



INFORME SOBRE EL SEGUIMIENTO A LA INSTRUMENTACIÓN DE LA ESTRATEGIA DE DIFUSIÓN 2021

AGOSTO DE 2021

ÍNDICE

1. GLOSARIO.....	2
2. PRESENTACIÓN	3
3. INTRODUCCIÓN.....	4
4. MARCO LEGAL	8
5. OBJETIVO.....	10
6. INDICADOR DE DIFUSIÓN DE MENSAJES PLANEADOS	10
7. INDICADOR DE PORCENTAJE DE MENSAJES DIFUNDIDOS EN EL TIEMPO ESTABLECIDO	16
8. INDICADOR DE MENSAJES PAUTADOS EN LOS ESPACIOS QUE CORRESPONDEN AL INE.....	24
9. INDICADOR DEL PORCENTAJE DE MENSAJES DEL INE TRANSMITIDOS EN LOS CONCESIONARIOS DE RADIO Y TELEVISIÓN	24
10. CONCLUSIONES.....	26
11. ANEXO.....	28

1. GLOSARIO

Banner: Mensaje publicitario inserto en una página de internet.

Campaña institucional: Se refiere a las cuatro campañas, Promoción de la Participación Ciudadana en los Procesos Electorales, Fortalecimiento de la Cultura Cívica, Credencialización y Valor institucional, que la Dirección Ejecutiva de Capacitación Electoral y Educación Cívica (DECEyEC), diseñó e instrumentó para llevar a cabo la difusión institucional en coordinación con las instancias que por el objeto o contenido de la campaña son competentes. En este sentido, la Estrategia de Difusión planeó difundir mensajes mediante el uso de los tiempos del Estado en radio y televisión que corresponden al Instituto, asimismo, a través de inserciones en periódicos, revistas y medios digitales con el objetivo de comunicar a la ciudadanía temáticas referentes a los fines del Instituto: contribuir al desarrollo de la vida democrática, integrar el Registro Federal de Electores, asegurar a la ciudadanía el ejercicio de sus derechos político-electorales y vigilar el cumplimiento de sus obligaciones, llevar a cabo la promoción del voto y coadyuvar a la difusión de la educación cívica y la cultura democrática, así como garantizar la paridad de género y el respeto de los derechos humanos de las mujeres en el ámbito político electoral.

Clics: Pulsación que se realiza en un mouse u otro dispositivo para dar una instrucción a una computadora.

Concepto de marca: Es el conjunto de valores gráficos y conceptuales que acompañan la comunicación de una entidad y por los cuales el público la identifica.

Estrategia de Difusión: Documento que establece el propósito, objetivos específicos, públicos objetivo, así como el Plan de Medios de las Campañas Institucionales.

Impresiones: Número de veces que una publicación digital aparece en una pantalla.

Inserción: Espacio publicitario en periódicos y revistas impresos.

Plan de medios: Se refiere a la combinación de canales de comunicación por los que se transmiten los diferentes mensajes para lograr su objetivo de comunicación.

Medios interactivos: Medios de comunicación que permiten la interacción directa entre una persona emisora y receptora. En esta Estrategia se hace referencia a

los sitios web, aplicaciones o redes sociales donde el Instituto difunde sus mensajes institucionales.

Medios unidireccionales: Medios de comunicación que no permiten la interacción directa entre personas emisoras y receptoras. En esta Estrategia se hace referencia a la televisión, radio y medios impresos.

Mensajes de coyuntura: Aquellos que no fueron establecidos en la Estrategia de Difusión y que responden a situaciones extraordinarias, para las cuales se tiene previsto¹ actuar a través de una campaña reactiva denominada Unitaria que responderá a temas específicos de atención inmediata que pueden derivar de Acuerdos del Consejo General, acatamiento a Resoluciones del Tribunal Electoral del Poder Judicial de la Federación, solicitudes de la Comisión de Capacitación Electoral y Educación Cívica, coproducciones con instituciones defensoras de los Derechos Humanos, impulsores de la cultura cívica, igualdad de género y no discriminación, instituciones académicas y/o casos fortuitos que determinen acciones del Instituto a difundir e informar, bajo el principio de máxima publicidad hacia la ciudadanía.

Pauta: Instrucción de la publicación de una pieza de comunicación en radio, televisión o medios digitales.

Vistas o views: Es el número de veces que una usuaria o un usuario acceden a una sección de una página web.

Visitas: Secuencia de vistas que una usuaria o un usuario realizan a una página web.

Activación Transmedia: Se refiere al servicio de pautado de una campaña publicitaria en múltiples plataformas de comunicación, como medios digitales y redes sociales. Es decir, es una campaña explicada desde diferentes perspectivas según el medio de comunicación empleado.

2. PRESENTACIÓN

De conformidad con lo establecido en el artículo 42, párrafo 3, de la Ley General de Instituciones y Procedimientos Electorales (LGIPE), así como a lo mandado en el artículo 6 del Reglamento de Elecciones, para cada Proceso Electoral se fusionan las comisiones de Capacitación Electoral y Educación Cívica y de Organización Electoral, a fin de integrar la Comisión de Capacitación y Organización Electoral.

¹ Previsto en la Estrategia de Difusión 2020-2021, página 21.

En este orden de ideas, el 30 de julio de 2020 en sesión extraordinaria el Consejo General (CG), del Instituto Nacional Electoral (INE), mediante su Acuerdo INE/CG172/2020 designó a las personas que integrarían dicha Comisión.

El 11 de septiembre de 2020 se instaló la Comisión de Capacitación y Organización Electoral y aprobó su Programa de Trabajo donde se contempló la presentación de este informe.

Posteriormente, el 30 de septiembre de 2020 el Consejo General del INE, aprobó el Programa de Trabajo de la Comisión de Capacitación y Organización Electoral.

En este sentido, el presente documento da cuenta de las actividades realizadas en materia de difusión en el periodo comprendido de enero a junio de 2021, y está integrado de la siguiente forma: contiene un glosario de términos; incluye una introducción; el marco legal; se plantea el objetivo; contiene apartados específicos que abordan los indicadores planteados en la Estrategia en torno a los cuales se explica cómo se desplegaron los mensajes de comunicación; por último, contiene un anexo con los mensajes que se difundieron y sus resultados en términos de pauta.

La Estrategia de Difusión 2020-2021, aprobada el 11 de mayo de 2020 por la Comisión de Capacitación Electoral y Educación Cívica, tiene como propósito orientar a la ciudadanía en el ejercicio de sus derechos político-electorales y el cumplimiento de sus obligaciones mediante el diseño y la ejecución de campañas con un enfoque sistemático y deliberado de pedagogía pública, tanto en medios unidireccionales como interactivos.

3. INTRODUCCIÓN

La Estrategia de Difusión 2020-2021 es un documento de largo plazo que se construyó con la visión de contemplar de manera integral los Procesos Electorales Locales 2019-2020 de Coahuila e Hidalgo (PEL 2019-2020), la planeación de la difusión del Proceso Electoral Federal 2020-2021 (PEF 2020-2021) y el inicio de los Procesos Electorales Locales 2021-2022 (PEL 2021-2022).

En este sentido, la difusión realizada durante el PEF 2020-2021, que corresponde al periodo que se reporta, da continuidad a la narrativa que se construyó desde el año inmediato anterior bajo el enfoque de pedagogía pública, que se planteó fuera la principal característica al momento de concebir los mensajes que orientaran a la ciudadanía en el ejercicio de sus derechos político-electorales, la cultura democrática y la educación cívica.

La Estrategia se construye sobre un modelo integral de comunicación fundamentado en los principios rectores del INE: certeza, legalidad, independencia, imparcialidad, máxima publicidad y objetividad, así como en los principios de igualdad, inclusión, no discriminación y no violencia, donde se contempla la violencia política contra las mujeres en razón de género.

Es importante señalar que en materia de inclusión se implementaron las siguientes acciones para la producción de materiales audiovisuales:

- Subtitulaje de todos los materiales audiovisuales.
- Producción de spots para radio en lenguas indígenas.
- Inclusión de Lengua de Señas Mexicana en todos los spots para televisión.

Adicionalmente, la Estrategia de Difusión 2020-2021, en la parte digital, contribuyó con campañas unitarias, es decir, con ejecuciones creativas que tenían como objetivo amplificar o reforzar temas estratégicos de cara a la Jornada electoral como fueron: protocolos sanitarios, llamado al voto (votar es seguro), y no hay fraude.

A fin de cumplir con los objetivos estratégicos de comunicación contemplados en la Estrategia de Difusión 2020- 2021, se incorporó en lo digital el uso de plataformas que permiten utilizar formatos distintos, para apelar a aquellos segmentos de la ciudadanía que no muestran afinidad por la comunicación tradicional a través de redes sociales. Este es el caso del Chatbot o asistente virtual en WhatsApp Inés, se implementó con el objetivo de proveer información precisa y clara a la ciudadanía que sirviera para solucionar sus dudas relacionadas con su participación en la Jornada Electoral del 6 de junio.

Otra herramienta utilizada para fortalecer el llamado al voto fueron los podcast; es el caso de La voz del voto/URNA, una serie de 5 mini-capítulos en formato audio, disponibles en Spotify, cuyo objetivo fue recuperar las experiencias de distintos perfiles de ciudadanas y ciudadanos con culturas políticas diversas en torno a la Jornada Electoral.

Es importante mencionar, que este informe se explica a partir de los cuatro indicadores planteados en la Estrategia de Difusión 2020-2021, los cuales permiten contar con un modelo de análisis cuantitativo y cualitativo sobre la instrumentación de la Estrategia, a partir del cual se estructuran de forma integral y homogénea las acciones de difusión realizadas.

En este orden ideas, cada uno de los apartados corresponde a los indicadores y dentro de cada uno de éstos se precisan los criterios a considerar para obtener el nivel de cumplimiento, a continuación, se explican brevemente los cuatro indicadores.

Indicadores de desempeño²:

1. **Difusión de mensajes planeados:** Se evaluará el número de mensajes difundidos contra el número de mensajes a difundir tomando como base el 100% de los mensajes planeados para todo el año. En este sentido, se establece que como mínimo el 90% de los mensajes realizados a final del año deben ser acordes con lo planeado. Es importante aclarar que el 10% restante puede no apegarse a lo planeado y servir para la atención de una temática diferente. La fórmula para hacer este cálculo es la siguiente: número de mensajes difundidos / número de mensajes a difundir = % de avance en cierto momento del año.
2. **Porcentaje de mensajes difundidos en el tiempo establecido.** Esta estrategia define el número de mensajes y la temporalidad en la que éstos deben de ser difundidos en el periodo establecido. Este indicador se considera positivo cuando se cumple en por lo menos un 90%, lo cual indica un grado importante de cumplimiento de los diversos procesos que se requieren para lograr la difusión de los mensajes: desde la planificación de las campañas, la producción de materiales, las aprobaciones de éstos y su difusión, ya sea orgánica o pautada.
3. **Pauta de mensajes en el 100% de los espacios que corresponden al Instituto Nacional Electoral en Radio y Televisión.** Cada año, el INE cuenta con un número de espacios determinados en los medios de comunicación en los que puede difundir sus mensajes institucionales. Este indicador evaluará que dichos espacios sean utilizados al 100%.
4. **Porcentaje de mensajes transmitidos en los concesionarios de Radio y Televisión.** Parte importante de la labor de esta área consiste en la transmisión de mensajes en los distintos medios de comunicación. Esto conlleva un proceso de producción, aprobación y difusión de materiales. Se considerará una calificación positiva que se transmita el 90% de los mensajes en los distintos medios de comunicación planeados en esta Estrategia. Esto se podrá corroborar con el resultado del monitoreo provisto por la Dirección Ejecutiva de Prerrogativas y Partidos Políticos (DEPPP).

El análisis de los indicadores se realiza en función del PEF 2020-2021, escenario que corresponde al periodo de tiempo analizado que va de enero a junio de 2021.

Hitos de la comunicación en el contexto de la pandemia generada por la COVID-19

² Indicadores de Desempeño establecidos en la Estrategia de Difusión 2020-2021, página 47.

A partir de la experiencia obtenida en la organización de los Procesos Electorales Locales 2019-2020 en Coahuila e Hidalgo, los cuales representan los primeros ejercicios que se realizaron en un escenario de pandemia mundial, el Instituto aprobó una serie de protocolos enfocados en salvaguardar el derecho a la salud de las personas que participaran durante el PEF 2020-2021, a fin de que pudieran ejercer sus derechos político-electorales en un ambiente de seguridad y con el menor riesgo de contagio posible.

De los protocolos aprobados para el PEF 2020-2021, entre los cuales se cuentan más de 10³, hay uno que tuvo impacto directo en la comunicación realizada por el Instituto, fue el Protocolo de atención sanitaria y protección a la salud, para la operación de las casillas únicas el día de la Jornada Electoral, Proceso Electoral Federal y concurrente 2020-2021, aprobado por la Comisión de Capacitación y Organización Electoral el 24 de febrero de 2021. Este protocolo describe las medidas y recomendaciones generales que deberían atender las personas que acudieran a ejercer su voto el día de la Jornada Electoral. Adicionalmente se señaló que el INE y los Organismos Públicos Locales (OPL), promoverían, a partir de campañas masivas a través de los mecanismos de difusión institucionales, la importancia de llevar a cabo la Jornada Electoral, desde la perspectiva sanitaria, para generar conciencia en la ciudadanía al ejercer su derecho al voto, cuidando la salud de todas y todos quienes intervienen en los comicios. Del mismo modo informa sobre las medidas sanitarias con las que funcionarían las casillas únicas.

En consonancia con el protocolo anterior, el Acuerdo INE/CG323/2021 aprobado por el Consejo General el 25 de marzo de 2021, establece como medida extraordinaria y temporal, a causa de la pandemia por la COVID-19, que la ciudadanía que quisiera ingresar a la casilla el día de la Jornada Electoral del 6 de junio de 2021 debería usar cubrebocas con la finalidad de proteger la salud de quienes se encuentren al interior, en éste se mandató a la Dirección de Difusión y Campañas (DDyCI), de la DECEyEC difundir el acuerdo.

