



INFORME SOBRE LA IMPLEMENTACIÓN DE LA  
ESTRATEGIA DE DIFUSIÓN 2022

EVALUACIÓN DE LA UNAM A LA CAMPAÑA  
INSTITUCIONAL 2022



Comisión de Capacitación Electoral y Educación Cívica

Diciembre de 2022

## ÍNDICE

---

|   |    |
|---|----|
| Glosario y acrónimos.....   | 3  |
| 1. Presentación.....  | 5  |
| 2. Introducción.....  | 6  |
| 3. Hitos de la difusión   |    |
| institucional.....  | 4. |
| Marco normativo.....  | 10 |
| 5. Objetivo.....  | 11 |
| 6. Indicadores.....   | 12 |
| 6.1. Difusión de mensajes planeados.....  | 12 |
| 6.2. Porcentaje de mensajes transmitidos en los concesionarios de Radio y<br>Televisión.....  | 19 |
| 6.3. Porcentaje de mensajes difundidos en el tiempo establecido.....  | 22 |
| 7. Resultados de la evaluación de la Campaña Institucional 2022 realizada por la<br>Universidad Nacional Autónoma de México (UNAM)..... | 30 |
| 8. Conclusiones y consideraciones finales.....  | 31 |
| 9. Anexos.  |    |
| Anexo1 Impactos por tema pautados en radio y televisión en periodo ordinario ..   | 32 |
| Anexo 2. Impactos por tema pautados en radio y televisión en periodo electoral..  | 33 |
| Anexo 3 Inserciones en medios impresos.....   | 33 |
| Anexo 4 Actividades transmedia.....   | 33 |
| Anexo 5 Difusión orgánica en redes sociales.....  | 44 |

## Glosario y acrónimos

|                              |  |
|------------------------------|--|
| <b>Activación transmedia</b> | Se refiere al servicio de pauta 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.  |
| <b>Banner</b>                | Mensaje publicitario inserto en una página de internet.  |
| <b>Campaña institucional</b> | Se refiere a las cinco campañas planteadas en la Estrategia de Difusión 2022: Promoción de la Participación Ciudadana en los Procesos Electorales; Fortalecimiento de la Cultura Cívica; Credencialización; Valor institucional, y Sensibilización y prevención de la violencia política contra las mujeres en razón de género, que la Dirección Ejecutiva de Capacitación Electoral y Educación Cívica diseñó e instrumenta para llevar a cabo la difusión institucional, en coordinación con las instancias que por el objeto o contenido de la campaña son competentes. |
| <b>CCEyEC</b>                | Comisión de Capacitación Electoral y Educación Cívica.   |
| <b>Clics</b>                 | Pulsación que se realiza en un mouse u otro dispositivo para dar una instrucción a una computadora.  |
| <b>Concepto de marca</b>     | Es el conjunto de valores gráficos y conceptuales que acompañan la comunicación de una entidad y por los cuales el público la identifica.  |
| <b>Consejo General</b>       | Consejo General del Instituto Nacional Electoral.  |
| <b>Constitución / CPEUM</b>  | Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos.   |
| <b>CPV</b>                   | Credencial Para Votar  |
| <b>CNCS</b>                  | Coordinación Nacional de Comunicación Social.  |
| <b>COTSPÉL</b>               | Comisión Temporal de Seguimiento de los Procesos Electorales Locales 2021-2022.  |
| <b>ECAE</b>                  | Estrategia de Capacitación y Asistencia Electoral  |
| <b>ESE</b>                   | Entidades sin elección   |
| <b>DDyCI</b>                 | Dirección de Difusión y Campañas Institucionales.  |
| <b>DECEyEC</b>               | Dirección Ejecutiva de Capacitación y Educación Cívica.  |
| <b>DERFE</b>                 | Dirección Ejecutiva del Registro Federal de Electores.   |
| <b>DEPPP</b>                 | Dirección Ejecutiva de Prerrogativas y Partidos Políticos  |
| <b>DOF</b>                   | Diario Oficial de la Federación.   |
| <b>Estrategia</b>            | Estrategia de Difusión 2022.   |

|   |  |
|---|--|
| <b>ENCCÍVICA</b>                                | Estrategia Nacional de Cultura Cívica 2017-2023.   |
| <b>Impactos</b>                                 | El número de veces que un mensaje es difundido generando un alcance en el público objetivo.  |
| <b>Impresiones</b>                              | El número de veces que una publicación ha sido vista. Una sola persona puede ver varias veces una publicación o contenido.   |
| <b>INPI</b>                                     | Instituto Nacional de los Pueblos Indígenas.   |
| <b>INE (Instituto)</b>                          | Instituto Nacional Electoral.  |
| <b>Inserción</b>                                | Espacio publicitario en periódicos y revistas impresos.  |
| <b>JLE</b>                                      | Junta Local Ejecutiva.   |
| <b>LGIPE</b>                                    | Ley General de Instituciones y Procedimientos Electorales.   |
| <b>MAC</b>                                      | Módulos de Atención Ciudadana.   |
| <b>Medios interactivos</b>                      | Canales 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 INE difunde sus mensajes institucionales.  |
| <b>Medios unidireccionales</b>                  | 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.  |
| <b>Mensajes de coyuntura (campana unitaria)</b> | Aquellos que no fueron establecidos en la Estrategia de Difusión y que responden a situaciones extraordinarias, para las cuales se tiene previsto 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. |
| <b>OSC</b>                                      | Organizaciones de la Sociedad Civil  |
| <b>Pauta</b>                                    | Instrucción para la publicación de una pieza de comunicación en radio, televisión o medios digitales.  |
| <b>PEL</b>                                      | Proceso Electoral Local  |

|                       |  |
|-----------------------|--|
| <b>PNIPPM</b>         | Programa Nacional de Impulso a la Participación Política de Mujeres a través de Organizaciones de la Sociedad Civil. |
| <b>RCCGINE</b>        | Reglamento de Comisiones del Consejo General del Instituto Nacional Electoral.                                       |
| <b>Red AMI</b>        | Red para la Alfabetización Mediática e Informativa.  |
| <b>RRyTME</b>         | Reglamento de Radio y Televisión en Materia Electoral.   |
| <b>RIINE</b>          | Reglamento Interior del Instituto Nacional Electoral.  |
| <b>SCJN</b>           | Suprema Corte de Justicia de la Nación.  |
| <b>Secretaría</b>     | Secretaría Ejecutiva.  |
| <b>SMS</b>            | Servicio de mensajes cortos.   |
| <b>Vistas o views</b> | Es el número de veces que las personas usuarias acceden a una sección de una página web.                             |
| <b>Visitas</b>        | Secuencia de vistas que una usuaria o un usuario realizan a una página web.  |
| <b>VMRE</b>           | Voto de las mexicanas y los mexicanos residentes en el extranjero.   |

## 1. Presentación

El presente informe da cuenta de las actividades realizadas en materia de difusión en el periodo comprendido de julio a diciembre de 2022. Se integra de manera general por un apartado de glosario y acrónimos, introducción, hitos de la difusión institucional, marco normativo, objetivo, apartados de indicadores establecidos en la Estrategia en torno a los cuales se explica cómo se desplegaron los mensajes de comunicación; resultados de la evaluación de la Campaña Institucional 2022 realizada por la UNAM, conclusiones y consideraciones finales y, finalmente, anexos con el detalle de los mensajes que se difundieron y sus resultados en términos de pauta.

La Estrategia de Difusión 2022, aprobada el 13 de diciembre 2021 por la Comisión de Capacitación Electoral y Educación Cívica, mediante Acuerdo INE/CCEyEC007/2021, 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, con los mensajes que se difundan en el periodo comprendido a partir de la aprobación de la misma y durante todo 2022.

La Estrategia considera vigencia de un año y para su diseño se tomó en cuenta la Estrategia Nacional de Cultura Cívica 2017-2023 (ENCCÍVICA), así como los

hallazgos y resultados emitidos por la UNAM, mediante la Evaluación de la Estrategia de Difusión 2021.

## 2. Introducción

---

La Estrategia es el documento a través del cual la DECEyEC establece y define el contenido de las Campañas Institucionales para el año 2022, así como el plan de medios donde se indican el total de temas a realizar, los medios a utilizar, la temporalidad de éstos, el público objetivo a los que están dirigidos y los indicadores de desempeño que permitirán dar seguimiento a su instrumentación a lo largo del año. El documento contempla una vigencia de un año e incluye una planeación para tres escenarios: Proceso Electoral Local 2021-2022, Entidades que no celebran elecciones en 2022, y el inicio del Proceso Electoral Local 2022-2023.

Para el presente informe se consideran sólo dos escenarios: Entidades que no celebran elecciones en 2022 (periodo julio-diciembre), y el inicio del Proceso Electoral Local 2022-2023 (periodo septiembre-diciembre).

Es importante señalar que la Estrategia se elaboró y se implementa con base en los principios rectores del Instituto Nacional Electoral (INE): certeza, legalidad, independencia, imparcialidad, máxima publicidad y objetividad, así como bajo el enfoque de pedagogía pública, que se planteó como 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.

Para la construcción de la Estrategia, se tomaron como base principal los siguientes elementos: la ENCCÍVICA y la Evaluación de la Estrategia de Difusión 2021 elaborada por la Universidad Nacional Autónoma de México.

La ENCCÍVICA se presenta como una política pública, impulsada por el INE, que busca la apropiación del espacio público por parte de la ciudadanía, señalando entre sus definiciones que “La educación cívica es, precisamente, un proceso orientado a construir valores y prácticas democráticas en una sociedad”, en lo que se incluye el desarrollo de competencias para la participación en el ámbito público.

Anteriormente, las estrategias de difusión se basaban en una sola campaña de la cual se desprendían diferentes subcampañas relativas a la actualización del Padrón Electoral, la educación cívica y la participación ciudadana. A partir de 2016 y hasta 2019 las estrategias de difusión se construyeron a través de dos campañas institucionales y diferentes subcampañas

Las estrategias de difusión de 2018 y 2019 incluyeron la campaña Valor Institucional con el objetivo de visibilizar las tareas de carácter permanente que desempeña el INE más allá de la organización de elecciones. Para 2020 y 2021, la estrategia se reestructuró y la difusión se basó en cuatro campañas, dándole al tema de la credencialización carácter de campaña, fortaleciendo e impulsando su alcance ciudadano.

Actualmente, la Estrategia de Difusión 2022 plantea cinco campañas, ya que en el marco de las nuevas atribuciones establecidas en el Decreto publicado en el DOF:13/04/20201, se adicionó una nueva campaña relativa a la Sensibilización y prevención de la violencia política contra las mujeres en razón de género, cuyo objetivo es concientizar, explicar, informar y formar, para contrarrestar, prevenir y atender la violencia política contra las mujeres en razón de género, así como en cuanto a la igualdad sustantiva, paridad de género y cultura de respeto de los derechos humanos de las mujeres en el ámbito político y electoral.



*Ilustración 1, Subcampañas establecidas en la Estrategia de Difusión 2022.*

Es importante señalar que, en materia de inclusión, la Estrategia contempla la implementación de 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.

Es importante mencionar que este informe abarca del 01 de julio al 31 de diciembre de 2022, sin embargo, respecto al indicador 2. Porcentaje de mensajes transmitidos en los concesionarios de radio y televisión, el corte que se reporta es del 01 de julio al 31 de octubre de 2022, esto se debe a que es hasta esta última fecha que se cuenta con el reporte de monitoreo de la Dirección Ejecutiva de Prerrogativas y Partidos Políticos, quien es la responsable de emitir esta información.

