes sociales (Twitter , Instagram y Facebook).
V. Original o reproducción	De acuerdo con los <i>Criterios para el monitoreo de publicaciones en materia de encuestas, sondeos, conteos rápidos, y encuestas de salida sobre preferencias electorales en medios impresos</i> , esta publicación se clasifica

7. Intención de voto para las elecciones a la alcaldía de Silao de la Victoria Massive Caller, S.A. de C.V.	
	como original puesto que da a conocer resultados de preferencias electorales que se publican por primera vez.
VI. Cumplimiento de criterios científicos	Se cumple con todos los criterios, se verificó con base en la información recibida y se identificó el contenido de los estudios respecto de los elementos que se establecen en los criterios generales de carácter científico aprobados por el INE. • Ver estudio (PDF) • Ver base de datos (Excel)
VII. Características generales	De acuerdo con la información remitida por la empresa encuestadora, el estudio demoscópico presenta las siguientes características metodológicas y técnicas: • Objetivo del estudio: Dar a conocer la intención de voto para las elecciones a la alcaldía de Silao de la Victoria. • Pregunta principal: «Si el día de hoy fueran las elecciones para el próximo alcalde de Silao de la Victoria, ¿por cuál partido político votaría usted?» • Población objetivo: Ciudadanas y ciudadanos adultos (mayores de 18 años) pertenecientes al municipio de Silao de la Victoria. • Marco muestral: Números telefónicos seleccionados de manera aleatoria en la demarcación geográfica de Silao de la Victoria. • Diseño y tamaño de la muestra: 600 entrevistas telefónicas, estructuradas de forma representativa conforme a la distribución geográfica y sociodemográfica de la demarcación. • Tipo de muestreo: Muestreo aleatorio simple. • Margen de error y nivel de confianza: Margen de error teórico de +/- 4.3% con un nivel de confianza del 95%. • Fecha de levantamiento: 9 de septiembre de 2026. • Recursos financieros aplicados: Se reportó un costo total de \$10,000.00 MXN, el cual comprende los recursos humanos y materiales empleados para la realización del estudio.



7. Intención de voto para las elecciones a la alcaldía de Silao de la Victoria Massive Caller, S.A. de C.V.															
VIII. Principales resultados	Respecto a la distribución de las preferencias electorales para el Ayuntamiento de Silao de la Victoria registradas por el estudio, se reportan los siguientes porcentajes de intención de voto: <table> <tr> <td></td><td>31.0%</td></tr> <tr> <td></td><td>24.4%</td></tr> <tr> <td>Aún no decide</td><td>20.8%</td></tr> <tr> <td></td><td>9.4%</td></tr> <tr> <td></td><td>8.3%</td></tr> <tr> <td></td><td>3.7%</td></tr> <tr> <td></td><td>2.4%</td></tr> </table>		31.0%		24.4%	Aún no decide	20.8%		9.4%		8.3%		3.7%		2.4%
	31.0%														
	24.4%														
Aún no decide	20.8%														
	9.4%														
	8.3%														
	3.7%														
	2.4%														
IX. Pertenencia a asociaciones del gremio de la opinión pública	No indica pertenecer.														
X. Formación académica y experiencia profesional del encuestador	José Carlos Campos Riojas es fundador de Massive Caller, casa encuestadora que utiliza una herramienta que le permite medir la opinión pública sobre cualquier tema de dominio general de manera rápida y eficiente.														

3.3 Listado de requerimientos

*En términos del artículo 136 del Reglamento de Elecciones del Instituto Nacional Electoral (REINE), **no fue necesario emitir requerimientos de información**, toda vez que las publicaciones identificadas fueron informadas directamente por la empresa realizadora dentro de los plazos normativos establecidos.*

Es preciso señalar que, en concordancia con el artículo 135 del *Reglamento*, el cumplimiento de las disposiciones normativas en materia de encuestas y sondeos por parte de los sujetos obligados **no implica en modo alguno que el Instituto Electoral del Estado de Guanajuato respalde, valide o avale la calidad metodológica de los estudios, la veracidad de los resultados publicados, ni cualquier otra conclusión o interpretación** que de ellos se derive.

Guanajuato, Guanajuato, a 24 de septiembre de 2026.