En este contexto, es preciso señalar que los mensajes de las Campañas Institucionales avanzaron conforme lo planeado en la Estrategia, con el plus de que además de atender su objetivo original relacionado con temas como: la orientación en el ejercicio de derechos político-electorales de la ciudadanía, la credencialización, la cultura democrática y la educación cívica, éstos se construyeron con una perspectiva que fomentara los valores cívico-democráticos como parte de las atribuciones del INE con el objetivo de concientizar a la ciudadanía sobre la importancia de acatar, respetar y fomentar las medidas de prevención sanitaria dictadas por las autoridades de salud. Gracias a esto, fue

³ Los protocolos del PEF 2020-2021 pueden consultarse en: <https://www.ine.mx/protocolos-para-el-regreso-las-actividades-en-el-ine/>

posible retratar dentro de los mensajes los códigos de conducta y la nueva dinámica surgidos a raíz de la contingencia sanitaria generada por la COVID-19.

Asimismo, en gran medida se logró atender lo mandatado por los órganos de Dirección del Instituto en materia de medidas sanitarias y protección a la salud, ya que se generaron mensajes de carácter coyuntural, los cuales formaron parte de una campaña con una densidad y objetivos de comunicación propios, que estuvo conformada por spots de radio y televisión, inserciones digitales y periódicos, así como por un refuerzo en la difusión a través de medios exteriores que se contrataron a nivel local mediante la radicación de recursos a las Juntas Locales Ejecutivas y también algunos otros contratados a nivel central⁴. La finalidad de esta campaña fue brindar en todo momento información clara y precisa a la ciudadanía que le dotara de certeza para participar en el PEF 2020-2021 y que entendiera que su derecho a la salud no se vería coartado por el ejercicio de sus derechos político-electorales.

En el ámbito digital, se procuró la diversificación de materiales y formatos a fin de apelar a los hábitos de consumo de información y los códigos aceptados por los usuarios y usuarias de las diferentes plataformas, páginas web y redes sociales contempladas en la estrategia.

Fue a partir de este criterio que se tomó la decisión de producir mayor cantidad de materiales nativos digitales como fueron: infografías, videos para redes sociales, videos para stories (Instagram y Twitter), gif, audios y herramientas interactivas.

4. MARCO LEGAL

El artículo 41, fracción V, de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos (CPEUM), establece que la organización de las elecciones es una función estatal que se realiza a través del Instituto Nacional Electoral y de los Organismos Públicos Locales.

En el Apartado B del precepto legal referido, se explica que corresponde al Instituto:

- a) Para los procesos electorales federales y locales:
 - 1. La capacitación electoral;
- b) Para los procesos electorales federales:

⁴ Cabe señalar que estas acciones en medios exteriores no forman parte de los indicadores de este informe, ya que no son parte de lo planeado en la Estrategia de Difusión 2020-2021, sino que fueron complementarias y surgieron ante la necesidad de contar con una campaña de difusión amplia que diera cumplimiento a lo mandatado por los órganos de dirección del INE, no obstante, se retomarán en el apartado de conclusiones a fin de se puedan dimensionar las acciones de difusión realizadas para la campaña de Medidas Sanitarias.

2. La preparación de la Jornada Electoral;

Asimismo, en su Artículo 41, apartado A del párrafo III se define que el Instituto Nacional Electoral es la autoridad única para la administración del tiempo que corresponda al Estado en materia de radio y televisión.

Por otro lado, en el artículo 30, primer párrafo, incisos a) y g) de la LGIPE se establece que son fines del Instituto: contribuir al desarrollo de la vida democrática, y llevar a cabo la promoción del voto y coadyuvar a la difusión de la educación cívica y la cultura democrática.

Asimismo, en los incisos a), d), f), g) y h) del artículo 30, párrafo 1, de la LGIPE; se dispone que son fines del Instituto contribuir al desarrollo de la vida democrática; asegurar a los ciudadanos el ejercicio de los derechos político-electorales y vigilar el cumplimiento de sus obligaciones; velar por la autenticidad y efectividad del sufragio; llevar a cabo la promoción del voto y coadyuvar a la difusión de la educación cívica y la cultura democrática, y fungir como autoridad única para la administración del tiempo que corresponde al Estado en radio y televisión destinado a los objetivos propios del Instituto, a los de otras autoridades electorales y a garantizar el ejercicio de los derechos que la Constitución otorga a los partidos políticos en la materia.

Por su parte, en el artículo 58, párrafo 1, incisos d), e), f), g), h), j), y l) de la LGIPE se determinan como atribuciones de la DECEyEC: diseñar y proponer estrategias para promover el voto entre la ciudadanía; diseñar y promover estrategias para la integración de mesas directivas de casilla y la capacitación electoral; preparar el material didáctico y los instructivos electorales; orientar a los ciudadanos para el ejercicio de sus derechos y el cumplimiento de sus obligaciones político-electorales y llevar a cabo las acciones necesarias para exhortar a los ciudadanos a que se inscriban y actualicen su registro en el Registro Federal de Electores y para que acudan a votar; diseñar y proponer campañas de educación cívica, paridad de género y cultura de respeto de los derechos humanos de las mujeres en el ámbito político y electoral, en coordinación con la Fiscalía Especializada de Delitos Electorales; realizar campañas de información para la prevención, atención y erradicación de la violencia política contra las mujeres en razón de género y su respectiva reforma que amplía las atribuciones en temas de prevención, atención y erradicación de la violencia política contra las mujeres en razón de género; y, capacitar al personal del Instituto, organismos públicos locales e integrantes de mesas directivas de casillas para prevenir, atender y erradicar la violencia política contra las mujeres en razón de género, así como en igualdad sustantiva.

El artículo 49 del Reglamento Interior del Instituto Nacional Electoral (RIINE), en su inciso g), establece como atribución de la DECEyEC: diseñar e instrumentar las campañas de difusión institucionales y, en su caso, coordinarse para ello con las instancias que por el objeto o contenido de la campaña sean competentes.

De forma complementaria, la Estrategia Nacional de Cultura Cívica 2017-2023 (ENCCÍVICA), plantea como objetivo mayor de su núcleo duro el fortalecimiento de la cultura democrática, mismo que busca impulsar mediante sus líneas de acción: generación de conocimiento e información para el ejercicio de la ciudadanía; difusión, promoción, conocimiento y ejercicio responsable de los derechos humanos; apropiación del derecho a saber; creación de espacios para el diálogo democrático; creación y vinculación de redes para el ejercicio democrático; promoción de la cultura cívica en los entornos escolares; exigencia de cumplimiento de la palabra pública empeñada; y, promoción de la incidencia de la ciudadanía en la solución de problemas públicos.

5. OBJETIVO

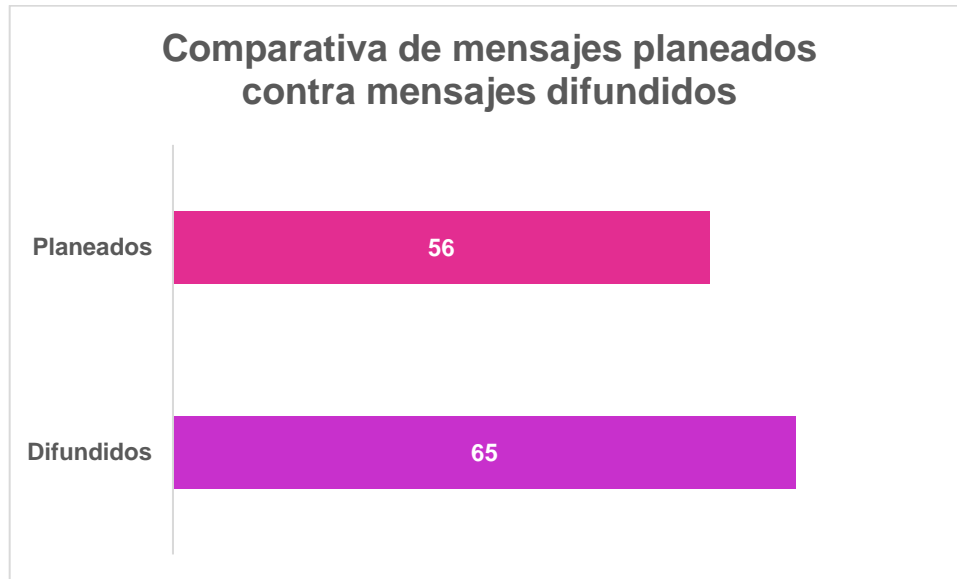
Presentar un balance general de carácter descriptivo sobre el cumplimiento de las acciones de difusión establecidas en la Estrategia de Difusión 2020-2021, relativas al periodo de enero al junio del año 2021, con base en los indicadores de desempeño de la Estrategia, los cuales permiten dar seguimiento al despliegue de las Campañas Institucionales.

6. INDICADOR DE DIFUSIÓN DE MENSAJES PLANEADOS

Conforme se definió en la Estrategia de Difusión 2020-2021, este indicador evalúa el número de mensajes difundidos contra el número de mensajes a difundir tomando como base el 100% de los mensajes planeados, asimismo, se establece que como mínimo el 90% de los mensajes realizados deben ser acordes con lo planeado. En este sentido, el 10% restante puede no apearse a lo planeado y servir para la atención de un tema diferente.

La fórmula para hacer este cálculo es la siguiente: número de mensajes difundidos / número de mensajes a difundir = % de avance en cierto momento del año.

En el caso del escenario PEF 2020-2021, que va del periodo de enero a junio de 2021, a continuación, se presenta el porcentaje de cumplimiento:



Al aplicar la fórmula establecida para este indicador el porcentaje de cumplimiento es de 116%, esto se debe a que del total de mensajes difundidos se incluyen aquellos que abordaron un tema diferente al planeado, así como los mensajes de carácter coyuntural que se produjeron como parte de la campaña de medidas sanitarias o para atender algún otro tema. En primer lugar, presentaremos el análisis de los mensajes que cambiaron su tema original por uno nuevo, el cual incluye una breve justificación sobre su utilidad y la necesidad de replantear su temática original.

Tabla 1. Temas que no se apegaron a lo planeado por atender una temática diferente o no se difundieron

No.	Tema original	Tema nuevo	Justificación
1	Ante los delitos electorales denuncia PEF 2020-2021	Protocolo sanitario en casillas Versión General	Dado que ya se contaba con materiales para TV y Radio, así como redes sociales sobre el tema original, se determinó, con base en el contexto de pandemia que vivimos, cambiar el sentido de la comunicación para atender la necesidad de informar las medidas sanitarias implementadas por el INE en cada una de las casillas que se instalarían a nivel nacional. En este caso se generaron piezas para radio y TV a fin de difundir el Protocolo de medidas sanitarias en casillas en su versión General, en donde se presentó de manera integral las principales acciones implementadas el día de la Jornada Electoral, así como la señalada en el Acuerdo INE/CG323/2021 del Consejo General por el que se estableció como medida extraordinaria y

Tabla 1. Temas que no se apegaron a lo planeado por atender una temática diferente o no se difundieron

No.	Tema original	Tema nuevo	Justificación
			temporal, a causa de la pandemia generada por la COVID-19, el uso obligatorio de cubrebocas dentro de la casilla el día de la Jornada Electoral. El objetivo principal de este mensaje fue dotar de certeza a todas las personas participantes en la Jornada Electoral, de estar en un ambiente de seguridad con el menor nivel de riesgo posible y salvaguardando en todo momento su derecho fundamental a la salud sin que ello le impida el ejercicio de sus derechos político-electorales. Su periodo de difusión se adelantó a partir del mes de marzo hasta el día de la Jornada Electoral.
2	Mi voto vale-PEF 2020-2021	Protocolo sanitario en casillas Versión Focalizado	A través de este material se logró explicar de manera focalizada las medidas del protocolo sanitario, los cuales fueron complementarios con la versión General. Tanto la versión General como la Focalizada se desarrollaron en un espacio blanco a fin de proyectar un sentido de asepsia, donde una CAE explicaba paso a paso cada una de las medidas presentadas. Su periodo de difusión se adelantó a partir del mes de marzo hasta el día de la Jornada Electoral.
3	Mi voto vale – en lenguas indígenas-PEF 2020-2021	Protocolo sanitario en casillas para radio versiones General y Focalizado en las lenguas español maya, náhuatl, tenek-huasteco y zapoteco.	Su realización en diferentes lenguas está relacionada con la penetración que se buscaba tener a un sector más amplio de la población, sobretodo en aquellas personas que hablan alguna lengua indígena, seleccionadas con base en la información del INALI, la cual indica que las lenguas seleccionadas son las cinco más habladas en el país. Su periodo de difusión se adelantó a partir del mes de marzo hasta el día de la Jornada Electoral.
4	Cadena de confianza	Representación Proporcional	En atención a la solicitud del Consejero Uuc-kib Espadas Ancona se incorporó a los objetivos de comunicación el tema de representación proporcional a fin de informar a la ciudadanía sobre el alcance de su voto, más allá de los tecnicismos electorales. Esta campaña planteó el empoderamiento ciudadano, a través de su voto, brindando

Tabla 1. Temas que no se apegaron a lo planeado por atender una temática diferente o no se difundieron

No.	Tema original	Tema nuevo	Justificación
			información detallada y lo más clara posible de un tema complejo como lo es la Representación Proporcional. Su periodo de difusión se ajustó para iniciar difusión a partir del mes de marzo hasta el día de la Jornada Electoral
5	¿Cómo se integra una mesa directiva de casilla?	Llamado al voto: Versión tinta indeleble no trasmite COVID	Bajo la esencia de la pedagogía electoral el tema original se ajustó a fin de informar a la ciudadanía el poder que tiene su voto y además dar a conocer que la tinta indeleble no era un transmisor de COVID. Su periodo de difusión fue el originalmente planeado, de abril a junio de 2021.
6	Corrección de datos personales	Atención en MAC sin cita	Derivado de una solicitud de difusión por parte de DERFE se cambio el tema y el periodo de difusión planeado a fin de informar a la ciudadanía que podían acudir a los Módulos de Atención Ciudadana sin cita para realizar diversos trámites relacionados con la credencial para votar. Su periodo de difusión se ajustó para difundirse a partir del mes de febrero y no de enero como estaba planeado originalmente.
7	Credenciales 2020 sirven para votar	Ampliación de vigencia credenciales 2019 y 2020	Derivado de una solicitud de difusión por parte de DERFE se cambio el tema y el periodo de difusión planeado a fin de informar a la ciudadanía la ampliación de vigencia de las credenciales 2019 y 2020, conforme las determinaciones del Consejo General en su Acuerdo INE/CG284/2020 a través del cual aprobó el 7 de septiembre de 2020, con motivo de la declaratoria de emergencia sanitaria por la pandemia del coronavirus, COVID-19, que las credenciales que perdían vigencia el 1 de enero de 2020 y no habían sido renovadas, continúen vigentes hasta el 6 de junio de 2021, así como mediante el Acuerdo INE/CG181/2020 aprobado el 30 de julio de 2020, en donde estableció que las credenciales para votar que pierden vigencia el 1 de enero de 2021, puedan ser utilizadas en las elecciones ordinarias o, en su caso, extraordinarias que se celebren con motivo de los procesos electorales federal y locales 2020-2021. Su periodo de difusión se adelantó, a partir de enero y hasta el mes de mayo.