Este informe se explica a partir de los tres indicadores planteados en la Estrategia, los cuales se han desarrollado de tal forma que se cuente con una evaluación objetiva sobre la planificación:

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, 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 determinado momento del año.
2. **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 la Estrategia. Esto se podrá corroborar con el resultado del monitoreo provisto por la DEPPP.
3. **Porcentaje de mensajes difundidos en el tiempo establecido.** La 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 transmite 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 pagada.

El objetivo de los indicadores 1 y 3 es medir el cumplimiento de lo planeado en la Estrategia durante el periodo del 01 de julio al 31 de diciembre de 2022, mientras que para el indicador 2, como ya se mencionó, es medir el cumplimiento de lo planeado durante el periodo del 01 de julio al 31 de octubre de 2022; para que éstos se cumplan es necesario que todos los procesos involucrados se lleven a cabo en tiempo y en forma.

En consecuencia, se informa sobre las acciones de difusión de dos escenarios que transcurren durante el segundo semestre del año en curso: Entidades sin elecciones y Proceso Electoral Local 2022-2023.

Por cuanto hace al escenario de Entidades sin elecciones, contempla la difusión de las campañas Credencialización, Fortalecimiento de la Cultura Cívica, Sensibilización y prevención de la violencia política contra las mujeres en razón de género y Valor Institucional.

Con relación al Proceso Electoral Local 2022-2023, se contempla la difusión de las campañas Promoción de la Participación Ciudadana en los Procesos Electorales, Credencialización y Valor Institucional.

### **3. Hitos de la difusión institucional**

---

En este último año, más que en otros, el Instituto ha sido blanco de un contexto complejo en términos mediáticos. El Instituto ha enfrentado una serie de discursos que buscan crear una percepción entre la ciudadanía de que el INE es un organismo muy costoso y cooptado por determinados sectores.

En medio de dicho contexto, en materia de difusión, fue importante resaltar que lo que define al INE es lo valioso que le aporta al país, como la libertad que todas y todos tenemos de elegir. El INE es valioso para México por todo lo que junto con las y los ciudadanos ha construido y contribuido para nuestro país.

En este sentido, como parte del concepto MI INE NOS UNE, la difusión del segundo semestre del año incluyó el racional creativo El valor de mi INE, cuyo planteamiento principal es que fueran las y los ciudadanos quienes hablaran sobre el valor del INE

en su vida cotidiana, ya que son ellas y ellos nuestro principal pilar, la razón de ser del INE.

Por ello, la mayoría de los materiales estarían protagonizados por personas reales, no profesionales de la actuación, quienes voluntariamente aceptaran participar en la campaña y que nos contestaran la siguiente pregunta:

Para ti, ¿ POR QUÉ ES VALIOSO EL INE?

Esto dio como resultado una serie de testimoniales de mujeres, hombres y jóvenes que hablarán directa y voluntariamente acerca de su percepción hacia el trabajo que el INE realiza. De esta manera se logró una campaña en donde no solamente se recogía el sentir de la ciudadanía que reconocía el valor de la institución sino que fueron ellas y ellos quienes también explicaban, desde su experiencia, su relación directa con la organización de las elecciones, como fue el caso de CAE, supervisoras y supervisores, funcionarios y funcionarias de casilla, quienes nos contaron sus historias con el INE.

También buscamos a mexicanas y mexicanos residentes en el extranjero, que nos compartieron cuanto significaba tener su INE, ya que además de identificarles les recordará que parte de su historia sigue en México.

Esta campaña logró recoger muchos sentimientos por el hecho de que “se le dio a la ciudadanía el micrófono” para que ellas y ellos escribieran esta parte de la historia, en la que INE es un referente a nivel nacional en la organización de elecciones democráticas, transparentes y libres.

#### **4. Marco normativo**

---

Conforme a lo dispuesto en el artículo 41, párrafo tercero, Base V, apartado A, párrafo primero de la CPEUM; así como en los artículos 29, numeral 1, 30 numeral 2 y 31 numeral 1 de la LGIPE, el Instituto Nacional Electoral es un organismo público autónomo dotado de personalidad jurídica y patrimonio propios, en cuya integración participan el Poder Legislativo de la Unión, los Partidos Políticos Nacionales y la ciudadanía, en los términos que ordene la ley. Todas las actividades del Instituto se regirán por los principios de certeza, legalidad, independencia, imparcialidad, máxima publicidad, objetividad, paridad, y se realizarán con perspectiva de género.

En el artículo 41 de la CPEUM, párrafo III, apartado A, se establece que el Instituto Nacional Electoral es la autoridad única para la administración del tiempo que corresponda al Estado en materia de radio y televisión.

El artículo 30, párrafo 1, incisos a), d), f), g) e i), de la Ley General de Instituciones y Procedimientos Electorales (LGIPE) establece que son fines del INE: contribuir al desarrollo de la vida democrática; asegurar a los ciudadanos y las ciudadanas el ejercicio de sus 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; fungir como autoridad única para la administración del tiempo que corresponda 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 los artículos 58, incisos d) y g), de la LGIPE, y 49, incisos g), h) y q), del RIINE, se determina que la DECEyEC tiene, entre otras atribuciones, diseñar y promover estrategias para fomentar el voto entre la ciudadanía, así como orientarla en el ejercicio de sus derechos y cumplimiento de sus obligaciones político-electorales; 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, además de planear, ejecutar, dirigir y supervisar los programas de divulgación, desarrollo y fortalecimiento de la cultura política democrática y los referentes a la comunicación educativa, con el objeto de impulsar la cultura democrática.

En el artículo 45, párrafo 1, inciso f), se indica que para el cumplimiento de las atribuciones que la ley electoral le confiere, corresponde a la Dirección Ejecutiva del Registro Federal de Electores coadyuvar con la Dirección Ejecutiva de Capacitación Electoral y Educación Cívica en el diseño e instrumentación de las campañas institucionales.

Conforme a los artículos 38 y 39 del RRYTME, la DEPPP hará del conocimiento de los partidos políticos nacionales y locales, de las y los candidatos independientes, de la DECEyEC y de las demás autoridades electorales, las especificaciones técnicas que deberán cumplir los materiales grabados que entreguen al Instituto para su transmisión en radio y televisión, de conformidad con el acuerdo que al respecto apruebe el Comité de Radio y Televisión; asimismo, acerca del contenido y demás características de los mensajes del Instituto, estarán a cargo de la DECEyEC, para lo cual atenderá a los programas y lineamientos que apruebe el Consejo General, a propuesta de la JGE, así como las sugerencias que presente la CCEyEC.

## 5. Objetivo

---

Presentar un balance general de carácter descriptivo sobre el cumplimiento de las acciones de difusión establecidas en la Estrategia de Difusión 2022, relativas al periodo de julio a diciembre del año 2022, con base en los indicadores de desempeño de la Estrategia, los cuales permiten dar seguimiento al despliegue de las Campañas Institucionales.

## 6. Indicadores

---

### 6.1 Difusión de mensajes planeados

---

De acuerdo con la Estrategia de Difusión 2022, este indicador evalúa el número de mensajes difundidos a través de los diferentes medios de comunicación propuestos, 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 apegarse 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 determinado momento del año.**

En el caso de los escenarios Entidades sin elecciones y Proceso Electoral Local 2022-2023, que se desarrollan durante el segundo semestre del año, a continuación, es preciso recordar que diez temas fueron reprogramados en la temporalidad de su difusión durante el primer semestre del año, situación que se reportó en el Primer informe de la Instrumentación de la Estrategia de Difusión 2022.

Los temas que se reprogramaron y que por ende no se contemplan en este informe son los siguientes:

**Tabla 1. Temas reprogramados y cuya difusión se reportó en el Primer Informe sobre el seguimiento a la instrumentación de la ED 2022**

| No. | Tema   | Fecha Reportada en el Primer Informe sobre el seguimiento a la instrumentación de ED 2022 <sup>1</sup> |
|-----|--|--|
| 1   | INE Incluyente   | Febrero  |
| 2   | Divulgación de la Cultura Democrática  | Febrero-Junio  |
| 3   | Alfabetización Digital   | Mayo-Junio   |
| 4   | Registro Nacional de Proveedores   | Febrero  |
| 5   | Innovación   | Marzo-Junio  |
| 6   | ENCCIVICA  | Mayo-Junio   |
| 7   | Concurso OSC   | Marzo-Junio  |
| 8   | Distribución de competencias en materia de prevención, atención, sanción, reparación y erradicación de la violencia política contra las mujeres en razón de género | Enero-Mayo   |
| 9   | La igualdad política entre mujeres y hombres   | Enero-Junio  |
| 10  | Información al interior de Módulos   | Abril-Junio  |

Con base en lo anterior, son 24 los temas planificados para su difusión en el periodo de julio a diciembre, de los cuales se da cuenta en este informe.

<sup>1</sup> Las fechas de los temas reprogramados y cuya difusión se reportó en el Primer Informe sobre el seguimiento a la instrumentación a la Estrategia de Difusión se encuentra en; Tabla 4 (pág. 20), tabla 5 (pág. 21) y tabla 6 (pág. 22) del Primer Informe sobre el seguimiento a la instrumentación de la Estrategia de Difusión 2022

Al aplicar la fórmula establecida para este indicador el porcentaje de cumplimiento es **183%**, considerando que de julio a diciembre del presente año se contempla la difusión a través de diversos medios de comunicación de un total de **44 temas de los 24 planeados en la Estrategia**. Este resultado se debe a que se atendió la difusión de temas de distinta naturaleza como fueron:

- Colaboraciones con organizaciones de la sociedad civil, organismos internacionales y entidades gubernamentales que derivaron en las campañas Cumbre Global de la Democracia, VPCRMG-INE- FISEL, Tejiendo redes ciudadanas, Sandía digital, Convocatorias de la red AMI, PNIPPM y Seminario de Estado de Derecho y Combate a la Corrupción.
- Campañas derivadas de acuerdos del Consejo General, la Junta General Ejecutiva o de proyectos institucionales como fueron Resultados de la Consulta Infantil y Juvenil, Consulta a pueblos indígenas, Informe País, Parlamento Infantil, Red Civitas MMRE, Chatbot, Ferias del libro y eventos culturales, Exposición Ciudadanía, Democracia y Propaganda Electoral en México 1910-2018; Difusión de producción editorial, Difusión del PNIPPM, Guía para la prevención de la VPMRG y el Ilustrómetro sobre los tipos de violencia política contra las mujeres en razón de género.

Todas estas campañas fueron atendidas a través de canales digitales, ya fueran redes sociales, activaciones transmedia en medios digitales o a través de nuestro asistente virtual Chatbot.

Los temas de coyuntura que se difundieron entre los concesionarios de radio y televisión fueron Resultados de la Consulta Infantil y Juvenil, Consulta a pueblos indígenas, Cumbre Global de la Democracia, VPCRMG-INE- FISEL, Tecnología Aplicada a la Organización de las Elecciones y Seminario de Estado de Derecho y Combate a la Corrupción, como se detalla en la Tabla 2 de este informe.

La siguiente ilustración muestra los materiales planeados y los difundidos, donde se observa que en este informe se reporta una importante cantidad de temas de coyuntura que fueron atendidos.