Tabla 1. Temas que no se apegaron a lo planeado por atender una temática diferente o no se difundieron			
No.	Tema original	Tema nuevo	Justificación
8	Debates	N/A	Este mensaje logró fusionarse de manera estratégica con el de Plataformas electorales de los Partidos Políticos Nacionales para el PEF 2020-2021, a fin de informar a la ciudadanía sobre la plataforma de información y además difundir los debates que el INE realizó en el canal de INETV. El periodo de difusión se amplió de abril a junio 2021.
9	Voto informado	N/A	Este mensaje se logró fusionar de manera estratégica con el de Acceso a la información pública de las y los candidatos a puestos de elección popular durante el PEF 2020-2021. Su periodo de difusión se ajustó de abril a mayo.
9	Participación de niñas, niños y adolescentes	N/A	Este mensaje se tenía contemplado en la estrategia con la visión de difundir temas relacionados con la Consulta Infantil y Juvenil 2021 (CIJ 2021). Dado que la CIJ 2021 se llevará a cabo en una fecha distinta a la planeada en la Estrategia se reprogramó para los meses en que se llevará a cabo la CIJ 2021.

Como puede observarse en la tabla anterior, a partir de un replanteamiento de temáticas planeadas que no alteraron los objetivos de comunicación sino por el contrario los complementaron, se logró atender de manera oportuna las necesidades de difusión sobre las acciones implementadas por el Instituto Nacional Electoral ante la situación extraordinaria generada por la COVID-19 en el marco de las elecciones más grandes de la historia. Asimismo, también fue necesario incluir nuevos temas que más adelante se presentan a detalle.

Gracias a las medidas contenidas en el protocolo, fueron posible implementar acciones tendientes a proteger a la ciudadanía que participó ejerciendo su voto, a la que participó como parte del funcionariado de casilla, así como a las y los representantes de los partidos políticos y observadoras y observadores electorales que también contribuyeron con su participación el día de la Jornada Electoral. Esa información fue difundida en tiempo y forma, lo que pudo lograrse, al ajustar también el periodo de difusión planeado conforme se señaló en la tabla anterior.

En este sentido, cabe señalar que los temas de credencialización de la tabla anterior, más allá de cambiar su temática, está se amplió a fin de abarcar las acciones aprobadas por el INE sobre los trámites registrales frente a la contingencia sanitaria.

Ahora bien, además del replanteamiento de temas ya mencionado fue necesario generar temas nuevos, que no fueron contemplados en la Estrategia, pero que permitieron responder al contexto de coyuntura. Estos temas forman parte de la campaña unitaria que se tiene prevista en la propia Estrategia⁵ y su naturaleza es justamente la de responder ante situaciones de carácter coyuntural bajo el principio de máxima publicidad hacia la ciudadanía.

A continuación, se enumeran los nuevos temas difundidos y se presenta el objetivo de comunicación de cada mensaje, a fin de informar sobre la importancia de su producción.

Tabla 2. Mensajes de coyuntura realizados			
No.	Medio	Tema	Objetivo de comunicación
1	TV/Radio	ABC del día de la Jornada Electoral	Informar, en primer lugar, el horario en que las casillas estarían abiertas y en segundo lugar dar a conocer a la ciudadanía que todas las personas formadas en la fila a las 6 de la tarde, horario de cierre, podrán votar. Además de reforzar visualmente el contexto de asepsia en las casillas gracias a la implementación de protocolos sanitarios por parte del INE.
2	TV/Radio/DIGITAL	Cómo votar válidamente PEF 2020-2021	Explicar cómo votar por las y los candidatos propuestos por los partidos políticos y por las coaliciones a fin de que la ciudadanía conozca la manera en la que deben marcar la papeleta electoral para que su voto sea válido.
4	TV/Radio	Promoción de la participación política de las personas con discapacidad y personas trans	Informar que el INE cuenta con protocolos para que ninguna persona sea discriminada y nada impida su voto. Mostrar que en las elecciones las voces y el voto de todas y todos cuenta.
5	DIGITAL	Conoce a INÉS, Chatbot WhatsApp	Dar a conocer y promover la utilización de la asistente virtual INÉS en la plataforma WhatsApp.

⁵ En caso de situaciones extraordinarias, las temáticas a difundir se atenderán de acuerdo con las campañas reactivas que se generan mediante una campaña denominada Unitaria, que responderán a temas específicos de atención inmediata los cuales pueden derivar de Acuerdos del Consejo General, acatamiento a Resoluciones del Tribunal Electoral del Poder Judicial de la Federación, solicitudes de la Comisión de Capacitación Electoral y Educación Cívica, coproducciones con instituciones defensoras de los Derechos Humanos, impulsores de la cultura cívica, igualdad de género y no discriminación, instituciones académicas, y/o casos fortuitos que determinen acciones de el Instituto a difundir e informar, bajo el principio de máxima publicidad hacia la ciudadanía.

Tabla 2. Mensajes de coyuntura realizados

No.	Medio	Tema	Objetivo de comunicación
6	DIGITAL	Derecho a la identidad	Informar a la ciudadanía suspendida en sus derechos políticos que la Credencial de Elector conserva validez como identificación oficial.
7	DIGITAL	Horarios de casilla	Brindar a la ciudadanía información relativa al horario en el que podrían acudir a emitir su voto el día de la jornada electoral.
8	DIGITAL	No hay Fraude	Brindar a la ciudadanía certeza y confianza en todo el proceso comicial y en los resultados derivados del mismo.
9	DIGITAL	Periodo de reflexión	Proporcionar a la ciudadanía elementos para la reflexión y emisión consciente de su voto.
10	DIGITAL	Votar es Seguro	Hacer un llamado a la participación ciudadana en los comicios y fortalecer el mensaje de que en todo momento el Instituto trabajaba para que se atendieran las recomendaciones en materia sanitaria.
11	DIGITAL	La voz del voto/URNA (llamado al voto)	Sensibilizar a la ciudadanía en torno a la importancia de la emisión de su voto.
12	DIGITAL	Voto sale y vale	Concientizar a la ciudadanía de la importancia de participar en el Proceso Electoral Federal de 2021.

Con la información presentada se da cuenta que, si bien se planearon 56 mensajes para difundir en el periodo de enero a junio de 2021, luego del replanteamiento estratégico realizado para amplificar la difusión de los protocolos sanitarios, se difundieron 53 ya que el relativo al tema de la Participación de niñas, niños y adolescentes se reprogramó para su difusión en el marco del desarrollo de la Consulta Infantil y Juvenil 2021 y 4 mensajes, cuyos contenidos eran afines, se fusionaron, quedando sólo dos.

7. INDICADOR DE PORCENTAJE DE MENSAJES DIFUNDIDOS EN EL TIEMPO ESTABLECIDO

La Estrategia establece el número de mensajes a difundir, así como la temporalidad de cada uno de éstos. El desempeño de este indicador se considera como positivo cuando se cumple en por lo menos un 90%, lo cual indica el avance adecuado de la serie de procesos que se requieren para llevar a cabo la difusión de los mensajes: desde la planificación de las campañas, la producción de materiales, las aprobaciones de éstos y su difusión, ya sea orgánica o pautada.

A continuación, tomando como base los 53 temas correspondientes a los reportados en el indicador 1, se presentan los mensajes del PEF 2020-2021 y su respectivo desempeño en términos de temporalidad, cabe señalar que el criterio general para considerar que el cumplimiento de un mensaje es del 100%, es que éste se haya difundido de forma íntegra desde su mes inicial hasta su mes final de difusión planeados (Tabla 3).

Tabla 3. Mensajes y cumplimiento del indicador de temporalidad				
No.	Tema	Periodo de difusión planeado	Periodo de difusión real	% de cumplimiento de temporalidad
1	Convocatoria observadora y observador electoral-PEF 2020-2021	Ene-abr 2021	Ene-abr 2021	100%
2	Primera etapa de capacitación electoral-Recibe a la o el CAE-PEF 2020-2021	Feb-mar 2021	Feb-mar 2021	100%
3	Segunda etapa de capacitación- Funcionaria y funcionario de casilla asiste a la Jornada Electoral-PEF 2020-2021	May-jun 2021	Abr-jun 2021	100%
4	¿Qué son y cómo se denuncian los delitos electorales?	Feb-jun 2021	Mar-jun 2021	75%
5	Primeros/as votantes	Ene-jun 2021	Ene-jun 2021	100%
6	Revisión de la Lista Nominal de electores	Feb-abr 2021	Feb-abr 2021	100%
7	El voto electrónico-PEF 2020-2021	Feb-jun 2021	Feb 2021, May-jun 2021	60%
8	Vota el 6 de junio-PEF 2020-2021	Abr-jun 2021	Abr-jun 2021	100%
9	Instrucciones para ubicar la casilla-PEF 2020-2021	May-jun 2021	May-jun 2021	100%

Tabla 3. Mensajes y cumplimiento del indicador de temporalidad

No.	Tema	Periodo de difusión planeado	Periodo de difusión real	% de cumplimiento de temporalidad
10	Registro de manifestación de la intención del voto de mexicanas y mexicanos residentes en el extranjero	Ene-mar 2021	Ene-mar 2021	100%
11	Ejercicio del voto de mexicanas y mexicanos en el extranjero-PEF 2020-2021	Abr-jun 2021	Abr-jun 2021	100%
12	Vota desde el extranjero-PEF 2020-2021	May-jul 2021	May-jun 2021	100%
13	Reconocimiento a la participación de mexicanas y mexicanos residentes en el extranjero-PEF 2020-2021	Jun-21	Jun-21	100%
14	Reconocimiento a la participación ciudadana en el PEF 2020-2021	Jun-21	Jun-21	100%
15	Participación y diversidad (personas de la diversidad sexual, personas con discapacidad, indígenas)	Ene-may 2021	Ene-may 2021	100%
16	Participación Política de las Mujeres	Ene-may 2021	Ene-may 2021	100%
17	Conoce la ENCCÍVICA	Ene-mar 2021	Ene-mar 2021	100%
18	Sinergia electoral: el papel de los actores	Feb-mar 2021	Feb-jun 2021	100%
19	¿Cómo se eligen a las y los funcionarios de casilla?	Feb-abr 2021	Mar-may 2021	67%
20	¿Cómo se integra una Mesa Directiva de Casilla?	Abr-jun 2021	Abr-jun 2021	100%
21	¿Cuál es la diferencia entre Conteo Rápido PREP y Cómputo Distrital?	May-jun 2021	May-jun 2021	100%
22	El reconocimiento de Derechos Humanos en favor de las mujeres en el ámbito político	Ene-feb 2021	Ene-feb 2021	100%

Tabla 3. Mensajes y cumplimiento del indicador de temporalidad

No.	Tema	Periodo de difusión planeado	Periodo de difusión real	% de cumplimiento de temporalidad
23	Distribución de competencias en materia de prevención, atención, sanción y erradicación de la violencia contra las mujeres	Ene-feb 2021	Ene-feb 2021	100%
24	Catálogo de conductas y sanciones por violencia política contra las mujeres en razón de género	Mar-may 2021	May-jun 2021	33%
25	Tipos de violencia en contra de las mujeres en el ejercicio de sus derechos políticos	Mar-may 2021	Mar-may 2021	100%
26	Inscripción al Padrón/ Fecha límite	Ene-21	Ene-21	100%
27	Actualización de domicilio	Ene-21	Ene-21	100%
28	Credencialización de mexicanos/as residentes en el extranjero	Ene-feb 2021	Ene-feb 2021	100%
29	Atención a grupos vulnerables en MAC'S	Ene-abr 2021	Ene-mar 2021	75%
30	Fecha límite Reposición de credenciales por robo o extravío	Ene-21	Ene-21	100%
31	Entrega de Credenciales	Ene 2021 y mar 2021	Ene-Abril 2021	100%
32	Fecha límite de entrega de Credenciales	Ene-abr 2021	Ene-abr 2021	100%
33	Artículo 155 LEGIPE	Feb-mar 2021	Ene-feb 2021	67%
34	Reimpresión de Credenciales / Fecha límite para solicitar reimpresión	Feb-may 2021	Ene-may 2021	100%
35	Verificación Nacional Muestral	Feb-mar 2021	Ene-feb 2021	50%
36	Entrega de Credenciales por reimpresión /Fecha Límite para entrega de credenciales por reimpresión	Abr-may 2021	Abr-jun 2021	100%
37	Reapertura de MAC	Jun-21	Jun-21	100%

Tabla 3. Mensajes y cumplimiento del indicador de temporalidad				
No.	Tema	Periodo de difusión planeado	Periodo de difusión real	% de cumplimiento de temporalidad
38	El valor de la INE 2020-2021	Ene-may 2021	Ene-jun 2021	100%
39	Alfabetización Digital 2020	Ene-jun 2021	Ene-jun 2021	100%
40	Millones de votos contados por la ciudadanía: estamos listos	Abr-jun 2021	May-jun 2021	67%
41	Registro Nacional de Proveedores 2020-2021	Ene-may 2021	Ene-abr 2021	80%
42	Monitoreo de las transmisiones sobre las precampañas y campañas electorales en los programas de radio y televisión que difundan noticias durante el PEF 2020-2021	Ene-abr 2021	Ene-jun 2021	100%
43	Refrendo del RNP 2021-2022	Ene-feb 2021	Ene-feb 2021	100%

En el caso de los temas cuyo periodo de difusión se ajustó a fin de adelantar su difusión o adecuarla a las necesidades de difusión, se presenta en la siguiente tabla la temporalidad original, el ajuste planteado y la difusión real.