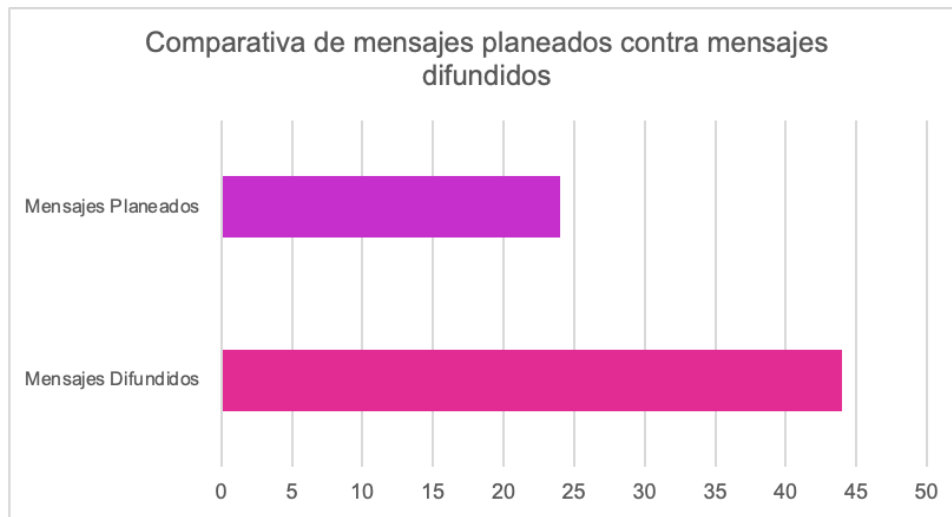


Ilustración 2, Comparativa de mensajes planeados contra mensajes difundidos

De acuerdo con este indicador, dentro del 10% de mensajes que pueden no apegarse a lo planeado y servir para la atención de un tema diferente, solo se modificó el siguiente:

| Tabla 2. Temas que no se apegaron a lo planeado por atender una temática diferente o no se difundieron |   |  |   |
|--|---|--|---|
| No.  | Tema original   | Tema nuevo                                     | Justificación   |
| 2  | Credencialización de Mexicanas y Mexicanos en el extranjero | Seguridad y validez de la INE en el extranjero | Se atendió la petición de la Comisión del Voto de las Mexicanas y Mexicanos Residentes en el Extranjero, de generar materiales para radio, televisión, redes sociales y medios digitales para informar a la ciudadanía que la INE tramitada en México, así como la tramitada en el extranjero tienen los mismos mecanismos de seguridad y la misma validez para realizar trámites dentro y fuera del territorio mexicano. |

Asimismo, a fin de atender los mensajes de coyuntura, es decir, los que no están planificados en la Estrategia pero si están considerados como campañas unitarias se enumeran los siguientes temas:

**Tabla 3. Mensajes de coyuntura  
 difundidos**

| No. | Medio   | Tema  | Objetivo de comunicación  |
|-----|---|---|---|
| 1   | Radio, TV, redes sociales, activaciones transmedia y chatbot. | Resultados Consulta Infantil y Juvenil 2022 | Reconocer la participación de casi 7 millones de niñas, niños y adolescentes y dar a conocer los resultados de sus respuestas a fin de que estas sean retomadas por personas tomadoras de decisiones y consideradas para generar políticas públicas a favor de este sector.   |
| 2   | Radio, TV y redes sociales.                                   | Consulta Pueblos Indígenas                  | A solicitud de la DEPPP, se generó una campaña para dar a conocer que el INE llevaría a cabo una Consulta previa, libre e informada a personas, pueblos y comunidades indígenas, sobre la forma en que se debe acreditar la identidad indígena de las personas que se registran a una candidatura federal de elección popular, a fin de emitir lineamientos que le permitieran verificar el cumplimiento del requisito de autoadscripción calificada en el registro de candidaturas a cargos federales de elección popular bajo la acción afirmativa para personas indígenas, en cumplimiento a lo mandato por el Tribunal Electoral del Poder Judicial de la Federación (TEPJF)<br>Esta campaña contemplo versiones en lenguas Maya, Mixteco, Náhuatl, Otomí, Purépecha, Tzotzil y Zapoteco. |
| 3   | Radio, TV, activaciones transmedia y redes sociales.          | Cumbre Global de la Democracia              | Dar a conocer que México fue sede de la Cumbre Global de la Democracia electoral, cuyo propósito fundamental fue desarrollar un proceso global de reflexión, debate y propuesta sobre los grandes desafíos que enfrentan los regímenes democráticos, en donde participaron organismos electorales a nivel internacional.  |



|    |   |   |  |
|----|---|---|--|
| 4  | Radio y TV  | Tecnología Aplicada a la Organización de las Elecciones | Informar que el INE utiliza nuevas tecnologías que fortalecen la transparencia y confianza en la organización de los procesos electorales. Generando mecanismos que robustecen además la seguridad de la INE.    |
| 5  | Radio, TV, activaciones transmedia y redes sociales | VPCRMG-INE- FISEL                                       | Dar a conocer los supuestos de un delito de violencia política contra las mujeres en razón de género, los mecanismos de denuncia y los protocolos de atención. Esta campaña se produjo en alianza con la FISEL.  |
| 6  | Redes Sociales y activaciones transmedia            | Informe País 2020                                       | Difundir los resultados del Informe País 2020, cuyo foco es conocer la percepción que la ciudadanía tiene de la democracia, los procesos y las instituciones relacionadas con ella.                              |
| 7  | Redes sociales y chatbot                            | Parlamento Infantil                                     | Difundir la convocatoria de registro de niñas y niños a nivel nacional que aspiren a participar como representantes de su estado en el Parlamento Infantil que se llevará a cabo en 2023.                        |
| 8  | Redes sociales                                      | Red Civitas MMRE  | Difundir contenidos que contribuyan a la construcción de cultura política participativa y democrática de las mexicanas y los mexicanos que residen en el extranjero.   |
| 9  | Redes sociales                                      | Tejiendo Redes Ciudadanas                               | Difundir la convocatoria para que las y los jóvenes participen en el Concurso Nacional "Tejiendo Redes Ciudadanas por Juventudes Diversas", organizado con Equidad.mx  |
| 10 | Redes sociales                                      | Sandía Digital  | Incentivar la reflexión en torno a los derechos políticos de las mujeres afrodescendientes en México. Esta campaña deriva del proyecto Nuestras voces cuentan, se produjo en colaboración con La Sandía Digital. |
| 11 | Redes sociales y activaciones transmedia            | Chatbot   | Incentivar el uso de la Asistente Virtual Chatbot Inés para consultas ciudadanas sobre información relevante relacionada con trámites de la CPV, elecciones o convocatorias ciudadanas.                          |

|    |  |  |  |
|----|--|--|--|
| 12 | Redes sociales                           | Protocolo Trans  | Difusión de los protocolos implementados por el Instituto para garantizar el derecho al reconocimiento de la identidad de las personas transexuales.                           |
| 13 | Redes sociales                           | Ferias de Libro y Eventos Culturales   | Incentivar la participación de la ciudadanía en las actividades culturales en las que participa el Instituto.  |
| 14 | Redes sociales y activaciones transmedia | Convocatorias de la Red AMI  | Difundir las actividades digitales que en colaboración con la Red AMI se realizan para incentivar a reflexión en torno a la importancia de la alfabetización digital.          |
| 15 | Redes sociales y activaciones transmedia | Exposición Ciudadanía, Democracia y Propaganda Electoral en México 1910-2018 | Incentivar la visita virtual y presencial a la exposición Ciudadanía, Democracia y Propaganda Electoral en México 1910-2018 que se realiza en colaboración con el MODO.        |
| 16 | Redes sociales y activaciones transmedia | Difusión de producción editorial   | Difundir la producción editorial de las diversas colecciones del INE, así como incentivar la descarga gratuita de los libros.  |
| 17 | Redes sociales y activaciones transmedia | Difusión PNIPPM  | Difundir de las fechas relevantes del Programa Nacional de Impulso a la Participación Política de las Mujeres a través de Organizaciones de la Sociedad Civil 2022.            |
| 18 | Redes sociales y activaciones transmedia | Guía para la prevención de la VPMRG  | Incentivar la descarga y lectura de la Guía para la prevención de la VPMRG   |
| 19 | Redes sociales y activaciones transmedia | Ilustrómetro de los tipos de VPMRG   | Construir cultura de prevención de la violencia política contra las mujeres en razón de género a partir de generar conocimiento de las diversas formas en las que se presenta. |

|    |       |  |   |
|----|-------|--|---|
| 20 | Radio | Seminario de Estado de Derecho y Combate a la Corrupción | Informar a la ciudadanía sobre la realización de este seminario que realizarían organismos públicos, así como instituciones educativas, en donde participa el INE, como parte de las actividades de la Feria Internacional del Libro de Guadalajara, en donde el Instituto tiene presencia desde hace varios años, y que es un foro idóneo para la difusión de publicaciones gratuitas de la editorial INE. |
|----|-------|--|---|

## 6.2 Porcentaje de mensajes 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 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.

La fórmula para obtener el porcentaje es:

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

En este sentido, se muestra a continuación el detalle del cumplimiento en la transmisión de los spots del Instituto:

Conforme a los reportes de monitoreo de la DEPPP, se presenta el porcentaje de la transmisión de los temas difundidos a nivel nacional en radio y televisión del **01 de julio al 31 de octubre de 2022**.

Bajo este contexto, una vez concluido el ciclo de monitoreo por parte del área correspondiente, se pautaron **867,090** spots, de los cuales se verificaron **789,331** spots, teniendo un cumplimiento total de **97.67%** al registrarse **770,935** impactos transmitidos (**725,251** durante periodo ordinario y **45,684** durante proceso electoral).

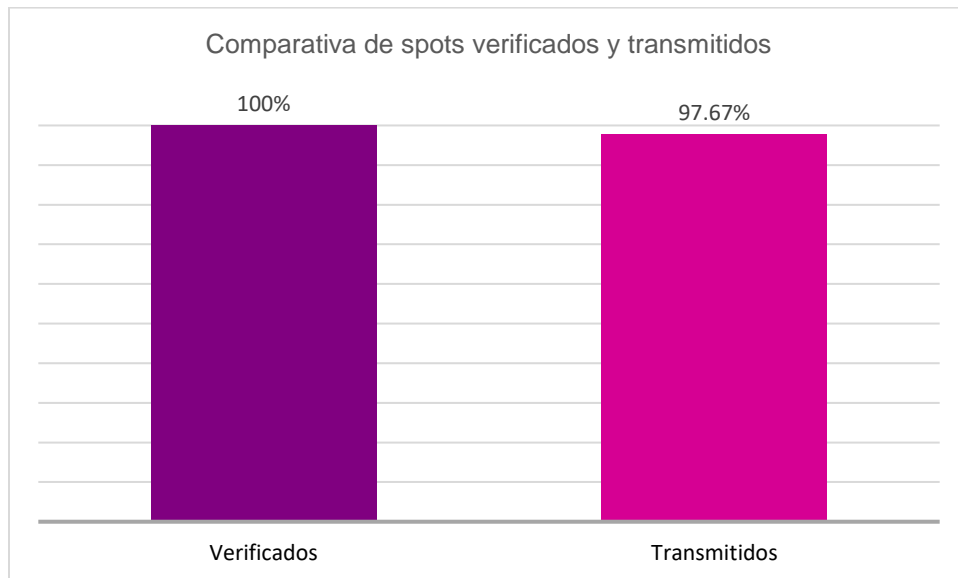


Ilustración 3, Spots verificados contra spots transmitidos

### 6.2.1 Periodo ordinario

En la pauta de periodo ordinario, de los **725,251** impactos transmitidos del 01 de julio al 31 de octubre de 2022, **515,508** corresponden a radio y **209,743** corresponden a televisión, presentando un cumplimiento total del **97.57%**.