Tabla 4. Mensajes que modificaron su periodo de temporalidad por cuestiones estratégicas					
No.	Tema planeado/tema replanteado.	Periodo de difusión planeado	Periodo de difusión reprogramado	Periodo de difusión real	% de cumplimiento de temporalidad
44	Credenciales 2020 sirven para votar/ Ampliación de vigencia credenciales 2019 y 2020	Feb-jun 2021	Ene-may 2021	Ene-may 2021	100%

Tabla 4. Mensajes que modificaron su periodo de temporalidad por cuestiones estratégicas

No.	Tema planeado/tema replanteado.	Periodo de difusión planeado	Periodo de difusión reprogramado	Periodo de difusión real	% de cumplimiento de temporalidad
45	Ante los delitos electorales denuncia PEF 2020-2021/ Protocolo sanitario en casillas, versión General	Abr-jun 2021	Mar-jun 2021	Mar-jun 2021	100%
46	Mi voto vale-PEF 2020-2021/ Protocolo sanitario en casillas, versión Focalizado	Abr-jun 2021	Mar-jun 2021	Mar-jun 2021	100%
47	Mi voto vale – en lenguas indígenas-PEF 2020-2021 / Protocolo sanitario en casillas para radio versiones General y Focalizado en las lenguas español maya, náhuatl, tenek-huasteco y zapoteco.	Abr-jun 2021	Mar-jun 2021	Mar-jun 2021	100%
48	Debates fusión con el tema Plataformas electorales de los Partidos Políticos Nacionales para el PEF 2020-2021	Abr-may 2021	Abr-jun 2021	Abr-jun 2021	100%
49	Cadena de confianza/ Representación Proporcional	Feb-Jun 2021	Mar-jun 2021	Mar-jun 2021	100%
50	Corrección de datos personales/ Atención en MAC sin cita	Ene 2021	Feb 2021	Feb 2021	100%
51	El valor de trabajar juntos	Ene-may 2021	May-jun 2021	May-jun 2022	100%
52	Voto informado-se fusionó con el tema de Acceso a la información pública de las y los candidatos a puestos de elección popular durante el PEF 2020-2021	Feb-may 2021	Abr-jun 2021	Abr-jun 2021	100%

Tabla 4. Mensajes que modificaron su periodo de temporalidad por cuestiones estratégicas

No.	Tema planeado/tema replanteado.	Periodo de difusión planeado	Periodo de difusión reprogramado	Periodo de difusión real	% de cumplimiento de temporalidad
53	La Justicia Electoral con perspectiva de género ⁶	Mar-may 2021	May-sep 2021	May-jun ⁷ 2021	100%

Es importante señalar que todos los ajustes en los periodos de difusión obedecieron a situaciones coyunturales, acciones estratégicas o derivadas de acuerdos aprobados por el INE, en el contexto de la pandemia. En este sentido, el ajuste en los temas relativos a difundir el Protocolo de atención sanitaria y protección a la salud en casillas únicas y el Acuerdo INE/CG323/2021 relativo al uso obligatorio de cubrebocas para la ciudadanía en casilla, fue para adelantar dicha información.

La modificación en los periodos de difusión de los temas relativos a la credencialización derivó de solicitudes hechas por la Dirección Ejecutiva del Registro Federal de Electores (DERFE), en atención a las acciones implementadas por el INE con el objetivo de mejorar la atención que se brinda a la ciudadanía en un contexto de alta demanda de servicios y de aplicación de estrictos protocolos sanitarios por la pandemia generada por la COVID-19. En este mismo sentido, para atender la solicitud de la oficina del consejero, Dr. Uuc-kib Espadas Ancona, el mensaje de Representación proporcional se ajustó debido al tiempo del proceso que llevó generar una campaña integral sobre el tema.

La fusión estratégica de temas coincidentes obedeció a situaciones coyunturales por lo que se tuvieron que ajustar los periodos de difusión de los temas de Debates y la invitación a consultar las Plataformas Electorales de los Partidos Políticos Nacionales para el PEF 2020-2021, donde se consideró necesario recorrer la difusión hasta el día de la Jornada Electoral. En el caso de los temas de Voto informado y el Acceso a la información pública de las y los candidatos a puestos de elección popular durante el PEF 2020-2021, fue necesario replantear el periodo de difusión para dar a conocer la plataforma “Candidatas y candidatos: Conóceles”, cuya publicación en la pagina de Internet inició el 4 de abril de 2021.

⁶ Este mensaje se difundirá hasta septiembre de 2021, con el objetivo de posicionar la Guía para la prevención, atención, sanción y reparación integral de la violencia política contra las mujeres en razón de género del Instituto Nacional Electoral entre la ciudadanía.

⁷ Para efecto del presente informe se reporta la difusión hasta el mes de junio, aunque esté programada hasta el mes de septiembre.

De forma estratégica se ajustaron los periodos de difusión de dos temas: el primero relativo al mensaje denominado “El valor de trabajar juntos” que, si bien se había planeado a partir de enero, se consideró difundir en la última etapa del proceso electoral para reforzar el empoderamiento de la ciudadanía al involucrarse de manera directa en la organización de las elecciones, con el acompañamiento del INE.

Asimismo, para el tema de “La Justicia Electoral con perspectiva de género”, se recorrió su difusión a fin de informar a la ciudadanía sobre la “Guía para la prevención, atención, sanción y reparación integral de la violencia política contra las mujeres en razón de género” del Instituto Nacional Electoral, no sólo durante el PEF 2020-2021, sino abarcar los meses posteriores a junio, al ser un tema de relevancia para la agenda del Instituto.

En lo referente a la difusión digital de materiales relacionados con la subcampaña “Sensibilización de la violencia política contra las mujeres en razón de género”, es importante señalar que en aras de atender a sus objetivos de comunicación se tomó la decisión de generar materiales que fueron etiquetados como “Participación Política de las Mujeres” y que se difundieron tanto con pauta orgánica en redes sociales, así como con inserciones en medios digitales especializados desde el mes de febrero y hasta abril de 2021, los cuales contenían información relativa a las siguientes versiones: Justicia electoral con perspectiva de género, Catálogo de conductas y sanciones por violencia política contra las mujeres en razón de género y Tipos de violencia en contra de las mujeres en el ejercicio de sus derechos políticos, que de acuerdo con la estrategia debían iniciar desde marzo, es decir, bajo el tema de Participación Política de las Mujeres; no obstante, la difusión de estos iniciaron un mes antes de lo planeado.

Sin embargo, en el marco de la preparación para la Jornada electoral del 6 de junio y para responder al objetivo de reforzar la comunicación relativa a los procesos electorales, en el mes de mayo se pautaron de manera orgánica en redes sociales directa e individualmente cada una de las versiones de esta subcampaña.

A partir de la información anterior, tomamos el total de los porcentajes de cumplimiento de cada uno de los mensajes para construir un indicador global y obtuvimos el siguiente desempeño, 92% considerando los porcentajes de cumplimiento de las tablas 3 y 4. Este desempeño se encuentra dentro del parámetro considerado como satisfactorio y está alineado a la realidad, ya que da cuenta del avance ininterrumpido y constante de las Campañas Institucionales y sus mensajes, puesto que realizar éstos últimos en los tiempos establecidos es de carácter vital para que con apego a la máxima publicidad se brinde información útil, certera y oportuna a la ciudadanía en torno a los temas que son materia del Instituto.

8. INDICADOR DE MENSAJES PAUTADOS EN LOS ESPACIOS QUE CORRESPONDEN AL INE

Con base en los artículos 41, BASE III Apartado A de la CPEUM; 30, Numeral 1 inciso h y 160 de la LGIPE; y 7, Numeral 3 del Reglamento de Radio y TV en Materia Electoral (RRTME), así como el artículo 49, inciso k, del RIINE, la DECEyEC realiza los materiales audiovisuales correspondientes a la Campaña Institucional y colabora con la DEPPP para el envío de éstos y se realice la difusión oportuna en los espacios destinados al Instituto.

En este sentido, el INE cumple con utilizar cada uno de los espacios disponibles por lo que se pauta en el 100% de los espacios que le corresponden como Autoridad Electoral. A continuación, se muestra el detalle de los espacios pautados por esta Autoridad Electoral:

Espacios asignados al INE en Radio	Espacios asignados al INE en TV	Total espacios asignados para el INE	Espacios pautados por el INE	Porcentaje de espacios pautados por el INE
5,832,406	4,223,028	10,055,434	10,055,434	100%

Fuente: Información proporcionada por la DEPPP.

Este número de espacios asignados al INE corresponde al periodo del 1 de enero al 30 de junio de 2021, periodo durante el cual se presentaron diversas actualizaciones al catálogo de emisoras, las cuales se enlistan a continuación:

Actualización del Catálogo de Emisoras 2021	Mes en el que se presentó ante CRT	Total Emisoras de Radio	Total de Emisoras de TV	Total de Emisoras	Periodo de actualización
Primera actualización	Enero	2,063	1,373	3,436	11 de diciembre al 18 de enero de 2021
Segunda actualización	Febrero	2,082	1,387	3,469	19 de enero al 18 de febrero de 2021
Tercera actualización	Marzo	2,081	1,390	3,471	19 de febrero al 17 de marzo de 2021
Cuarta actualización	Abril	2,089	1,394	3,483	18 de marzo al 22 de abril de 2021
Quinta actualización	Mayo	2,091	1,394	3,485	23 de abril al 21 de mayo 2021
Sexta actualización	Junio	2,096	1,394	3,490	22 de mayo al 17 de junio 2021

Fuente: Información proporcionada por la DEPPP.

9. INDICADOR DEL PORCENTAJE DE MENSAJES DEL INE TRANSMITIDOS EN LOS CONCESIONARIOS DE RADIO Y TELEVISIÓN

Con base en lo establecido en el artículo 55, incisos g) y h) de la LGIPE, así como en el artículo 46, inciso h) del Reglamento Interior del Instituto Nacional Electoral, la DEPPP es la encargada de reportar el cumplimiento de la pauta ordenada con base en el monitoreo de las transmisiones en radio y televisión a nivel nacional.

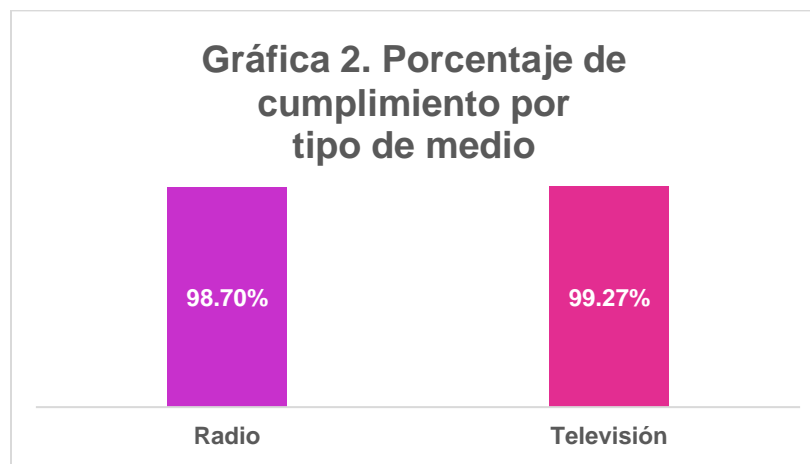
En este sentido, se presenta el detalle de la transmisión de los temas difundidos a nivel nacional en radio y televisión del 1 de enero al 30 de junio de 2021, de acuerdo con los reportes de monitoreo compartidos por la DEPPP.

En el indicador anterior se señala que los espacios disponibles para el INE en el periodo reportado son 10 millones 55 mil 434 en el total de emisoras pautadas por el Instituto, mientras que en este indicador se proporciona la información referente a los espacios de las emisoras monitoreadas por el INE, ya que no todas las emisoras donde se pautan los materiales son monitoreadas por el Instituto, por tal razón el número de espacios entre el indicador anterior y éste presenta una variación.

Bajo este contexto, una vez concluido el ciclo de monitoreo por parte del área correspondiente, se pautaron 5 millones 700 mil 127 spots, en las emisoras que monitorea el INE, de los cuales fueron verificados 5 millones 448 mil 167 y transmitidos 5 millones 387 mil 816 spots (3 millones 553 mil 838 en radio y 1 millón 833 mil 978 en televisión), por lo que el porcentaje de cumplimiento general de los temas difundidos por las emisoras monitoreadas por el INE, en el periodo reportado asciende a 98.89%. La fórmula para obtener el porcentaje es:

$$\text{Materiales} \frac{\text{transmitidos}}{\text{verificados}} * 100$$

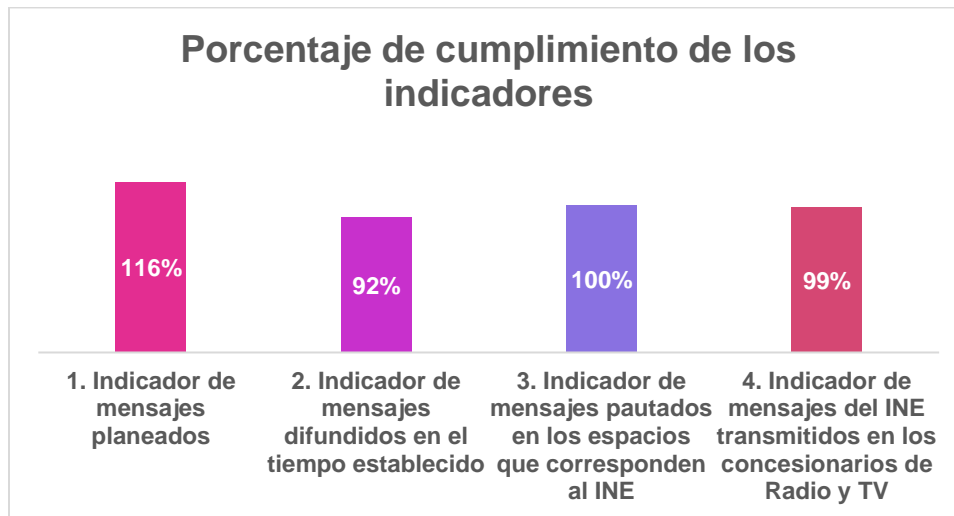
A continuación, se muestra el detalle del cumplimiento en la transmisión de los spots del INE:



Tipo de medio	Pautados	No verificados	Verificados	No transmitidos	Transmitidos	% Cumplimiento	% Incumplimiento
Radio	3,656,433	55,782	3,600,651	46,813	3,553,838	98.70%	1.30%
Televisión	2,043,694	196,178	1,847,516	13,538	1,833,978	99.27%	0.73%
Total	5,700,127	251,960	5,448,167	60,351	5,387,816	98.89%	1.11%

10. CONCLUSIONES

Una vez consolidados los datos sobre el cumplimiento de los indicadores, lo que puede observarse es que la instrumentación de la Estrategia presenta un avance satisfactorio conforme lo siguiente:

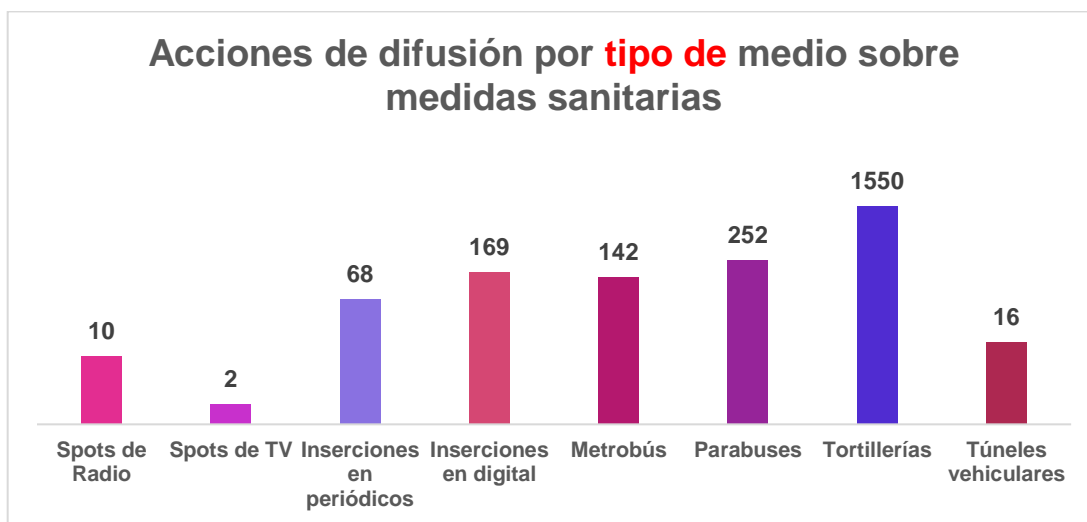


En el contexto donde se organizaron las elecciones más grandes de la historia del país, es decir, en medio de la contingencia sanitaria generada por la COVID-19, los órganos directivos del Instituto con base en la experiencia de los PEL 2019-2021 fueron tomando una serie de decisiones relacionadas con promover la participación ciudadana en el proceso electoral, en un ambiente de confianza que redujera el riesgo de contagios para la ciudadanía que participara en la organización como parte del funcionariado, así como acudiendo a votar, pero también de las demás personas integrantes de la casilla como son: las y los representantes de los partidos políticos y candidaturas independientes y las observadoras y observadores electorales.

Gracias a la planeación que se construyó dentro de la Estrategia desde 2019 con los mensajes y sus respectivos periodos de difusión para el PEF 2020-2021, la cual contempló la posibilidad de dar cabida a la generación de mensajes no previstos para atender situaciones de carácter coyuntural, fue posible que la implementación de las Campañas Institucionales avanzara de forma ininterrumpida, constante y con homogeneidad narrativa, justamente el desempeño mostrado por cada uno de los indicadores da cuenta de ello.

Es de resaltar que haber construido una campaña específica que hablara sobre medidas sanitarias, que contara con una densidad propia y que tuviera como eje articulador salvaguardar la salud de la ciudadanía que acudiera a ejercer sus derechos políticos el día de la Jornada Electoral, representa un hito en la comunicación del Instituto, pues si bien ya se habían realizado mensajes que

difundieron información sobre medidas sanitarias para los PEL 2019-2020, esta nueva campaña destaca, en primer lugar, por el enfoque de pedagogía pública con que se construyeron los mensajes, que mediante un lenguaje con tono informativo y comprensivo buscaba imprimir una voluntad informativa y formativa inscrita en la educación cívica que dotara a la ciudadanía de los elementos necesarios para cuidar de su salud y también para fomentar su participación en las elecciones más grandes de la historia del país, y, en segundo lugar, por la amplitud de la campaña que contó entre sus materiales con: spots de radio y televisión, inserciones en periódicos y en digital, así como con espacios en medios exteriores⁸:



En total, las acciones de difusión para difundir el tema de medidas sanitarias sumaron más de 2 mil, este reforzamiento tuvo como principal objetivo dar certeza a la ciudadanía mediante la comunicación, de que la casilla donde ejercerían su voto era un espacio seguro, esta forma de comunicar fue crucial para el Instituto en el marco de las elecciones más grandes de la historia, las cuales pueden entenderse así por la magnitud de sus dimensiones, es decir, la organización de elecciones federales y locales en las 32 entidades del país, la renovación de más de 21 mil cargos públicos, así como el tamaño de la Lista Nominal, pues estaban llamados a votar más de 93 millones de mexicanas y mexicanos.

Para finalizar, en concordancia con el principio de máxima publicidad y con la función estatal que lleva a cabo el INE como organizador de las elecciones, los mensajes a través de su diseño y lenguaje, claro, sencillo y preciso buscaron anticiparse a la conjugación de dos variables que podían influir negativamente en la afluencia de la ciudadanía a las elecciones, por un lado, los bajos índices que

⁸ Las acciones en medios exteriores no forman parte de la Estrategia de Difusión 2020-2021 ni de sus indicadores, sin embargo, se da cuenta de ellas con fines informativos.

se registran de forma histórica durante las elecciones intermedias, por el otro, el influjo ejercido por la pandemia como generador de desconfianza por el temor de las personas a contagiarse por el virus SARS-CoV-2.

11. ANEXO

Radio y Televisión.

Medio / Campaña / Subcampaña / Tema	Pautados	No verificados	Verificados	No transmitidos	Transmitidos	% Cumplimiento	% Incumplimiento
Radio	3,656,433	55,782	3,600,651	46,813	3,553,838	98.70%	1.30%
Credencialización	731,595	10,059	721,536	8,922	712,614	98.76%	1.24%
Campaña Anual Intensa	335,298	4,412	330,886	3,913	326,973	98.82%	1.18%
Actualización de domicilio	61,684	567	61,117	656	60,461	98.93%	1.07%
Credencialización de mexicanos/as residentes en el extranjero	62,273	571	61,702	679	61,023	98.90%	1.10%
Entrega de Credenciales	151,372	2,682	148,690	1,916	146,774	98.71%	1.29%
Inscripción al Padrón/Fecha límite	59,969	592	59,377	662	58,715	98.89%	1.11%
Campaña de Actualización Permanente	67,912	465	67,447	738	66,709	98.91%	1.09%
Fecha límite para trámites registrales	67,912	465	67,447	738	66,709	98.91%	1.09%
Proceso Electoral Federal 2020-2021	328,385	5,182	323,203	4,271	318,932	98.68%	1.32%
Artículo 155 LEGIPE	146,083	2,481	143,602	1,851	141,751	98.71%	1.29%
Entrega de Credenciales por reimpresión / Fecha Límite para entrega de Credenciales por reimpresión	9,219	158	9,061	108	8,953	98.81%	1.19%
Reimpresión de Credenciales/Fecha límite para solicitar reimpresión	173,083	2,543	170,540	2,312	168,228	98.64%	1.36%
Fortalecimiento de la Cultura Cívica	725,126	10,357	714,769	9,038	705,731	98.74%	1.26%
Construcción de Ciudadanía	89,678	1,543	88,135	1,110	87,025	98.74%	1.26%
Conoce la ENCCÍVICA Versión Parlamento Virtual de Niñas y Niños de México 2020	71,808	1,214	70,594	886	69,708	98.74%	1.26%

Medio / Campaña / Subcampaña / Tema	Pautados	No verificados	Verificados	No transmitidos	Transmitidos	% Cumplimiento	% Incumplimiento
Plataformas electorales de los Partidos Políticos Nacionales para el PEF 2020-2021	17,870	329	17,541	224	17,317	98.72%	1.28%
Participación Democrática	200,324	2,932	197,392	2,437	194,955	98.77%	1.23%
Participación Política de las Mujeres	87,897	1,318	86,579	1,036	85,543	98.80%	1.20%
Participación y diversidad (personas de la diversidad sexual, personas con discapacidad, indígenas)	112,427	1,614	110,813	1,401	109,412	98.74%	1.26%
Pedagogía Electoral	191,717	2,516	189,201	2,596	186,605	98.63%	1.37%
¿Cómo se eligen a las y los funcionarios de casilla?	51,955	546	51,409	625	50,784	98.78%	1.22%
¿Cuál es la diferencia entre Conteo Rápido, PREP y Cómputo Distrital?	30,175	573	29,602	645	28,957	97.82%	2.18%
Sinergia electoral: el papel de los actores	109,587	1,397	108,190	1,326	106,864	98.77%	1.23%
Sensibilización de la violencia política contra las mujeres en razón de género	243,407	3,366	240,041	2,895	237,146	98.79%	1.21%
Distribución de competencias en materia de prevención, atención, sanción y erradicación de la violencia contra las mujeres	91,130	1,384	89,746	1,041	88,705	98.84%	1.16%
El reconocimiento de Derechos Humanos en favor de las mujeres en el ámbito político	100,840	1,459	99,381	1,177	98,204	98.82%	1.18%
La Justicia Electoral con perspectiva de género	51,437	523	50,914	677	50,237	98.67%	1.33%
Promoción de la Participación Ciudadana en los Procesos Electorales	783,697	13,082	770,615	10,317	760,298	98.66%	1.34%
Convocatorias Ciudadanas en Procesos Electorales	288,055	4,791	283,264	3,651	279,613	98.71%	1.29%

Medio / Campaña / Subcampaña / Tema	Pautados	No verificados	Verificados	No transmitidos	Transmitidos	% Cumplimiento	% Incumplimiento
Convocatoria observador/a electoral PEF 20-21	110,148	1,622	108,526	1,288	107,238	98.81%	1.19%
Primera etapa de capacitación electoral- Recibe al CAE- PEF 2020-2021	152,323	2,770	149,553	2,036	147,517	98.64%	1.36%
Segunda etapa de capacitación - Funcionaria y funcionario de casilla, asiste a la Jornada Electoral - PEF 2020-2021	25,584	399	25,185	327	24,858	98.70%	1.30%
Delitos Electorales/Compra y Coacción	86,783	1,336	85,447	1,232	84,215	98.56%	1.44%
¿Qué son y cómo se denuncian los delitos electorales?	86,783	1,336	85,447	1,232	84,215	98.56%	1.44%
Llamado al Voto	369,536	6,544	362,992	4,876	358,116	98.66%	1.34%
Instrucciones para ubicar la casilla PEF2020-2021	26,433	605	25,828	367	25,461	98.58%	1.42%
Primeros/as Votantes	132,549	2,377	130,172	1,673	128,499	98.71%	1.29%
Revisión de la Lista Nominal de Electores	99,932	1,182	98,750	1,334	97,416	98.65%	1.35%
Vota el 6 de junio PEF 2020-2021 (Dedo entintado)	37,200	844	36,356	510	35,846	98.60%	1.40%
Vota el 6 de junio PEF 2020-2021 (Monólogo)	31,172	662	30,510	434	30,076	98.58%	1.42%
Vota el 6 de junio PEF 2020-2021 (Reflexión)	11,519	347	11,172	185	10,987	98.34%	1.66%
Voto informado-PEF 2020-2021	30,731	527	30,204	373	29,831	98.77%	1.23%
Reconocimiento a la Participación Ciudadana	36,573	368	36,205	523	35,682	98.56%	1.44%
Reconocimiento a la participación ciudadana en el PEF 2020 2021	36,573	368	36,205	523	35,682	98.56%	1.44%
Voto de Mexicanas y Mexicanos Residentes en el Extranjero	2,750	43	2,707	35	2,672	98.71%	1.29%
Ejercicio del voto de mexicanas y mexicanos en el extranjero PEF 2020-	2,750	43	2,707	35	2,672	98.71%	1.29%

Medio / Campaña / Subcampaña / Tema	Pautados	No verificados	Verificados	No transmitidos	Transmitidos	% Cumplimiento	% Incumplimiento
2021							
Unitaria	683,270	11,668	671,602	9,261	662,341	98.62%	1.38%
Coyuntura	683,270	11,668	671,602	9,261	662,341	98.62%	1.38%
¿Cómo votar válidamente?	18,206	408	17,798	252	17,546	98.58%	1.42%
ABC del día de la JE	6,082	129	5,953	95	5,858	98.40%	1.60%
Ampliación de vigencia de las CPV 2019 y 2020	218,390	3,551	214,839	2,627	212,212	98.78%	1.22%
Atención en MAC sin cita	48,101	650	47,451	584	46,867	98.77%	1.23%
Personas formadas en casilla	22,399	573	21,826	352	21,474	98.39%	1.61%
Promoción de la participación política de las personas con discapacidad / personas trans	19,934	450	19,484	261	19,223	98.66%	1.34%
Protocolo Sanitario en Casillas (Focalizado Maya)	1,624	6	1,618	38	1,580	97.65%	2.35%
Protocolo Sanitario en Casillas (Focalizado Náhuatl)	15,468	430	15,038	266	14,772	98.23%	1.77%
Protocolo Sanitario en Casillas (Focalizado Tenek-Huasteco)	3,514	110	3,404	74	3,330	97.83%	2.17%
Protocolo Sanitario en Casillas (Focalizado Zapoteco)	1,933	11	1,922	50	1,872	97.40%	2.60%
Protocolo Sanitario en Casillas (Focalizado)	102,625	1,707	100,918	1,343	99,575	98.67%	1.33%
Protocolo Sanitario en Casillas (General Maya)	1,479	4	1,475	37	1,438	97.49%	2.51%
Protocolo Sanitario en Casillas (General Náhuatl)	15,098	391	14,707	256	14,451	98.26%	1.74%
Protocolo Sanitario en Casillas (General Tenek-Huasteco)	3,371	73	3,298	65	3,233	98.03%	1.97%
Protocolo Sanitario en Casillas (General Zapoteco)	1,686	22	1,664	40	1,624	97.60%	2.40%
Protocolo Sanitario en Casillas (General)	89,660	1,520	88,140	1,414	86,726	98.40%	1.60%
Representación Proporcional	113,700	1,633	112,067	1,507	110,560	98.66%	1.34%
Valor Institucional	732,745	10,616	722,129	9,275	712,854	98.72%	1.28%