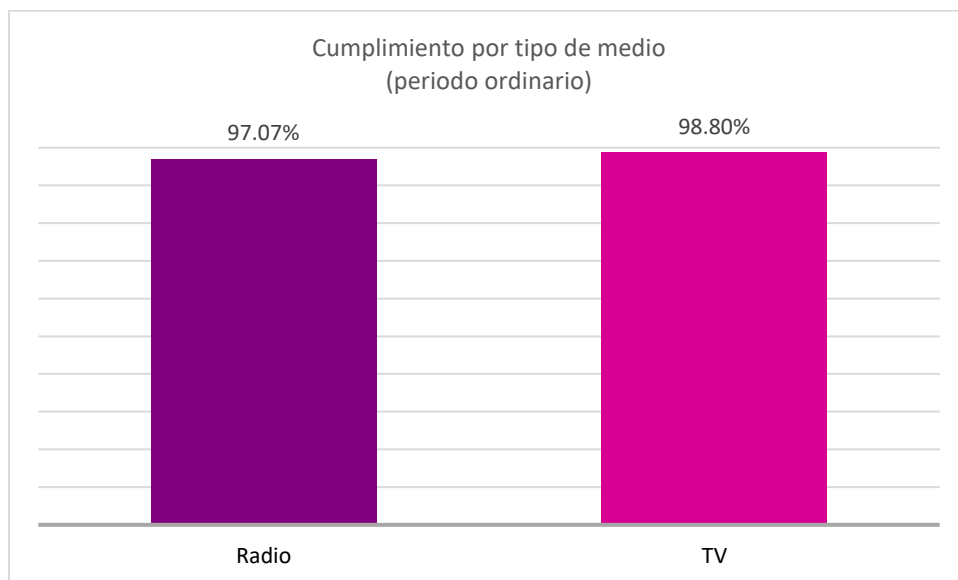


Ilustración 4. Cumplimiento spots transmitidos durante periodo ordinario

### 6.2.2 Proceso Electoral Local 2022-2023

En lo que corresponde a la pauta electoral, de los **45,684** impactos transmitidos del 01 de julio al 31 de octubre, **32,786** corresponden a radio y **12,898** corresponden a televisión, presentando un cumplimiento total del **99.34%**.

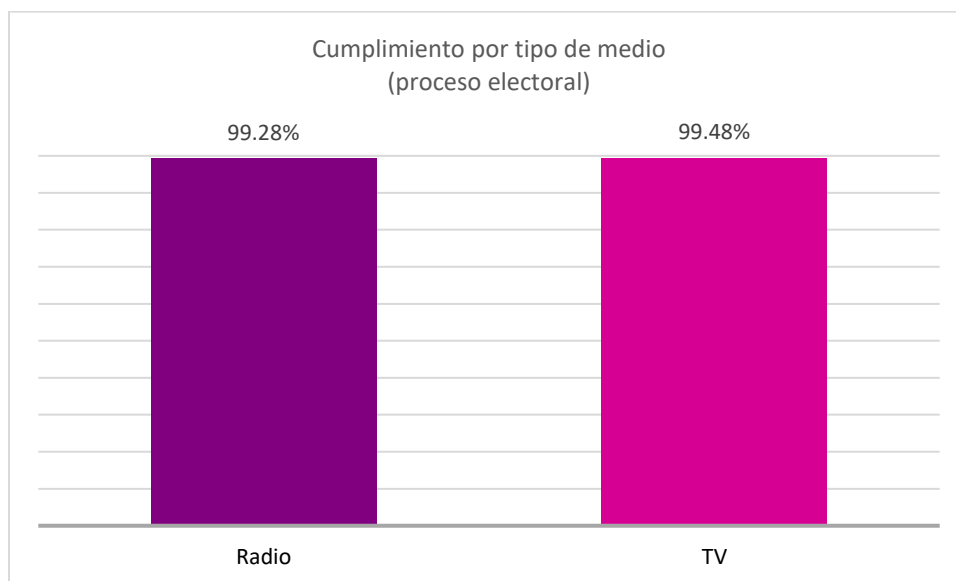


Ilustración 5, Cumplimiento spots transmitidos durante proceso electoral

### 6.3 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.

Para este informe el presente indicador toma especial relevancia, ya que se replantearon la mayoría de los temas considerados en la Estrategia de Difusión 2022, en el periodo que se reporta, con el objetivo de ampliar la difusión de temas relativos a las campañas de Credencialización y de Sensibilización en contra de la violencia política contra las mujeres en razón de género y a su vez, atender el reto que representó difundir 20 temas de coyuntura.

| Tabla 4. Mensajes y cumplimiento del indicador de temporalidad<br>Entidades Sin Elección 2022 |                                    |                              |   |                                   |
|---|------------------------------------|------------------------------|---|-----------------------------------|
| No.   | Tema                               | Periodo de difusión planeado | Periodo de difusión real durante el periodo reportado (Jul-Dic) | % de cumplimiento de temporalidad |
| 1   | Credencialización en el extranjero | Jul-Dic                      | Sept-Dic  | 60%                               |
| 2   | Mi INE nos une                     | Enero-<br>Noviembre          | Julio-<br>Noviembre   | 100%                              |
| <b>Porcentaje de cumplimiento:</b>  |                                    |                              |   | <b>80%</b>                        |

Tomando como base los 44 temas reportados en el Indicador 1, se presenta el reporte de los temas difundidos en Entidades sin elección y en Entidades que celebran Proceso Electoral Local 2023-2023, 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.

Asimismo, se reportan los mensajes que sufrieron ajuste en la temporalidad de su difusión por cuestiones estratégicas o de coyuntura.

A continuación, se presenta el detalle de temporalidad de difusión de los mensajes en Entidades sin elecciones:

En el caso del tema de credencialización en el extranjero, se informa que el porcentaje obtenido es porque las regalías de derechos de los materiales son por seis meses, por lo que se inició la difusión a partir de septiembre a fin de abarcar el próximo año hasta el mes de marzo.

En lo que respecta a los demás materiales es preciso señalar que sufrieron ajustes en su periodo de difusión inicialmente planeado, por temas estratégicos, con el objetivo de reforzar la difusión de temas relacionados con la campaña de Sensibilización en contra de la violencia política contra las

mujeres en razón de género, específicamente de los temas de El reconocimiento pleno de los derechos humanos de las mujeres en el ámbito político y Desafíos para el ejercicio de los derechos políticos de las mujeres; en el primero se aumentó el periodo de difusión de 2 a 5 meses, mientras que el segundo se trasladó el periodo para iniciar en el mes de octubre en lugar del mes de julio a fin de que el mensaje estuviera presente hasta el último mes del año.

También se incrementó el periodo inicialmente planificado para seis temas de credencialización a fin de ampliarlos y que se difundieran durante el último semestre del año, estos fueron los referentes a: Notificación Cambio de Domicilio, Inscripción al Padrón, Renovación de Credenciales, Corrección de datos, Notificación de Ciudadanos y ciudadanas fallecidos, Reincorporación al Padrón Electoral y Reincorporación de ciudadanas y ciudadanos rehabilitados en sus derechos políticos.

En lo que se refiere a los periodos de difusión de los temas Reposición de credenciales por robo o extravió, Avisos de Recepción, Atención a grupos vulnerables MAC, Art.155 se recorrieron a fin de que su difusión estuviera presente durante el último trimestre del año.

El tema de Seguridad y validez de la INE en el extranjero, al ser el único que fue resultado de un cambio en su objetivo, se ajustó su periodo de difusión debido al replanteamiento del mensaje.

Todos estos ajustes se enumeran a continuación:

| Tabla 5. Mensajes que modificaron su periodo de temporalidad por cuestiones estratégicas |  |  |                                  |                          |                                   |
|--|--|--|----------------------------------|--------------------------|-----------------------------------|
| No.  | Tema planeado/tema replanteado.  | Periodo de difusión planeado en Estrategia de Difusión/Periodo reportado | Periodo de difusión reprogramado | Periodo de difusión real | % de cumplimiento de temporalidad |
| 1  | El reconocimiento pleno de los derechos humanos de las mujeres en el ámbito político | Oct-Nov  | Ago-Dic                          | Ago-Dic                  | 100%                              |

|    |  |          |          |          |             |
|----|--|----------|----------|----------|-------------|
| 2  | Desafíos para el ejercicio de los derechos políticos de las mujeres  | Jul-Sept | Oct-Dic  | Oct-Dic  | <b>100%</b> |
| 3  | Notificación Cambio de Domicilio   | Abr-Sept | Jul-Dic  | Jul-Dic  | <b>100%</b> |
|    |  | Jul-Sept |          |          |             |
| 4  | Inscripción al Padrón  | Abr-Sept | Jul-Dic  | Jul-Dic  | <b>100%</b> |
|    |  | Jul-Sept |          |          |             |
| 5  | Renovación de Credenciales   | Abr-Jul  | Jul-Dic  | Jul-Dic  | <b>100%</b> |
|    |  | Julio    |          |          |             |
| 6  | Corrección de datos  | Mar-Ago  | Jul-Dic  | Jul-Dic  | <b>100%</b> |
|    |  | Jul-Ago  |          |          |             |
| 7  | Notificación de Ciudadanos y ciudadanas fallecidos   | Abr-Sept | Jul-Dic  | Jul-Dic  | <b>100%</b> |
|    |  | Jul-Sept |          |          |             |
| 8  | Reincorporación al Padrón Electoral  | Abr-Sept | Jul-Dic  | Jul-Dic  | <b>100%</b> |
|    |  | Jul-Sept |          |          |             |
| 9  | Reincorporación de ciudadanas y ciudadanos rehabilitados en sus derechos políticos                             | Abr-Sept | Jul-Dic  | Jul-Dic  | <b>100%</b> |
|    |  | Jul-Sept |          |          |             |
| 10 | Seguridad y validez de la INE en el extranjero/<br>Credencialización de Mexicanas y Mexicanos en el extranjero | Jul-Dic  | Sept-Dic | Sept-Dic | <b>100%</b> |



|                                    |  |          |          |          |             |
|------------------------------------|--|----------|----------|----------|-------------|
| 11                                 | Reposición de credenciales por robo o extravió | Abr-Sept | Sept-Dic | Sept-Dic | 100%        |
|                                    |  | Jul-Sept |          |          |             |
| 12                                 | Avisos de Recepción                            | Jul-Dic  | Oct-Dic  | Oct-Dic  | 100%        |
| 13                                 | Atención a grupos vulnerables MAC              | Abr-Sept | Oct-Dic  | Oct-Dic  | 100%        |
| 14                                 | Art.155  | Abr-Sept | Oct-Dic  | Oct-Dic  | 100%        |
| 15                                 | Registro Nacional de proveedores (PEL 22-23)   | Sept-Dic | Nov-Dic  | Nov-Dic  | 100%        |
| <b>Porcentaje de cumplimiento:</b> |  |          |          |          | <b>100%</b> |