Medio / Campaña / Subcampaña / Tema	Pautados	No verificados	Verificados	No transmitidos	Transmitidos	% Cumplimiento	% Incumplimiento
Contribución	278,171	3,715	274,456	3,462	270,994	98.74%	1.26%
Monitoreo de las transmisiones sobre las precampañas y campañas electorales en los programas de radio y televisión que difundan noticias durante el PEF 2020-2021. Versión Precampaña	116,910	1,635	115,275	1,478	113,797	98.72%	1.28%
Monitoreo de las transmisiones sobre las precampañas y campañas electorales en los programas de radio y televisión que difundan noticias durante el PEF 2020-2021. Versión Campaña	30,316	459	29,857	418	29,439	98.60%	1.40%
Registro Nacional de Proveedores	94,973	1,442	93,531	1,157	92,374	98.76%	1.24%
Uso de tecnología para respaldar una candidatura independiente PEF 2020-2021	35,972	179	35,793	409	35,384	98.86%	1.14%
Identidad	454,574	6,901	447,673	5,813	441,860	98.70%	1.30%
Alfabetización Digital 2020	150,139	2,300	147,839	1,917	145,922	98.70%	1.30%
El valor de la INE 2020-2021	206,547	3,244	203,303	2,501	200,802	98.77%	1.23%
El valor de trabajar juntos	12,687	231	12,456	195	12,261	98.43%	1.57%
Millones de votos contados por la ciudadanía: estamos listos	37,913	780	37,133	669	36,464	98.20%	1.80%
Una institución de la ciudadanía 2020-2021 (V2) INE 30 años	47,288	346	46,942	531	46,411	98.87%	1.13%
Televisión	2,043,694	196,178	1,847,516	13,538	1,833,978	99.27%	0.73%
Credencialización	404,122	38,042	366,080	2,517	363,563	99.31%	0.69%
Campaña Anual Intensa	246,967	23,322	223,645	1,426	222,219	99.36%	0.64%
Actualización de domicilio	42,732	3,789	38,943	220	38,723	99.44%	0.56%
Credencialización de mexicanos/as	42,895	3,890	39,005	212	38,793	99.46%	0.54%

Medio / Campaña / Subcampaña / Tema	Pautados	No verificados	Verificados	No transmitidos	Transmitidos	% Cumplimiento	% Incumplimiento
residentes en el extranjero							
Entrega de Credenciales	122,970	12,471	110,499	768	109,731	99.30%	0.70%
Reedición Inscripción al Padrón/Fecha límite (sin saludo con el codo)	38,370	3,172	35,198	226	34,972	99.36%	0.64%
Campaña de Actualización Permanente	62,232	5,323	56,909	326	56,583	99.43%	0.57%
Fecha límite para trámites registrales	62,232	5,323	56,909	326	56,583	99.43%	0.57%
Proceso Electoral Federal 2020-2021	94,923	9,397	85,526	765	84,761	99.11%	0.89%
Entrega de Credenciales por reimpresión / Fecha Límite para entrega de Credenciales por reimpresión	6,247	590	5,657	50	5,607	99.12%	0.88%
Reimpresión de Credenciales/Fecha límite para solicitar reimpresión	88,676	8,807	79,869	715	79,154	99.10%	0.90%
Fortalecimiento de la Cultura Cívica	472,752	45,949	426,803	2,976	423,827	99.30%	0.70%
Construcción de Ciudadanía	69,398	7,583	61,815	426	61,389	99.31%	0.69%
Conoce la ENCCÍVICA Versión Parlamento Virtual de Niñas y Niños de México 2020	69,398	7,583	61,815	426	61,389	99.31%	0.69%
Participación Democrática	166,240	16,334	149,906	743	149,163	99.50%	0.50%
Participación Política de las Mujeres	69,842	7,103	62,739	312	62,427	99.50%	0.50%
Participación y diversidad (personas de la diversidad sexual, personas con discapacidad, indígenas)	96,398	9,231	87,167	431	86,736	99.51%	0.49%
Pedagogía Electoral	98,103	9,523	88,580	788	87,792	99.11%	0.89%
¿Cómo se eligen a las y los funcionarios de casilla?	33,508	3,326	30,182	161	30,021	99.47%	0.53%
¿Cuál es la diferencia entre Conteo Rápido, PREP y Cómputo Distrital?	10,923	1,088	9,835	89	9,746	99.10%	0.90%

Medio / Campaña / Subcampaña / Tema	Pautados	No verificados	Verificados	No transmitidos	Transmitidos	% Cumplimiento	% Incumplimiento
¿Cuál es la diferencia entre Conteo Rápido, PREP y Cómputo Distrital? (Reedición)	6,058	338	5,720	228	5,492	96.01%	3.99%
Sinergia electoral: el papel de los actores	47,614	4,771	42,843	310	42,533	99.28%	0.72%
Sensibilización de la violencia política contra las mujeres en razón de género	139,011	12,509	126,502	1,019	125,483	99.19%	0.81%
Distribución de competencias en materia de prevención, atención, sanción y erradicación de la violencia contra las mujeres	57,648	5,730	51,918	231	51,687	99.56%	0.44%
El reconocimiento de Derechos Humanos en favor de las mujeres en el ámbito político	57,417	5,474	51,943	307	51,636	99.41%	0.59%
La Justicia Electoral con perspectiva de género	23,946	1,305	22,641	481	22,160	97.88%	2.12%
Promoción de la Participación Ciudadana en los Procesos Electorales	420,616	41,664	378,952	2,816	376,136	99.26%	0.74%
Convocatorias Ciudadanas en Procesos Electorales	126,738	13,901	112,837	638	112,199	99.43%	0.57%
Primera etapa de capacitación electoral- Recibe a la o el CAE- PEF 2020-2021	111,658	12,480	99,178	559	98,619	99.44%	0.56%
Segunda etapa de capacitación - Funcionaria y funcionario de casilla, asiste a la Jornada Electoral - PEF 2020-2021	15,080	1,421	13,659	79	13,580	99.42%	0.58%
Delitos Electorales/Compra y Coacción	55,089	5,138	49,951	394	49,557	99.21%	0.79%
¿Qué son y cómo se denuncian los delitos electorales?	55,089	5,138	49,951	394	49,557	99.21%	0.79%
Llamado al Voto	220,425	21,695	198,730	1,466	197,264	99.26%	0.74%

Medio / Campaña / Subcampaña / Tema	Pautados	No verificados	Verificados	No transmitidos	Transmitidos	% Cumplimiento	% Incumplimiento
Instrucciones para ubicar la casilla PEF2020-2021	11,633	1,165	10,468	104	10,364	99.01%	0.99%
Primeros/as Votantes	75,346	7,523	67,823	423	67,400	99.38%	0.62%
Revisión de la Lista Nominal de Electores	70,680	6,894	63,786	385	63,401	99.40%	0.60%
Vota el 6 de junio PEF 2020-2021 (Dedo entintado)	19,117	1,831	17,286	191	17,095	98.90%	1.10%
Vota el 6 de junio PEF 2020-2021 (Monólogo)	19,736	1,936	17,800	176	17,624	99.01%	0.99%
Vota el 6 de junio PEF 2020-2021 (Reflexión)	7,685	799	6,886	70	6,816	98.98%	1.02%
Voto informado-PEF 2020-2021	16,228	1,547	14,681	117	14,564	99.20%	0.80%
Reconocimiento a la Participación Ciudadana	16,632	795	15,837	296	15,541	98.13%	1.87%
Reconocimiento a la participación ciudadana en el PEF 2020 2021	16,632	795	15,837	296	15,541	98.13%	1.87%
Voto de Mexicanas y Mexicanos Residentes en el Extranjero	1,732	135	1,597	22	1,575	98.62%	1.38%
Ejercicio del voto de mexicanas y mexicanos en el extranjero PEF 2020-2021	1,732	135	1,597	22	1,575	98.62%	1.38%
Unitaria	366,457	35,905	330,552	2,405	328,147	99.27%	0.73%
Coyuntura	366,457	35,905	330,552	2,405	328,147	99.27%	0.73%
¿Cómo votar válidamente?	10,928	1,085	9,843	99	9,744	98.99%	1.01%
ABC del día de la JE	12,493	1,256	11,237	104	11,133	99.07%	0.93%
Ampliación de vigencia de las CPV 2019 y 2020	123,627	12,880	110,747	564	110,183	99.49%	0.51%
Promoción de la participación política de las personas con discapacidad / personas trans	13,627	1,367	12,260	124	12,136	98.99%	1.01%
Protocolo Sanitario en Casillas (Focalizado)	76,625	6,991	69,634	658	68,976	99.06%	0.94%
Protocolo Sanitario en Casillas (General)	50,573	4,775	45,798	365	45,433	99.20%	0.80%
Representación Proporcional	78,584	7,551	71,033	491	70,542	99.31%	0.69%

Medio / Campaña / Subcampaña / Tema	Pautados	No verificados	Verificados	No transmitidos	Transmitidos	% Cumplimiento	% Incumplimiento
Valor Institucional	379,747	34,618	345,129	2,824	342,305	99.18%	0.82%
Contribución	103,876	9,279	94,597	722	93,875	99.24%	0.76%
Monitoreo de las transmisiones sobre las precampañas y campañas electorales en los programas de radio y televisión que difundan noticias durante el PEF 2020-2021. Versión Precampaña	65,221	6,101	59,120	462	58,658	99.22%	0.78%
Monitoreo de las transmisiones sobre las precampañas y campañas electorales en los programas de radio y televisión que difundan noticias durante el PEF 2020-2021. Versión Campaña	16,035	1,425	14,610	124	14,486	99.15%	0.85%
Uso de tecnología para respaldar una candidatura independiente PEF 2020-2021	22,620	1,753	20,867	136	20,731	99.35%	0.65%
Identidad	275,871	25,339	250,532	2,102	248,430	99.16%	0.84%
Alfabetización Digital 2020	99,357	8,966	90,391	767	89,624	99.15%	0.85%
El valor de la INE 2020-2021	102,402	9,554	92,848	508	92,340	99.45%	0.55%
El valor de trabajar juntos	7,854	729	7,125	70	7,055	99.02%	0.98%
El valor de trabajar juntos (Tseltal)	6,199	581	5,618	48	5,570	99.15%	0.85%
Millones de votos contados por la ciudadanía: estamos listos	27,093	2,649	24,444	559	23,885	97.71%	2.29%
Una institución de la ciudadanía 2020-2021 (V2) INE 30 años	32,966	2,860	30,106	150	29,956	99.50%	0.50%
Total general	5,700,127	251,960	5,448,167	60,351	5,387,816	98.89%	1.11%

Fuente: Información proporcionada por la DEPPP.

- A** Materiales de las campañas institucionales y de las campañas unitarias de 2021, difundidos durante el periodo reportado
A Materiales proyectados a finales de 2020 y que su difusión continuó a principios de 2021

Inserciones.

Campaña/Subcampaña/Tema	Inserciones	Entidad	Nombre Medio	Tamaño	Fecha Publicación	Tiraje
Fortalecimiento de la Cultura Cívica						
Sensibilización de la violencia política contra las mujeres en razón de género						
Tipos de violencia en contra de las mujeres en el ejercicio de sus derechos políticos	5	Nacional	La Prensa	1/2 plana	28/03/21	286,348
			Ovaciones	1/2 plana	28/03/21	158,524
			El Sol de México	1/2 plana	28/03/21	69,898
			Cosas	1/2 plana	abril	74,687
			Mujer Ejecutiva	1/2 plana	abril	36,783
Promoción de la participación ciudadana en los procesos electorales						
Llamado al voto						
Llamado al voto, vota el 6 de junio (medidas sanitarias)	32	Aguascalientes	Hidrocálido	1/2 plana	02/06/21	22,500
		Baja California	La Voz de la Frontera	1/2 plana	30/05/21	50,977
		Baja California Sur	El Sudcaliforniano	1/2 plana	30/05/21	19,000
		Campeche	Diario Independiente Tribuna	1/2 plana	30/05/21	20,443
		Chiapas	Diario Chiapas Hoy	1/2 plana	31/05/21	24,000
		Chihuahua	El Heraldo de Chihuahua	1/2 plana	30/05/21	50,760
		Coahuila	Periódico Zócalo	1/2 plana	30/05/21	37,000
		Colima	El Diario de Colima	1/2 plana	30/05/21	15,000
		Durango	El Sol de Durango	1/2 plana	30/05/21	30,878
		Guanajuato	Correo	1/2 plana	30/05/21	35,625
		Guerrero	El Sur Periódico de Guerrero	1/2 plana	31/05/21	20,000
		Hidalgo	La Crónica de Hoy Hidalgo	1/2 plana	30/05/21	10,000
		Jalisco	Publimetro	1/2 plana	31/05/21	50,000
		Edo de Mex	Heraldo Estado de México	1/2 plana	31/05/21	28,643
		Michoacán	La Voz de Michoacán	1/2 plana	30/05/21	46,000
		Morelos	La Unión de Morelos	1/2 plana	30/05/21	23,100
		Nayarit	Meridiano de Nayarit	1/2 plana	30/05/21	14,800
		Nuevo León	El Horizonte	1/2 plana	31/05/21	88,000
		Oaxaca	El Imparcial de Oaxaca	1/2 plana	30/05/21	34,000
		Puebla	Milenio Puebla	1/2 plana	31/05/21	13,078
Querétaro	El Universal Querétaro	1/2 plana	30/05/21	37,500		

Campaña/Subcampaña/Tema	Inserciones	Entidad	Nombre Medio	Tamaño	Fecha Publicación	Tiraje
		Quintana Roo	Diario La Verdad de Quintana Roo	1/2 plana	30/05/21	22,003
		San Luis Potosí	Pulso Diario de San Luis	1/2 plana	30/05/21	30,000
		Sinaloa	Río Doce	1/2 plana	30/05/21	4,500
		Sonora	El Imparcial	1/2 plana	30/05/21	45,000
		Tabasco	El Criollo	1/2 plana	31/05/21	45,000
		Tamaulipas	El Mercurio de Tamaulipas	1/2 plana	31/05/21	35,000
		Tlaxcala	El Sol de Tlaxcala	1/2 plana	30/05/21	12,500
		Veracruz	Diario de Xalapa	1/2 plana	30/05/21	47,000
		Yucatán	Novedades Yucatán	1/2 plana	30/05/21	35,315
		Zacatecas	El Sol de Zacatecas	1/2 plana	30/05/21	16,170
		Nacional	Reforma	1/2 plana	30/05/21	142,086
Llamado al voto, día de la elección (medidas sanitarias)	34	Aguascalientes	Hidrocalído	1/2 plana	06/06/21	22,500
		Baja California	La Voz de la Frontera	1/2 plana	06/06/21	50,977
		Baja California Sur	El Sudcaliforniano	1/2 plana	06/06/21	19,000
		Campeche	Diario Independiente Tribuna	1/2 plana	06/06/21	20,443
		Chiapas	Diario Chiapas Hoy	1/2 plana	05/06/21	24,000
		Chihuahua	El Heraldo de Chihuahua	1/2 plana	06/06/21	50,760
		Coahuila	Periódico Zócalo	1/2 plana	06/06/21	37,000
		Colima	El Diario de Colima	1/2 plana	06/06/21	15,000
		Durango	El Sol de Durango	1/2 plana	06/06/21	30,878
		Guanajuato	Correo	1/2 plana	06/06/21	35,625
		Guerrero	El Sur Periódico de Guerrero	1/2 plana	04/06/21	20,000
		Hidalgo	La Crónica de Hoy Hidalgo	1/2 plana	06/06/21	10,000
		Jalisco	El Informador	1/2 plana	06/06/21	43,000
		Michoacán	La Voz de Michoacán	1/2 plana	06/06/21	46,000
		Morelos	La Unión de Morelos	1/2 plana	06/06/21	23,100
		Nayarit	Meridiano de Nayarit	1/2 plana	06/06/21	14,800
		Nuevo León	El Horizonte	1/2 plana	04/06/21	88,000
		Oaxaca	El Imparcial de Oaxaca	1/2 plana	06/06/21	34,000
		Puebla	El Sol de Puebla	1/2 plana	06/06/21	39,921
		Querétaro	El Universal Querétaro	1/2 plana	06/06/21	37,500
		Quintana Roo	Novedades de Quintana Roo	1/2 plana	06/06/21	35,050
		San Luis Potosí	El Sol de San Luis	1/2 plana	06/06/21	32,774
		Sinaloa	Noroeste de Mazatlán	1/2 plana	06/06/21	14,254
Sonora	El Imparcial	1/2 plana	06/06/21	45,000		

Campaña/Subcampaña/Tema	Inserciones	Entidad	Nombre Medio	Tamaño	Fecha Publicación	Tiraje
		Tabasco	El Criollo	1/2 plana	04/06/21	45,000
		Tamaulipas	El Mercurio de Tamaulipas	1/2 plana	04/06/21	35,000
		Tlaxcala	El Sol de Tlaxcala	1/2 plana	06/06/21	12,500
		Veracruz	Diario de Xalapa	1/2 plana	06/06/21	47,000
		Yucatán	Diario de Yucatán	1/2 plana	06/06/21	57,000
		Zacatecas	Zacatecas en IMAGEN	1/2 plana	06/06/21	14,200
		Nacional	El Sol de México	1/2 plana	06/06/21	69,898
		Nacional	El Universal	1/2 plana	06/06/21	130,302
		Nacional	El Sol de México	1/2 plana	06/06/21	69,898
		Nacional	El Universal	1/2 plana	06/06/21	130,302
Reconocimiento a la participación ciudadana	32	Aguascalientes	Hidrocálido	1/2 plana	07/06/21	22,500
		Baja California	La Voz de la Frontera	1/2 plana	07/06/21	50,977
		Baja California Sur	El Sudcaliforniano	1/2 plana	07/06/21	19,000
		Campeche	Diario Independiente Tribuna	1/2 plana	07/06/21	20,443
		Chiapas	Diario Chiapas Hoy	1/2 plana	07/06/21	24,000
		Chihuahua	El Heraldo de Chihuahua	1/2 plana	07/06/21	50,760
		Coahuila	Periódico Zócalo	1/2 plana	07/06/21	37,000
		Colima	El Diario de Colima	1/2 plana	07/06/21	15,000
		Durango	El Sol de Durango	1/2 plana	07/06/21	30,878
		Guanajuato	Correo	1/2 plana	07/06/21	35,625
		Guerrero	El Sur Periódico de Guerrero	1/2 plana	09/06/21	20,000
		Hidalgo	La Crónica de Hoy Hidalgo	1/2 plana	07/06/21	10,000
		Jalisco	El Informador	1/2 plana	07/06/21	43,000
		Edo de Mex	Heraldo Estado de México	1/2 plana	07/06/21	28,643
		Michoacán	La Voz de Michoacán	1/2 plana	07/06/21	46,000
		Morelos	La Unión de Morelos	1/2 plana	07/06/21	23,100
		Nayarit	Meridiano de Nayarit	1/2 plana	07/06/21	14,800
		Nuevo León	El Horizonte	1/2 plana	07/06/21	88,000
		Oaxaca	El Imparcial de Oaxaca	1/2 plana	07/06/21	34,000
		Puebla	El Sol de Puebla	1/2 plana	07/06/21	39,921
		Querétaro	El Universal Querétaro	1/2 plana	07/06/21	37,500
		Quintana Roo	Novedades de Quintana Roo	1/2 plana	07/06/21	35,050
		San Luis Potosí	El Sol de San Luis	1/2 plana	07/06/21	32,774
		Sinaloa	Noroeste de Mazatlán	1/2 plana	07/06/21	14,254
Sonora	El Imparcial	1/2 plana	07/06/21	45,000		

Campaña/Subcampaña/Tema	Inserciones	Entidad	Nombre Medio	Tamaño	Fecha Publicación	Tiraje
		Tabasco	El Criollo	1/2 plana	07/06/21	45,000
		Tamaulipas	El Mercurio de Tamaulipas	1/2 plana	07/06/21	35,000
		Tlaxcala	El Sol de Tlaxcala	1/2 plana	07/06/21	12,500
		Veracruz	Diario de Xalapa	1/2 plana	07/06/21	47,000
		Yucatán	Diario de Yucatán	1/2 plana	07/06/21	57,000
		Zacatecas	Zacatecas en IMAGEN	1/2 plana	07/06/21	14,200
		Nacional	El Herald de México	1/2 plana	07/06/21	50,000
Reforzamiento llamado al voto (medidas sanitarias)	2	Nacional	TV Notas	1/2 plana	25/05/21	624,770
		Nacional	TV y Novelas	1/2 plana	24/05/21	338,706
Total general	105					4,548,961

Medios digitales y Redes sociales.

Campaña	Subcampaña	Versión	# de inserciones/post por tipo				Métricas				Tipo de difusión	# total de inserciones/post	# de inserciones en pauta pagada por medio			# de post orgánicos por red social/Plataforma				Cantidad de Materiales originales			
			banner	video	audio	texto	Impresiones	Interacciones	Clicks	Reproducciones			Medios digitales	Plataformas digitales	Redes Sociales	Facebook	Twitter	Instagram	Youtube	Banner	video	audio	texto
Fortalecimiento de la Cultura Cívica	Pedagogía Electoral	¿Cómo se eligen a las y los funcionarios de casilla?	9	36	0	0	8097090	3798757	36801	125241	Pauta pagada/Pauta orgánica	45	7	0	3	11	21	3	0	0	1	0	0
Fortalecimiento de la Cultura Cívica	Pedagogía Electoral	¿Cuál es la diferencia entre Conteo Rápido PREP y Cómputo Distrital?	0	5	0	0	377249	12665	5888	83167	Pauta orgánica	5	0	0	0	2	1	1	1	0	1	0	0
Promoción de la participación ciudadana en los Procesos Electorales	Delitos electorales / compra y coacción	¿Qué son y cómo se denuncian los delitos electorales?	0	9	0	0	205210	4214	1722	29372	Pauta orgánica	9	0	0	0	4	4	0	1	0	2	0	0
Unitaria	Unitaria	Ábrele la puerta a la o el CAE	0	17	0	0	309600	9236	5236	60591	Pauta orgánica	17	0	0	0	4	11	2	0	0	1	0	0
Credencialización	Campaña anual intensa	Actualización de domicilio	3	0	0	0	20989	178	109	551	Pauta orgánica	3	0	0	0	2	0	1	0	2	0	0	0
Valor institucional	Identidad	Alfabetización Digital 2020	22	48	0	0	1324608	8996	7937	72999	Pauta pagada/Pauta orgánica	70	0	1	1	26	40	1	1	8	11	0	0

Campaña	Subcampaña	Versión	# de inserciones/post por tipo				Métricas				Tipo de difusión	# total de Inserciones/post	# de inserciones en pauta pagada por medio			# de post orgánicos por red social/Plataforma				Cantidad de Materiales originales			
			banner	video	audio	texto	Impresiones	Interacciones	Clicks	Reproducciones			Medios digitales	Plataformas digitales	Redes Sociales	Facebook	Twitter	Instagram	Youtube	Banner	video	audio	texto
Unitaria	Unitaria	Ampliación de vigencia de la INE	7	18	0	0	492836	8361	2713	60894	Pauta pagada/Pauta orgánica	25	1	0	0	8	15	0	1	2	1	0	0
Credencialización	Proceso Electoral Federal 2020 - 2021	Artículo 155 LEGIPE	16	0	0	0	854506	1672	3064	9186	Pauta pagada/Pauta orgánica	16	3	0	0	4	8	1	0	5	0	0	0
Credencialización	Campaña anual intensa	Atención a grupos vulnerables en MAC'S	17	0	0	0	729659	1115	3954	8354	Pauta pagada/Pauta orgánica	17	0	1	0	4	10	2	0	1	0	0	0
Unitaria	Unitaria	Atención en MAC sin cita	2	0	0	0	180648	0	210	0	Pauta pagada	2	2	0	0	11	14	6	0	1	0	0	0
Fortalecimiento de la Cultura Cívica	Pedagogía Electoral	Cadena de confianza	1	0	0	0	8500	228	146	376	Pauta orgánica	1	0	0	0	1	0	0	0	1	0	0	0
Fortalecimiento de la Cultura Cívica	Sensibilización de la violencia política contra las mujeres en razón de género	Catálogo de conductas y sanciones por violencia política contra las mujeres en razón de género	2	1	0	0	26102	275	73	3105	Pauta orgánica	3	0	0	0	1	2	0	0	1	1	0	0
Unitaria	Unitaria	Chatbot Whats App	7	1	0	0	5627872	729793	425823	58394	Pauta pagada/Pauta orgánica	8	0	2	3	2	0	1	0	2	0	0	0
Promoción de la Participación Ciudadana en los Procesos Electorales	Convocatorias ciudadanas en procesos electorales	Convocatoria: observador/a electoral- PEF 2020-2021	43	0	0	0	8146797	232247	50373	32701	Pauta pagada/Pauta orgánica	43	8	1	2	10	21	1	0	7	0	0	0
Credencialización	Campaña anual intensa	Credencialización de mexicanos/as residentes en el extranjero	8	0	0	0	34659	291	48	3735	Pauta orgánica	8	0	0	0	0	3	5	0	5	0	0	0
Unitaria	Unitaria	Derecho a la identidad	2	0	0	0	164636	148	1587	463	Pauta pagada/Pauta orgánica	2	0	1	0	1	0	0	0	4	0	0	0
Fortalecimiento de la Cultura Cívica	Sensibilización de la violencia política contra las mujeres en razón de género	Distribución de competencias en materia de prevención, atención, sanción y erradicación de la violencia contra las mujeres	8	2	0	0	347720	572	178868	139440	Pauta pagada/Pauta orgánica	10	2	0	1	3	2	0	2	4	0	0	0

Campaña	Subcampaña	Versión	# de inserciones/post por tipo				Métricas				Tipo de difusión	# total de Inserciones/post	# de inserciones en pauta pagada por medio			# de post orgánicos por red social/Plataforma				Cantidad de Materiales originales			
			banner	video	audio	texto	Impresiones	Interacciones	Clics	Reproducciones			Medios digitales	Plataformas digitales	Redes Sociales	Facebook	Twitter	Instagram	Youtube	Banner	video	audio	texto
Promoción de la Participación Ciudadana en los Procesos Electorales	Voto de mexicanas y mexicanos residentes en el extranjero	Ejercicio del voto de mexicanas y mexicanos en el extranjero- PEF 2020-2021	12	2	0	1	7983184	5519953	3071847	602586	Pauta pagada/Pauta orgánica	15	1	2	2	1	7	2	0	3	1	0	1
Fortalecimiento de la Cultura Cívica	Sensibilización de la violencia política contra las mujeres en razón de género	El reconocimiento de Derechos Humanos en favor de las mujeres en el ámbito político	21	0	0	0	274248	96375	111123	8058	Pauta orgánica	21	0	0	0	15	5	1	0	14	0	0	0
Promoción de la participación ciudadana en los Procesos Electorales	Llamado al voto	El voto electrónico- PEF 2020-2021	1	0	0	0	1525	5	0	383	Pauta orgánica	1	0	0	0	0	0	1	0	1	0	0	0
Credencialización	Proceso Electoral Federal 2020 - 2021	Entrega de Credenciales por reimpresión /Fecha Limite para entrega de credenciales por reimpresión	2	3	0	0	62513	1095	570	5182	Pauta orgánica	5	0	0	0	4	0	0	1	2	2	0	0
Credencialización	Proceso Electoral Federal 2020 - 2021	Fecha limite de entrega de Credenciales	9	34	0	0	407884	6393	3049	44280	Pauta orgánica	43	0	0	0	22	20	1	0	4	1	0	0
Credencialización	Campaña anual intensa	Fecha limite Reposición de credenciales por robo o extravío	3	0	0	0	52921	1077	587	2966	Pauta orgánica	3	0	0	0	2	1	0	0	1	0	0	0
Unitaria	Unitaria	Horarios de casilla	20	0	0	0	8068725	1905	5861	0	Pauta pagada/Pauta orgánica	20	19	0	0	1	0	0	0	4	0	0	0
Credencialización	Campaña anual intensa	Inscripción al Padrón/ Fecha limite	1	0	0	0	6641	71	18	606	Pauta orgánica	1	0	0	0	0	1	0	0	1	0	0	0
Promoción de la participación ciudadana en los Procesos Electorales	Llamado al voto	Instrucciones para ubicar la casilla- PEF 2020-2021	0	3	0	0	99636	4399	3387	13565	Pauta orgánica	3	0	0	0	2	1	0	0	0	2	0	0