De acuerdo con lo reportado en el primer indicador, se atendió el requerimiento de difusión de 20 temas de coyuntura, cuya temporalidad se estableció a partir de la solicitud hecha por las áreas requirentes. A continuación, se presenta la temporalidad de dichos temas:

| Tabla 6. Mensajes y cumplimiento del indicador de temporalidad de mensajes de coyuntura |   |                              |   |                                   |
|---|---|------------------------------|---|-----------------------------------|
| No.   | Tema  | Periodo de difusión planeado | Periodo de difusión real durante el periodo reportado (Jul-Dic) | % de cumplimiento de temporalidad |
| 1   | Resultados Consulta Infantil y Juvenil 2021 | Jul-Nov                      | Jul-Nov   | 100%                              |
| 2   | Consulta Pueblos Indígenas                  | Julio                        | Julio   | 100%                              |

|    |  |            |            |             |
|----|--|------------|------------|-------------|
| 3  | Cumbre Global de la Democracia   | Sept-Dic   | Sept-Dic   | <b>100%</b> |
| 4  | Tecnología Aplicada a la Organización de las Elecciones                      | Diciembre  | Diciembre  | <b>100%</b> |
| 5  | VPRMG Es un Delito -INE-FISEL  | Diciembre  | Diciembre  | <b>100%</b> |
| 6  | Informe País 2020  | Oct-Nov    | Oct-Nov    | <b>100%</b> |
| 7  | Parlamento Infantil  | Noviembre  | Noviembre  | <b>100%</b> |
| 8  | Red Civitas MMRE   | Sept-Oct   | Sept-Oct   | <b>100%</b> |
| 9  | Tejiendo Redes Ciudadanas  | Sept-Nov   | Sept-Nov   | <b>100%</b> |
| 10 | Sandía Digital   | Septiembre | Sept-Oct   | <b>100%</b> |
| 11 | Chatbot  | Oct-Nov    | Oct-Nov    | <b>100%</b> |
| 12 | Protocolo Trans  | Julio      | Julio      | <b>100%</b> |
| 13 | Ferias de Libro y Eventos Culturales   | Sept-Dic   | Sept-Dic   | <b>100%</b> |
| 14 | Convocatorias de la Red AMI  | Sept-Nov   | Sept-Nov   | <b>100%</b> |
| 15 | Exposición Ciudadanía, Democracia y Propaganda Electoral en México 1910-2018 | Ago-Nov    | Ago-Nov    | <b>100%</b> |
| 16 | Difusión De la producción editorial  | Ago-Dic    | Ago-Dic    | <b>100%</b> |
| 17 | Difusión PNIPPM  | Septiembre | Septiembre | <b>100%</b> |
| 18 | Guía para la prevención de la VPMRG  | Ago-Nov    | Ago-Nov    | <b>100%</b> |

|                                    |  |          |          |             |
|------------------------------------|--|----------|----------|-------------|
|                                    |  |          |          |             |
| 19                                 | Ilustrómetro de los tipos de VPMRG                       | Sept-Nov | Sept-Nov | <b>100%</b> |
| 20                                 | Seminario de Estado de Derecho y Combate a la Corrupción | Nov-Dic  | Nov-Dic  | <b>100%</b> |
| <b>Porcentaje de cumplimiento:</b> |  |          |          | <b>100%</b> |

Para el escenario de Entidades con PEL 2022-2023, es decir para Coahuila y Estado de México, la difusión se centra por un lado en temas sobre convocatorias ciudadanas como son CAE y observadores/ras electorales, cuyo periodo de difusión se alineó a las fechas aprobadas por nuestras autoridades electorales; y por otro lado, en temas de credencialización que transcurrieron de acuerdo con lo planeado, excepto lo relativo al tema del art. 155 cuyo periodo de difusión se recorrió, así como el de Registro Nacional de proveedores a fin de posicionarlos en los últimos meses del año.

A continuación, se presenta el detalle de temporalidad de difusión de los mensajes en Entidades con PEL:

En lo que se refiere a los mensajes programados para Entidades con PEL 2022-2023, que fueron modificados en su periodo de temporalidad por cuestiones estratégicas se listan los siguientes:

| Tabla 7. Mensajes y cumplimiento del indicador de temporalidad<br>Proceso Electoral Local 2022-2023 |  |                              |                          |                                   |
|---|--|------------------------------|--------------------------|-----------------------------------|
| No.   | Tema   | Periodo de difusión planeado | Periodo de difusión real | % de cumplimiento de temporalidad |
| 2   | Fecha límite para cambio de domicilio                                  | Sept-Dic                     | Oct-Dic                  | 100%                              |
| 3   | Fecha límite de Inscripción al Padrón Electoral                        | Sept-Dic                     | Oct-Dic                  | 100%                              |
| 4   | Fecha límite para renovación de vigencia de la Credencial para Votar   | Sept-Dic                     | Oct-Dic                  | 100%                              |
| 5   | Registro de Intención de voto Mexicanos/as Residentes en el Extranjero | Sept- Dic                    | Sept-Mar                 | 100%                              |
| <b>Porcentaje de cumplimiento:</b>  |  |                              |                          | <b>100%</b>                       |

| Tabla 8. Mensajes que modificaron su periodo de temporalidad por cuestiones estratégicas |                                 |  |                                  |                          |                                   |
|--|---------------------------------|--|----------------------------------|--------------------------|-----------------------------------|
| No.  | Tema planeado/tema replanteado. | Periodo de difusión planeado en ED/Periodo reportado | Periodo de difusión reprogramado | Periodo de difusión real | % de cumplimiento de temporalidad |

|                                    |  |          |         |         |             |
|------------------------------------|--|----------|---------|---------|-------------|
| 1                                  | Convocatoria para Supervisor/a Electoral y Capacitador/a Asistente Electoral | Nov-Dic  | Nov     | Nov     | 100%        |
| 2                                  | Convocatoria Observadores y Observadoras Electorales                         | Sept-Dic | Oct-Dic | Oct-Dic | 100%        |
| 4                                  | Art. 155   | Nov-Dic  | Oct-Dic | Oct-Dic | 100%        |
| 5                                  | Registro Nacional de proveedores (PEL 22-23)                                 | Sept-Dic | Nov-Dic | Nov-Dic | 100%        |
| <b>Porcentaje de cumplimiento:</b> |  |          |         |         | <b>100%</b> |

Considerando lo anterior, sumando los cuatro porcentajes de las tablas 4, 5, 6, 7 y 8, y dividiendo entre 4, se establece que el nivel de porcentaje en este indicador es del 96%.

## 7. Resultados de la evaluación de la Campaña Institucional 2022 realizada por la Universidad Nacional Autónoma de México (UNAM)

Como cada año, la UNAM realizó la evaluación de los materiales de medios masivos y digitales de la Campaña Institucional 2022 con el objetivo de conocer la valoración de la ciudadanía en términos de recordación y comprensión de los mensajes, correspondencia con el público objetivo y con el posicionamiento e identidad percibida del Instituto.

Los principales hallazgos de este estudio sirven como insumo para el planteamiento de la estrategia de difusión 2023- 2024 y para la producción de los materiales que de esta deriven. Entre los hallazgos resaltan:

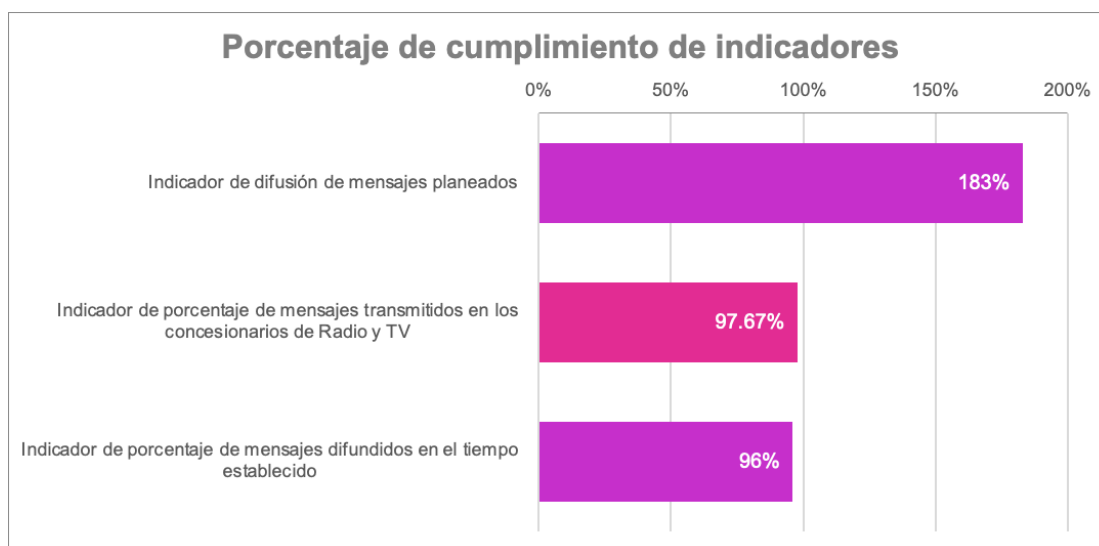
- La utilidad y la claridad son los atributos más valorados en los productos de comunicación. La ciudadanía expresa especial interés en aquellos contenidos que ofrecen información referente a requisitos para trámites de credencialización, fechas, horarios y ubicación de las casillas en los procesos electorales.
- La credencialización y la organización de procesos electorales son los temas que se perciben más afines a las funciones percibidas del instituto. La confiabilidad y la imparcialidad son los valores asociados al posicionamiento institucional.
- Los medios masivos siguen siendo el principal referente de información para la ciudadanía. La televisión, la radio, los medios impresos y exteriores son los más recordados por la ciudadanía.
- La segmentación y utilidad son claves en medios digitales. La valoración de los materiales producidos para redes sociales, medios y plataformas digitales son mejor valorados por las personas en la medida en la que perciben que ofrecen información de su interés y que se dirigen a su perfil etario o actitudinal.

A partir de lo anterior, se concluye que la segmentación de públicos objetivos en perfiles demográficos y actitudinales, la selección de canales de difusión en función de los objetivos de comunicación y el diseño de racionales en función de los valores que la ciudadanía relaciona con el Instituto son los principales factores a tomar en cuenta para la ejecución y programación de Campañas Institucionales de frente a 2023.

## 8. 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:



*Ilustración 6, Porcentaje de cumplimiento de indicadores*

En el caso del indicador 1 de difusión de los mensajes planeados, se cumplió con los temas programados y reprogramados derivado de la dinámica institucional. Además de que se atendieron los temas coyunturales resultado de colaboraciones o acuerdos del Consejo General, la Junta General Ejecutiva o de proyectos institucionales.

Para alcanzar este desempeño positivo, en el ámbito digital resultó especialmente útil la selección de los medios o plataformas cuyas características pudieran resultar adecuadas para cumplir con el objetivo de comunicación y alcanzar a la población objetivo; así como la producción de materiales pensados específicamente para cada canal, objetivo y audiencia a fin de evitar la saturación de los canales institucionales.

En general el desempeño en este indicador resalta la importancia de la diversificación de canales de difusión en materia de Campañas Institucionales, para favorecer la recordación y la utilidad de los mensajes producidos.

En el caso del indicador 2, se da cuenta de un balance positivo en la atribución que tiene la DECEyEC sobre la difusión de mensajes en radio y tv, siendo que el porcentaje general de transmisión supera el 90% que establece el indicador, lo cual se puede corroborar con los resultados del monitoreo de medios que realiza el Instituto a las emisoras de radio y tv a nivel nacional.

El indicador 3 da cuenta de un buen desempeño que implicó el reto de atender 20 nuevos temas, ampliar el periodo de difusión de temas relacionados con las campañas de Credencialización y Sensibilización en contra de la violencia política contra las mujeres en razón de género y alinear la temporalidad de difusión a temas

como Convocatoria CAE y Convocatoria Observación electoral, de acuerdo con los plazos aprobados.

Los ajustes realizados en este indicador tuvieron como objetivo reforzar la difusión y en algunos casos como en los temas relativos al Registro Nacional de Proveedores y Art. 155 para recorrer la temporalidad inicial con la intención de aumentar la carga de difusión en la víspera del cierre de las fechas límites de los respectivos procesos.

## Anexo 1. Impactos por tema, pautados en radio y televisión en periodo ordinario

| VERSIÓN   | PAUTADOS       | NO VERIFICADOS | VERIFICADOS    | TRANSMITIDOS   | NO TRANSMITIDOS | % CUMPLIMIENTO | % INCUMPLIMIENTO |
|---|----------------|----------------|----------------|----------------|-----------------|----------------|------------------|
| C3_SC_JUSTICIA ELECTORAL-PROTOCOLO VPMRG_0422_RD      | 56,781         | 3,052          | 53,729         | 52,177         | 1,552           | 97.11%         | 2.89%            |
| C3_SC_JUSTICIA ELECTORAL-PROTOCOLO VPMRG_0422_TV      | 25,608         | 2,654          | 22,954         | 22,722         | 232             | 98.99%         | 1.01%            |
| C4_SB_ACTUALIZACIÓN DE DOMICILIO RE_0622_RD           | 8,099          | 197            | 7,902          | 7,683          | 219             | 97.23%         | 2.77%            |
| C4_SB_ACTUALIZACIÓN DE DOMICILIO RE_0622_TV           | 3,995          | 323            | 3,672          | 3,630          | 42              | 98.86%         | 1.14%            |
| C4_SB_CAMBIO DE DOMICILIO ESE 2022_0622_RD            | 55,907         | 3,191          | 52,716         | 51,094         | 1,622           | 96.92%         | 3.08%            |
| C4_SB_CAMBIO DE DOMICILIO ESE 2022_0622_TV            | 3,053          | 284            | 2,769          | 2,746          | 23              | 99.17%         | 0.83%            |
| C4_SB_CAMBIO DE DOMICILIO ESE 2022_0622_TV            | 19,216         | 2,412          | 16,804         | 16,615         | 189             | 98.88%         | 1.12%            |
| C4_SB_CREDENCIALIZACIÓN EN EL EXTRANJERO_0822_RD      | 27,744         | 2,332          | 25,412         | 24,654         | 758             | 97.02%         | 2.98%            |
| C4_SB_CREDENCIALIZACIÓN EN EL EXTRANJERO_0822_TV      | 5,229          | 563            | 4,666          | 4,576          | 90              | 98.07%         | 1.93%            |
| C4_SB_CREDENCIALIZACIÓN EN EL EXTRANJERO_0822_TV      | 6,760          | 1,379          | 5,381          | 5,328          | 53              | 99.02%         | 0.98%            |
| C4_SB_INSCRIPCIÓN AL PADRÓN ESE 2022_0622_RD          | 50,016         | 2,796          | 47,220         | 45,851         | 1,369           | 97.10%         | 2.90%            |
| C4_SB_INSCRIPCIÓN AL PADRÓN ESE 2022_0622_TV          | 22,471         | 2,642          | 19,829         | 19,606         | 223             | 98.88%         | 1.12%            |
| C4_SB_INSCRIPCIÓN AL PADRÓN RE_0622_RD                | 6,957          | 165            | 6,792          | 6,584          | 208             | 96.94%         | 3.06%            |
| C4_SB_INSCRIPCIÓN AL PADRÓN RE_0622_TV                | 2,929          | 244            | 2,685          | 2,653          | 32              | 98.81%         | 1.19%            |
| C4_SB_RENOVACIÓN CPV ESE 2022_0622_RD                 | 55,782         | 3,208          | 52,574         | 50,986         | 1,588           | 96.98%         | 3.02%            |
| C4_SB_RENOVACIÓN CPV ESE 2022_0622_TV                 | 25,163         | 3,177          | 21,986         | 21,744         | 242             | 98.90%         | 1.10%            |
| C4_SB_RENOVACIÓN DE VIGENCIA INE RE_0622_RD           | 6,898          | 156            | 6,742          | 6,550          | 192             | 97.15%         | 2.85%            |
| C4_SB_RENOVACIÓN DE VIGENCIA INE RE_0622_TV           | 3,849          | 326            | 3,523          | 3,486          | 37              | 98.95%         | 1.05%            |
| C5_SA_MI INE NOS UNE V2_0422_RD                       | 62,001         | 2,788          | 59,213         | 57,476         | 1,737           | 97.07%         | 2.93%            |
| C5_SA_MI INE NOS UNE V2_0422_TV                       | 25,126         | 2,650          | 22,476         | 22,236         | 240             | 98.93%         | 1.07%            |
| C5_SA_MI INE NOS UNE V3_0422_RD                       | 55,314         | 2,461          | 52,853         | 51,305         | 1,548           | 97.07%         | 2.93%            |
| C5_SA_MI INE NOS UNE V3_0422_TV                       | 24,658         | 2,650          | 22,008         | 21,726         | 282             | 98.72%         | 1.28%            |
| CO_CONSULTA INFANTIL Y JUVENIL 2022_0522_RD           | 60,517         | 3,305          | 57,212         | 55,497         | 1,715           | 97.00%         | 3.00%            |
| CO_CONSULTA INFANTIL Y JUVENIL 2022_0522_TV           | 26,323         | 2,999          | 23,324         | 23,054         | 270             | 98.84%         | 1.16%            |
| CO_CONSULTA PUEBLOS INDÍGENAS (MAYA)_0622_RD          | 198            | 0              | 198            | 197            | 1               | 99.49%         | 0.51%            |
| CO_CONSULTA PUEBLOS INDÍGENAS (MAYA)_0622_TV          | 86             | 2              | 84             | 83             | 1               | 98.81%         | 1.19%            |
| CO_CONSULTA PUEBLOS INDÍGENAS (MIXTECO)_0622_RD       | 216            | 1              | 215            | 208            | 7               | 96.74%         | 3.26%            |
| CO_CONSULTA PUEBLOS INDÍGENAS (MIXTECO)_0622_TV       | 152            | 0              | 152            | 152            | 0               | 100%           | 0%               |
| CO_CONSULTA PUEBLOS INDÍGENAS (NÁHUATL)_0622_RD       | 1,793          | 113            | 1,680          | 1,617          | 63              | 96.25%         | 3.75%            |
| CO_CONSULTA PUEBLOS INDÍGENAS (NÁHUATL)_0622_TV       | 490            | 101            | 389            | 387            | 2               | 99.49%         | 0.51%            |
| CO_CONSULTA PUEBLOS INDÍGENAS (OTOMÍ-HNA HNÚ)_0622_RD | 186            | 0              | 186            | 184            | 2               | 98.92%         | 1.08%            |
| CO_CONSULTA PUEBLOS INDÍGENAS (OTOMÍ-HNA HNÚ)_0622_TV | 72             | 0              | 72             | 72             | 0               | 100%           | 0%               |
| CO_CONSULTA PUEBLOS INDÍGENAS (PURÉPECHA)_0622_RD     | 340            | 2              | 338            | 322            | 16              | 95.27%         | 4.73%            |
| CO_CONSULTA PUEBLOS INDÍGENAS (PURÉPECHA)_0622_TV     | 176            | 4              | 172            | 170            | 2               | 98.84%         | 1.16%            |
| CO_CONSULTA PUEBLOS INDÍGENAS (TZOTZIL)_0622_RD       | 222            | 0              | 222            | 222            | 0               | 100%           | 0%               |
| CO_CONSULTA PUEBLOS INDÍGENAS (TZOTZIL)_0622_TV       | 180            | 0              | 180            | 180            | 0               | 100%           | 0%               |
| CO_CONSULTA PUEBLOS INDÍGENAS (ZAPOTECO)_0622_RD      | 108            | 0              | 108            | 104            | 4               | 96.30%         | 3.70%            |
| CO_CONSULTA PUEBLOS INDÍGENAS (ZAPOTECO)_0622_TV      | 104            | 0              | 104            | 104            | 0               | 100%           | 0%               |
| CO_CONSULTA PUEBLOS INDÍGENAS_0622_V_ESPAÑOL_TV       | 3,119          | 242            | 2,877          | 2,849          | 28              | 99.03%         | 0.97%            |
| CO_CONSULTA PUEBLOS INDÍGENAS_0622_RD (ESPAÑOL)       | 4,044          | 104            | 3,940          | 3,834          | 106             | 97.31%         | 2.69%            |
| CO_CONSULTA PUEBLOS INDÍGENAS_0622_RD (ESPAÑOL)       | 7,474          | 174            | 7,300          | 7,067          | 233             | 96.81%         | 3.19%            |
| CO_CUMBRE GLOBAL DEMOCRACIA 2022_0922_RD              | 45,596         | 10,583         | 35,013         | 34,151         | 862             | 97.54%         | 2.46%            |
| CO_CUMBRE GLOBAL DEMOCRACIA 2022_0922_TV              | 19,489         | 6,470          | 13,019         | 12,730         | 289             | 97.78%         | 2.22%            |
| CO_RESULTADOS CIYJ 2021_0622_RD                       | 58,871         | 2,997          | 55,874         | 54,247         | 1,627           | 97.09%         | 2.91%            |
| CO_RESULTADOS CIYJ 2021_0622_TV                       | 24,875         | 2,956          | 21,919         | 21,669         | 250             | 98.86%         | 1.14%            |
| CO_SEGURIDAD Y VALIDEZ INE EN EL EXTRANJERO_1022_RD   | 3,903          | 283            | 3,620          | 3,498          | 122             | 96.63%         | 3.37%            |
| CO_SEGURIDAD Y VALIDEZ INE EN EL EXTRANJERO_1022_TV   | 1,638          | 399            | 1,239          | 1,225          | 14              | 98.87%         | 1.13%            |
| <b>Total general</b>                                  | <b>813,728</b> | <b>70,385</b>  | <b>743,343</b> | <b>725,251</b> | <b>18,092</b>   | <b>97.57%</b>  | <b>2.43%</b>     |