Campaña	Subcampaña	Versión	# de inserciones/post por tipo				Métricas				Tipo de difusión	# total de Inserciones/post	# de inserciones en pauta pagada por medio			# de post orgánicos por red social/Plataforma				Cantidad de Materiales originales			
			banner	video	audio	texto	Impresiones	Interacciones	Clics	Reproducciones			Medios digitales	Plataformas digitales	Redes Sociales	Facebook	Twitter	Instagram	Youtube	Banner	video	audio	texto
Valor institucional	Contribución	Monitoreo de las transmisiones sobre las precampañas y campañas electorales en los programas de radio y televisión que difundan noticias durante el PEF 2020-2021	0	13	0	0	113250	1101	397	12491	Pauta orgánica	13	0	0	0	5	7	0	1	0	1	0	0
Unitaria	Unitaria	No hay Fraude	27	13	0	0	15204631	2116379	89269	22198	Pauta pagada/Pauta orgánica	40	20	1	2	5	7	4	1	3	1	0	0
Fortalecimiento de la Cultura Cívica	Participación Democrática	Participación Política de las Mujeres	19	15	0	0	2251835	43794	129257	157027	Pauta pagada/Pauta orgánica	34	17	1	2	13	0	0	1	90	4	0	0
Fortalecimiento de la Cultura Cívica	Participación Democrática	Participación y diversidad (personas de la diversidad sexual, personas con discapacidad, indígenas)	12	2	0	0	598072	41292	38570	4151	Pauta orgánica	14	0	0	0	5	5	3	1	2	2	0	0
Unitaria	Unitaria	Pedagogía electoral (Representación proporcional)	4	27	0	0	1236517	509477	79947	41654	Pauta pagada/Pauta orgánica	31	0	0	2	10	15	3	1	1	2	0	0
Promoción de la Participación Ciudadana en los Procesos Electorales	Delitos electorales / compra y coacción	Contra la compra y coacción del voto- Mi voto vale- PEF 2020-2021	1	0	0	0	266	0	266	0	Pauta pagada	1	1	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0
Promoción de la Participación Ciudadana en los Procesos Electorales	Delitos electorales / compra y coacción	Contra la compra y coacción del voto- Mi voto vale en lenguas indígenas- PEF 2020-2021	0	0	0	0	0	0	0	0	Ninguna	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Unitaria	Unitaria	Periodo de reflexión	0	4	0	0	85232	2473	1519	14121	Pauta orgánica	4	0	0	0	2	2	0	0	0	1	0	0
Promoción de la Participación Ciudadana en los Procesos Electorales	Convocatorias ciudadanas en procesos electorales	Primera etapa de capacitación electoral- Recibe a la o el CAE- PEF 2020-2021	0	3	0	0	23246	93898	98872	5068	Pauta orgánica	3	0	0	0	1	0	1	1	0	2	0	0

Campaña	Subcampaña	Versión	# de inserciones/post por tipo				Métricas				Tipo de difusión	# total de Inserciones/post	# de inserciones en pauta pagada por medio			# de post orgánicos por red social/Plataforma				Cantidad de Materiales originales			
			banner	video	audio	texto	Impresiones	Interacciones	Clicks	Reproducciones			Medios digitales	Plataformas digitales	Redes Sociales	Facebook	Twitter	Instagram	Youtube	Banner	video	audio	texto
Promoción de la participación ciudadana en los Procesos Electorales	Llamado al voto	Primeros/as votantes	1	10	0	0	106883	1885	960	12653	Pauta orgánica	11	0	0	0	3	6	1	1	1	1	0	0
Unitaria	Unitaria	Protocolos sanitarios	107	58	2	2	22734661	1793305	249754	2645843	Pauta pagada/Pauta orgánica	169	70	6	2	35	42	11	3	12	8	2	2
Promoción de la participación ciudadana en los Procesos Electorales	Reconocimiento a la participación ciudadana	Reconocimiento a la participación ciudadana en el PEF 2020-2021	58	19	1	0	23255855	650643	243728	671225	Pauta pagada/Pauta orgánica	78	51	4	2	7	2	11	1	3	6	0	0
Valor institucional	Contribución	Refrendo del RNP 2021-2022	15	0	0	0	117620	874	457	7794	Pauta pagada/Pauta orgánica	15	1	0	0	5	6	3	0	6	0	0	0
Promoción de la Participación Ciudadana en los Procesos Electorales	Voto de mexicanas y mexicanos residentes en el extranjero	Registro de manifestación de la intención del voto de mexicanas y mexicanos residentes en el extranjero	43	10	0	0	5352374	2573	121766	758120	Pauta pagada/Pauta orgánica	53	3	2	0	8	22	16	2	17	2	0	0
Valor institucional	Contribución	Registro Nacional de Proveedores 2020-2021	10	0	0	0	103348	1334	505	8248	Pauta orgánica	10	0	0	0	4	6	0	0	3	0	0	0
Credencialización	Proceso Electoral Federal 2020 - 2021	Reimpresión de Credenciales/Fecha límite para solicitar reimpresión	39	16	0	0	4527870	12343	12676	34866	Pauta pagada/Pauta orgánica	55	13	1	2	11	24	3	1	3	2	0	0
Promoción de la participación ciudadana en los Procesos Electorales	Llamado al voto	Revisión de la Lista Nominal de electores	43	9	0	0	3299913	12702	1414032	13910	Pauta pagada/Pauta orgánica	52	0	1	1	23	23	3	1	2	1	0	0
Promoción de la Participación Ciudadana en los Procesos Electorales	Convocatorias ciudadanas en procesos electorales	Segunda etapa de capacitación- Funcionaria y funcionario de casilla asiste a la Jornada Electoral- PEF 2020-2021	0	5	0	0	38287	769	315	5236	Pauta orgánica	5	0	0	0	2	1	1	1	0	2	0	0
Valor institucional	Contribución	Uso de tecnología para respaldar una candidatura independiente- PEF 2020-2021	6	7	0	0	166524	2114	1262	17824	Pauta orgánica	13	0	0	0	7	6	0	0	4	2	0	0
Credencialización	Proceso Electoral Federal 2020 - 2021	Verificación Nacional Muestral	4	0	0	0	68861	1161	778	56	Pauta orgánica	4	0	0	0	2	1	1	0	1	0	0	0

Campaña	Subcampaña	Versión	# de inserciones/post por tipo				Métricas				Tipo de difusión	# total de inserciones/post	# de inserciones en pauta pagada por medio			# de post orgánicos por red social/Plataforma				Cantidad de Materiales originales			
			banner	video	audio	texto	Impresiones	Interacciones	Clicks	Reproducciones			Medios digitales	Plataformas digitales	Redes Sociales	Facebook	Twitter	Instagram	Youtube	Banner	video	audio	texto
Promoción de la Participación Ciudadana en los Procesos Electorales	Voto de mexicanas y mexicanos residentes en el extranjero	Vota desde el extranjero- PEF 2020-2021	17	2	0	2	31592907	11343092	170797	16247	Pauta pagada/Pauta orgánica	21	2	5	2	5	5	2	0	2	1	0	2
Promoción de la participación ciudadana en los Procesos Electorales	Llamado al voto	Vota el 6 de junio- PEF 2020-2021	24	28	1	0	9558146	5655079	2105043	369089	Pauta pagada/Pauta orgánica	53	14	3	2	11	20	1	2	5	5	1	0
Unitaria	Unitaria	Votar es Seguro	39	13	1	0	12080904	2911044	95656	27319	Pauta pagada/Pauta orgánica	53	37	3	0	8	3	0	2	1	5	0	0
Promoción de la participación ciudadana en los Procesos Electorales	Llamado al voto	Voto informado- PEF 2020-2021	14	1	0	0	2949252	27101	46201	1694	Pauta pagada/Pauta orgánica	15	12	1	0	1	0	0	1	1	1	0	0
Unitaria	Unitaria	La voz del voto/URNA (llamado al voto)	1	8	0	0	550353	597	12136	218940	Pauta pagada/Pauta orgánica	9	0	4	0	2	3	0	0	4	2	0	0
Promoción de la Participación Ciudadana en los Procesos Electorales	Voto de mexicanas y mexicanos residentes en el extranjero	Reconocimiento a la participación de mexicanas y mexicanos residentes en el extranjero- PEF 2020-2021	0	1	0	0	12,145	10	0	101,990	Pauta orgánica	1	0	0	0	0	0	0	1	0	1	0	0
Fortalecimiento de la Cultura Cívica	Pedagogía Electoral	Sinergia electoral: el papel de los actores	0	1	0	0	8084	44	0	1222	Pauta orgánica	1	0	0	0	0	0	0	1	0	1	0	0
Unitaria	Unitaria	¿Cómo votar validamente?	0	1	0	0	30425	534	0	31580	Pauta orgánica	1	0	0	0	0	0	0	1	0	1	0	0
Credencialización	Campaña anual intensa	Entrega de Credenciales	0	1	0	0	13191	35	0	1249	Pauta orgánica	1	0	0	0	0	0	0	1	0	1	0	0
Promoción de la Participación Ciudadana en los Procesos Electorales	Llamado al voto	Instrucciones para ubicar la casilla- PEF 2020-2021	0	4	0	0	204497	4877	3387	284587	Pauta orgánica	4	0	0	0	2	1	0	1	0	3	0	0
Valor institucional	Identidad	Millones de votos contados por la ciudadanía estamos listos	0	1	0	0	8010	27	0	257841	Pauta orgánica	1	0	0	0	0	0	0	1	0	1	0	0
Unitaria	Unitaria	Voto sale y vale	0	2	0	0	21309	83	0	3112	Pauta orgánica	2	0	0	0	0	0	0	2	0	2	0	0

Campaña	Subcampaña	Versión	# de inserciones/post por tipo				Métricas				Tipo de difusión	# total de Inserciones/post	# de inserciones en pauta pagada por medio			# de post orgánicos por red social/Plataforma				Cantidad de Materiales originales			
			banner	video	audio	texto	Impresiones	Interacciones	Clics	Reproducciones			Medios digitales	Plataformas digitales	Redes Sociales	Facebook	Twitter	Instagram	Youtube	Banner	video	audio	texto
Fortalecimiento de la Cultura Cívica	Pedagogía Electoral	¿Cómo se integra una Mesa Directiva de Casilla?	0	0	0	0	0	0	0	0	Ninguna	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Valor institucional	Contribución	Acceso a la información pública de las y los candidatos a puestos de elección popular durante el PEF 2020-2021	0	0	0	0	0	0	0	0	Ninguna	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Promoción de la Participación Ciudadana en los Procesos Electorales	Delitos electorales / compra y coacción	Ante los delitos electorales, denuncia- PEF 2020-2021	0	0	0	0	0	0	0	0	Ninguna	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Fortalecimiento de la Cultura Cívica	Construcción de ciudadanía	Conoce la ENCCÍVICA	0	0	0	0	0	0	0	0	Ninguna	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
credencialización	Campaña anual intensa	Corrección de datos personales	0	0	0	0	0	0	0	0	Ninguna	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
credencialización	Campaña anual intensa	Credenciales 2020 sirven para votar	0	0	0	0	0	0	0	0	Ninguna	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Fortalecimiento de la Cultura Cívica	Construcción de ciudadanía	Debates PEF 2020-2021	0	0	0	0	0	0	0	0	Ninguna	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Valor institucional	Identidad	El valor de la INE 2020-2021	0	0	0	0	0	0	0	0	Ninguna	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0

Campaña	Subcampaña	Versión	# de inserciones/post por tipo				Métricas				Tipo de difusión	# total de Inserciones/post	# de Inserciones en pauta pagada por medio			# de post orgánicos por red social/Plataforma					Cantidad de Materiales originales			
			banner	video	audio	texto	Impresiones	Interacciones	Clics	Reproducciones			Medios digitales	Plataformas digitales	Redes Sociales	Facebook	Twitter	Instagram	Youtube	Banner	video	audio	texto	
Valor institucional	Identidad	El valor de trabajar juntos	0	0	0	0	0	0	0	0	Ninguna	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Fortalecimiento de la Cultura Cívica	Sensibilización de la violencia política contra las mujeres en razón de género	La Justicia Electoral con perspectiva de género	0	0	0	0	0	0	0	0	Ninguna	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Fortalecimiento de la Cultura Cívica	Construcción de ciudadanía	Plataformas electorales de los Partidos Políticos Nacionales para el PEF 2020-2021	0	0	0	0	0	0	0	0	Ninguna	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Credencialización	Proceso Electoral Federal 2020 - 2021	Reapertura de MAC	5	0	0	0	393380	0	775	0	Pauta pagada	5	5	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0
Fortalecimiento de la Cultura Cívica	Sensibilización de la violencia política contra las mujeres en razón de género	Tipos de violencia en contra de las mujeres en el ejercicio de sus derechos políticos	0	0	0	0	0	0	0	0	Ninguna	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
TOTAL			705	453	5	5	180613806	35670661	8839319	7113550	TODAS	1168	289	40	29	318	394	93	36	236	85	3	5	