## Anexo 2. Impactos por tema, pautados en radio y televisión en periodo electoral (PEL 22-23)



| VERSIÓN   | PAUTADOS      | NO VERIFICADOS | VERIFICADOS   | TRANSMITIDOS  | NO TRANSMITIDOS | % CUMPLIMIENTO | % INCUMPLIMIENTO |
|---|---------------|----------------|---------------|---------------|-----------------|----------------|------------------|
| C3_SC_JUSTICIA ELECTORAL-PROTOCOLO VPMRG_0422_RD    | 3,718         | 373            | 3,345         | 3,326         | 387             | 99.43%         | 0.57%            |
| C3_SC_JUSTICIA ELECTORAL-PROTOCOLO VPMRG_0422_TV    | 1,555         | 188            | 1,367         | 1,362         | 189             | 99.63%         | 0.37%            |
| C4_SA_REGISTRO LNRE PEL 22-23_0822_RD               | 1,676         | 195            | 1,481         | 1,465         | 210             | 98.92%         | 1.08%            |
| C4_SA_REGISTRO LNRE PEL 22-23_0822_TV               | 97            | 7              | 90            | 90            | 7               | 100%           | 0%               |
| C4_SA_REGISTRO LNRE PEL 22-23_0822_TV               | 579           | 79             | 500           | 495           | 81              | 99.00%         | 1.00%            |
| C4_SB_ACTUALIZACIÓN DE DOMICILIO RE_0622_RD         | 615           | 89             | 526           | 525           | 90              | 99.81%         | 0.19%            |
| C4_SB_ACTUALIZACIÓN DE DOMICILIO RE_0622_TV         | 266           | 46             | 220           | 220           | 46              | 100%           | 0%               |
| C4_SB_CAMBIO DE DOMICILIO ESE 2022_0622_RD          | 3,642         | 423            | 3,219         | 3,186         | 442             | 98.97%         | 1.03%            |
| C4_SB_CAMBIO DE DOMICILIO ESE 2022_0622_TV          | 197           | 36             | 161           | 161           | 36              | 100%           | 0%               |
| C4_SB_CAMBIO DE DOMICILIO ESE 2022_0622_TV          | 1,069         | 137            | 932           | 929           | 139             | 99.68%         | 0.32%            |
| C4_SB_CREDENCIALIZACIÓN EN EL EXTRANJERO_0822_RD    | 1,395         | 109            | 1,286         | 1,274         | 114             | 99.07%         | 0.93%            |
| C4_SB_CREDENCIALIZACIÓN EN EL EXTRANJERO_0822_TV    | 571           | 69             | 502           | 501           | 69              | 99.80%         | 0.20%            |
| C4_SB_INSCRIPCIÓN AL PADRÓN ESE 2022_0622_RD        | 3,160         | 371            | 2,789         | 2,766         | 390             | 99.18%         | 0.82%            |
| C4_SB_INSCRIPCIÓN AL PADRÓN ESE 2022_0622_TV        | 1,334         | 184            | 1,150         | 1,145         | 184             | 99.57%         | 0.43%            |
| C4_SB_INSCRIPCIÓN AL PADRÓN RE_0622_RD              | 531           | 69             | 462           | 461           | 70              | 99.78%         | 0.22%            |
| C4_SB_INSCRIPCIÓN AL PADRÓN RE_0622_TV              | 193           | 27             | 166           | 166           | 27              | 100%           | 0%               |
| C4_SB_RENOVACIÓN CPV ESE 2022_0622_RD               | 3,484         | 378            | 3,106         | 3,079         | 392             | 99.13%         | 0.87%            |
| C4_SB_RENOVACIÓN CPV ESE 2022_0622_TV               | 1,480         | 187            | 1,293         | 1,287         | 188             | 99.54%         | 0.46%            |
| C4_SB_RENOVACIÓN DE VIGENCIA INE RE_0622_RD         | 531           | 59             | 472           | 471           | 60              | 99.79%         | 0.21%            |
| C4_SB_RENOVACIÓN DE VIGENCIA INE RE_0622_TV         | 266           | 31             | 235           | 232           | 32              | 98.72%         | 1.28%            |
| C5_SA_MI INE NOS UNE V2_0422_RD                     | 4,084         | 461            | 3,623         | 3,595         | 481             | 99.23%         | 0.77%            |
| C5_SA_MI INE NOS UNE V2_0422_TV                     | 1,551         | 221            | 1,330         | 1,323         | 222             | 99.47%         | 0.53%            |
| C5_SA_MI INE NOS UNE V3_0422_RD                     | 3,625         | 403            | 3,222         | 3,204         | 415             | 99.44%         | 0.56%            |
| C5_SA_MI INE NOS UNE V3_0422_TV                     | 1,555         | 190            | 1,365         | 1,355         | 191             | 99.27%         | 0.73%            |
| CO_CONSULTA INFANTIL Y JUVENIL 2022_0522_RD         | 3,970         | 494            | 3,476         | 3,449         | 510             | 99.22%         | 0.78%            |
| CO_CONSULTA INFANTIL Y JUVENIL 2022_0522_TV         | 1,568         | 187            | 1,381         | 1,376         | 187             | 99.64%         | 0.36%            |
| CO_CONSULTA PUEBLOS INDÍGENAS_0622 V. ESPAÑOL_TV    | 228           | 34             | 194           | 194           | 34              | 100%           | 0%               |
| CO_CONSULTA PUEBLOS INDÍGENAS_0622_RD (ESPAÑOL)     | 298           | 48             | 250           | 249           | 49              | 99.60%         | 0.40%            |
| CO_CONSULTA PUEBLOS INDÍGENAS_0622_RD (ESPAÑOL)     | 596           | 81             | 515           | 513           | 83              | 99.61%         | 0.39%            |
| CO_CUMBRE GLOBAL DEMOCRACIA 2022_0922_RD            | 2,682         | 1,022          | 1,660         | 1,654         | 1,028           | 99.64%         | 0.36%            |
| CO_CUMBRE GLOBAL DEMOCRACIA 2022_0922_TV            | 1,118         | 420            | 698           | 690           | 423             | 98.85%         | 1.15%            |
| CO_RESULTADOS CIYJ 2021_0622_RD                     | 3,908         | 465            | 3,443         | 3,426         | 479             | 99.51%         | 0.49%            |
| CO_RESULTADOS CIYJ 2021_0622_TV                     | 1,531         | 217            | 1,314         | 1,305         | 219             | 99.32%         | 0.68%            |
| CO_SEGURIDAD Y VALIDEZ INE EN EL EXTRANJERO_1022_RD | 192           | 44             | 148           | 143           | 48              | 96.62%         | 3.38%            |
| CO_SEGURIDAD Y VALIDEZ INE EN EL EXTRANJERO_1022_TV | 97            | 30             | 67            | 67            | 30              | 100%           | 0%               |
| <b>Total general</b>                                | <b>53,362</b> | <b>7,374</b>   | <b>45,988</b> | <b>45,684</b> | <b>7,552</b>    | <b>99.34%</b>  | <b>0.66%</b>     |

### Anexo 3. Inserciones en medios impresos

#### Periodo Ordinario

| ENTIDAD  | MEDIO                          | TEMA                       | FECHA PUBLICACIÓN | TIRAJE           |
|----------|--------------------------------|----------------------------|-------------------|------------------|
| Nacional | La Razón de México             | Renovación de vigencia     | 11/07/2022        | 108,324          |
|          | 24 horas                       | Renovación de vigencia     | 11/07/2022        | 67,152           |
|          | Diario de México               | Renovación de vigencia     | 11/07/2022        | 44,384           |
|          | El Universal                   | El valor de mi INE         | 24/07/2022        | 120,142          |
|          | Diario de México               | El valor de mi INE         | 25/07/2022        | 44,384           |
|          | Esto                           | El valor de mi INE         | 24/07/2022        | 127,071          |
|          | El Universal                   | Actualización de domicilio | 12/09/2022        | 120,142          |
|          | La Prensa                      | Actualización de domicilio | 12/09/2022        | 219,800          |
|          | Publimetro                     | Renovación                 | 19/09/2022        | 162,000          |
|          | Excélsior                      | Renovación                 | 19/09/2022        | 111,321          |
|          | Selecciones                    | Renovación                 | Octubre           | 300,500          |
|          | Guía de Bienestar, Selecciones | Actualización de domicilio | Octubre           | 70,000           |
|          | Reforma (suplemento Cruz Roja) | El valor de mi INE         | 25/11/2022        | 138,875          |
|          | <b>Total general</b>           |                            |                   | <b>1,634,095</b> |

#### Proceso Electoral 2022-2023

| ENTIDAD      | MEDIO               | TEMA   | FECHA PUBLICACIÓN | TIRAJE        |
|--------------|---------------------|--|-------------------|---------------|
| Coahuila     | Zócalo              | Convocatoria para SE y CAE                           | 18/11/2022        | 37,000        |
|              | El Siglo de Torreón | Convocatoria para SE y CAE                           | 21/11/2022        | 40,000        |
|              | Milenio Laguna      | Convocatoria Observadoras y Observadores Electorales | 05/12/2022        | 16,720        |
| <b>Total</b> |                     |  |                   | <b>93,720</b> |
|              | El Valle            | Convocatoria para SE y CAE                           | 18/11/2022        | 15,000        |

|                      |                          |  |            |                |
|----------------------|--------------------------|--|------------|----------------|
| Estado de México     | Milenio Estado de México | Convocatoria para SE y CAE                           | 21/11/2022 | 21,750         |
|                      | El Valle                 | Convocatoria Observadoras y Observadores Electorales | 05/12/2022 | 15,000         |
| <b>Total</b>         |                          |  |            | <b>51,750</b>  |
| <b>Total general</b> |                          |  |            | <b>145,470</b> |

#### Anexo 4. Activaciones Transmedia

| CAMPAÑA   | SUBCAMPAÑA  | TEMA   | MEDIO           | INICIO DE DIFUSIÓN | TÉRMINO DE DIFUSIÓN | IMPRESIONES | CLICS |
|---|---|--|-----------------|--------------------|---------------------|-------------|-------|
| Sensibilización y prevención de la violencia política contra las mujeres en razón de género | Sensibilización y prevención de la violencia política contra las mujeres en razón de género | Distribución de competencias en materia de atención, sanción, reparación y erradicación de la violencia política contra las mujeres en razón de género | Retos Femeninos | 01/07/2022         | 31/07/2022          | 236,780     | 6,408 |
| Sensibilización y prevención de la violencia política contra las mujeres en razón de género | Sensibilización y prevención de la violencia política contra las mujeres en razón de género | La igualdad política entre hombres y mujeres   | Retos Femeninos | 01/07/2022         | 31/07/2022          | 90,479      | 2,874 |
| Sensibilización y prevención de la violencia política contra las mujeres en razón de género | Sensibilización y prevención de la violencia política contra las mujeres en razón de género | La igualdad política entre hombres y mujeres   | Retos Femeninos | 01/07/2022         | 31/07/2022          | 289,571     | 9,154 |
| Credencialización   | Campaña de actualización permanente   | Renovación de Credencial   | El Economista   | 01/07/2022         | 31/07/2022          | 414,570     | 719   |
| Valor Institucional   | Identidad   | INE incluyente   | El Economista   | 01/07/2022         | 31/07/2022          | 284,990     | 326   |
| Sensibilización y prevención de la violencia política contra las mujeres en razón de género | Sensibilización y prevención de la violencia política contra las mujeres en razón de género | La igualdad política entre hombres y mujeres   | El Economista   | 01/07/2022         | 31/07/2022          | 236,005     | 420   |

|   |   |  |                 |            |            |           |        |
|---|---|--|-----------------|------------|------------|-----------|--------|
| Valor Institucional   | Identidad   | INE incluyente   | Etcétera        | 01/07/2022 | 31/07/2022 | 6,596     | 34     |
| Credencialización   | Campaña de actualización permanente   | Renovación de Credencial   | Etcétera        | 01/07/2022 | 31/07/2022 | 4,676     | 0      |
| Credencialización   | Campaña de actualización permanente   | Reposición de Credencial   | UNO TV          | 04/07/2022 | 31/07/2022 | 470,975   | 697    |
| Credencialización   | Campaña de actualización permanente   | Reposición de Credencial   | Programatic     | 04/07/2022 | 31/07/2022 | 1,400,211 | 14,121 |
| Credencialización   | Campaña de actualización permanente   | Inscripción al padrón  | Programatic     | 04/07/2022 | 31/07/2022 | 315,832   | 3,359  |
| Credencialización   | Campaña de actualización permanente   | Actualización de Dirección   | El Economista   | 01/08/2022 | 31/08/2022 | 412,756   | 392    |
| Valor Institucional   | Identidad   | Divulgación de la cultura democrática  | El Economista   | 01/08/2022 | 31/08/2022 | 283,626   | 255    |
| Valor Institucional   | Contribución  | Innovación   | El Economista   | 01/08/2022 | 31/08/2022 | 234,858   | 238    |
| Credencialización   | Campaña de actualización permanente   | Actualización de Dirección   | Etcétera        | 01/08/2022 | 31/08/2022 | 7,877     | 34     |
| Valor Institucional   | Identidad   | Divulgación de la cultura democrática  | Etcétera        | 01/08/2022 | 31/08/2022 | 6,560     |        |
| Sensibilización y prevención de la violencia política contra las mujeres en razón de género | Sensibilización y prevención de la violencia política contra las mujeres en razón de género | Desafíos para el ejercicio de los derechos políticos de las mujeres                  | Retos Femeninos | 01/08/2022 | 31/08/2022 | 399,888   | 13,357 |
| Sensibilización y prevención de la violencia política contra las mujeres en razón de género | Sensibilización y prevención de la violencia política contra las mujeres en razón de género | El reconocimiento pleno de los derechos humanos de las mujeres en el ámbito político | Retos Femeninos | 01/08/2022 | 31/08/2022 | 294,780   | 9,804  |
| Sensibilización y prevención de la violencia política contra las mujeres en razón de género | Sensibilización y prevención de la violencia política contra las mujeres en razón de género | El reconocimiento pleno de los derechos humanos de las mujeres en el ámbito político | Retos Femeninos | 01/08/2022 | 31/08/2022 | 498,101   | 15,283 |

|   |   |  |                 |            |            |           |        |
|---|---|--|-----------------|------------|------------|-----------|--------|
| Unitaria  | Cumbre de la Democracia   | Cumbre de la Democracia  | El Economista   | 01/09/2022 | 30/09/2022 | 407,947   | 533    |
| Credencialización   | Campaña de actualización permanente   | Reposición de Credencial   | El Economista   | 01/09/2022 | 30/09/2022 | 283,581   | 150    |
| Valor Institucional   | Identidad   | Divulgación de la Cultura Democrática  | El Economista   | 01/09/2022 | 30/09/2022 | 231,832   | 299    |
| Credencialización   | Campaña de actualización permanente   | Reposición de Credencial   | Etcétera        | 01/09/2022 | 30/09/2022 | 7,287     | 41     |
| Unitaria  | Cumbre de la Democracia   | Cumbre de la Democracia  | Etcétera        | 01/09/2022 | 30/09/2022 | 6,009     | 0      |
| Credencialización   | Campaña de actualización permanente   | Inscripción al padrón  | Programatic     | 20/08/2022 | 20/09/2022 | 1,329,747 | 3,518  |
| Credencialización   | Campaña de actualización permanente   | Inscripción al padrón  | Spotify         | 20/08/2022 | 20/09/2022 | 127,776   | 167    |
| Credencialización   | Campaña de actualización permanente   | Inscripción al padrón  | UNO TV          | 20/08/2022 | 20/09/2022 | 627,879   | 1,637  |
| Sensibilización y prevención de la violencia política contra las mujeres en razón de género | Sensibilización y prevención de la violencia política contra las mujeres en razón de género | El reconocimiento pleno de los derechos humanos de las mujeres en el ámbito político | Retos Femeninos | 01/09/2022 | 30/09/2022 | 424,125   | 12,745 |
| Sensibilización y prevención de la violencia política contra las mujeres en razón de género | Sensibilización y prevención de la violencia política contra las mujeres en razón de género | Desafíos para el ejercicio de los derechos políticos de las mujeres                  | Retos Femeninos | 01/09/2022 | 30/09/2022 | 305,147   | 9,158  |
| Sensibilización y prevención de la violencia política contra las mujeres en razón de género | Sensibilización y prevención de la violencia política contra las mujeres en razón de género | Desafíos para el ejercicio de los derechos políticos de las mujeres                  | Retos Femeninos | 01/09/2022 | 30/09/2022 | 179,578   | 4,236  |
| Fortalecimiento de la Cultura Cívica  | ENCCÍVICA   | ENCCÍVICA : Informe País 2020  | El Economista   | 01/10/2022 | 31/10/2022 | 401,861   | 400    |

|   |   |  |                       |            |            |           |        |
|---|---|--|-----------------------|------------|------------|-----------|--------|
| Unitaria  | Cumbre de la Democracia   | Unitaria: Cumbre de la Democracia 2022   | El Economista         | 01/10/2022 | 31/10/2022 | 284,322   | 54     |
| Credencialización   | Campaña de actualización permanente   | Renovación de la credencial para votar   | El Economista         | 01/10/2022 | 31/10/2022 | 231,129   | 399    |
| Fortalecimiento de la Cultura Cívica  | ENCCÍVICA   | ENCCÍVICA : Informe País 2020  | El Economista         | 01/10/2022 | 31/10/2022 | 8,165     | 29     |
| Unitaria  | Cumbre de la Democracia   | Unitaria: Cumbre de la Democracia 2022   | El Economista         | 01/10/2022 | 31/10/2022 | 6,592     | 0      |
| Sensibilización y prevención de la violencia política contra las mujeres en razón de género | Sensibilización y prevención de la violencia política contra las mujeres en razón de género | El reconocimiento pleno de los derechos humanos de las mujeres en el ámbito político | Retos Femeninos       | 01/10/2022 | 31/10/2022 | 219,410   | 7,094  |
| Sensibilización y prevención de la violencia política contra las mujeres en razón de género | Sensibilización y prevención de la violencia política contra las mujeres en razón de género | Desafíos para el ejercicio de los derechos políticos de las mujeres                  | Retos Femeninos       | 01/10/2022 | 31/10/2022 | 90,141    | 2,245  |
| Sensibilización y prevención de la violencia política contra las mujeres en razón de género | Sensibilización y prevención de la violencia política contra las mujeres en razón de género | Desafíos para el ejercicio de los derechos políticos de las mujeres                  | Retos Femeninos       | 01/10/2022 | 31/10/2022 | 348,900   | 10,586 |
| Credencialización   | Campaña de actualización permanente   | Actualización de credencial para votar   | El Diario de Coahuila | 10/10/2022 | 31/10/2022 | 56,898    | 3,513  |
| Credencialización   | Campaña de actualización permanente   | Actualización de credencial para votar   | Zócalo                | 10/10/2022 | 31/10/2022 | 3,844,688 | 218    |
| Credencialización   | Campaña de actualización permanente   | Actualización de credencial para votar   | Milenio Laguna        | 10/10/2022 | 31/10/2022 | 75,813    | 42     |
| Credencialización   | Campaña de actualización permanente   | Actualización de credencial para votar   | Vanguardia            | 10/10/2022 | 31/10/2022 | 207,475   | 264    |

|   |   |  |                              |            |            |         |     |
|---|---|--|------------------------------|------------|------------|---------|-----|
| Credencialización   | Campaña de actualización permanente   | Actualización de credencial para votar   | El Valle                     | 10/10/2022 | 31/10/2022 | 850     | 37  |
| Credencialización   | Campaña de actualización permanente   | Actualización de credencial para votar   | Milenio Estado de México     | 10/10/2022 | 31/10/2022 | 6,753   | 14  |
| Credencialización   | Campaña de actualización permanente   | Credencialización de mexicanos y mexicanas residentes en el extranjero               | Conexión Migrante            | 10/10/2022 | 31/10/2022 | 256,118 | 319 |
| Credencialización   | Campaña de actualización permanente   | Credencialización de mexicanos y mexicanas residentes en el extranjero               | Univisión                    | 10/10/2022 | 31/10/2022 | 106,432 | 103 |
| Credencialización   | Campaña de actualización permanente   | Credencialización de mexicanos y mexicanas residentes en el extranjero               | Los Ángeles Times en español | 10/10/2022 | 31/10/2022 | 53,974  | 54  |
| Credencialización   | Campaña de actualización permanente   | Credencialización de mexicanos y mexicanas residentes en el extranjero               | Radio El Norte de Houston    | 10/10/2022 | 31/10/2022 | 76,395  | 75  |
| Credencialización   | Campaña de actualización permanente   | Credencialización de mexicanos y mexicanas residentes en el extranjero               | Estrella TV                  | 10/10/2022 | 31/10/2022 | 97,422  | 100 |
| Credencialización   | Campaña de actualización permanente   | Renovación de la credencial para votar   | El Economista                | 01/11/2022 | 30/11/2022 | 0       | 0   |
| Fortalecimiento de la Cultura Cívica  | ENCCÍVICA   | ENCCÍVICA : Informe País 2020  | El Economista                | 01/11/2022 | 30/11/2022 | 0       | 0   |
| Sensibilización y prevención de la violencia política contra las mujeres en razón de género | Sensibilización y prevención de la violencia política contra las mujeres en razón de género | El reconocimiento pleno de los derechos humanos de las mujeres en el ámbito Político | El Economista                | 01/11/2022 | 30/11/2022 | 0       | 0   |
| Fortalecimiento de la Cultura Cívica  | ENCCÍVICA   | ENCCÍVICA : Informe País 2020  | Etcétera                     | 01/11/2022 | 30/11/2022 | 0       | 0   |

|   |                                     |  |                          |            |            |   |   |
|---|-------------------------------------|--|--------------------------|------------|------------|---|---|
| Credencialización   | Campaña de actualización permanente | Renovación de la credencial para votar                 | Etcétera                 | 01/11/2022 | 30/11/2022 | 0 | 0 |
| Credencialización   | Campaña de actualización permanente | Credencialización: Confiabilidad Credencial para Votar | UNO TV                   | 07/11/2022 | 30/11/2022 | 0 | 0 |
| Promoción de la Participación Ciudadana en los Procesos Electorales | Convocatorias Ciudadanas            | Convocatoria CAE y SE                                  | El Diario de Coahuila    | 01/11/2022 | 30/11/2022 | 0 | 0 |
| Promoción de la Participación Ciudadana en los Procesos Electorales | Convocatorias Ciudadanas            | Convocatoria CAE y SE                                  | Zócalo                   | 01/11/2022 | 30/11/2022 | 0 | 0 |
| Promoción de la Participación Ciudadana en los Procesos Electorales | Convocatorias Ciudadanas            | Convocatoria CAE y SE                                  | Milenio Laguna           | 01/11/2022 | 30/11/2022 | 0 | 0 |
| Promoción de la Participación Ciudadana en los Procesos Electorales | Convocatorias Ciudadanas            | Convocatoria CAE y SE                                  | Vanguardia               | 01/11/2022 | 30/11/2022 | 0 | 0 |
| Promoción de la Participación Ciudadana en los Procesos Electorales | Convocatorias Ciudadanas            | Convocatoria CAE y SE                                  | El Valle                 | 01/11/2022 | 30/11/2022 | 0 | 0 |
| Promoción de la Participación Ciudadana en los Procesos Electorales | Convocatorias Ciudadanas            | Convocatoria CAE y SE                                  | Milenio Estado de México | 01/11/2022 | 30/11/2022 | 0 | 0 |
| Promoción de la Participación Ciudadana en los Procesos Electorales | Convocatorias Ciudadanas            | Convocatoria CAE y SE                                  | Uno TV                   | 01/11/2022 | 30/11/2022 | 0 | 0 |
| Promoción de la Participación Ciudadana en los Procesos Electorales | Convocatorias Ciudadanas            | Observadores y observadores electorales                | El Diario de Coahuila    | 07/11/2022 | 30/11/2022 | 0 | 0 |

|   |   |  |                          |            |            |   |   |
|---|---|--|--------------------------|------------|------------|---|---|
| Promoción de la Participación Ciudadana en los Procesos Electorales                         | Convocatorias Ciudadanas  | Observadoras y observadores electorales  | Zócalo                   | 07/11/2022 | 30/11/2022 | 0 | 0 |
| Promoción de la Participación Ciudadana en los Procesos Electorales                         | Convocatorias Ciudadanas  | Observadoras y observadores electorales  | Milenio Laguna           | 07/11/2022 | 30/11/2022 | 0 | 0 |
| Promoción de la Participación Ciudadana en los Procesos Electorales                         | Convocatorias Ciudadanas  | Observadoras y observadores electorales  | Vanguardia               | 07/11/2022 | 30/11/2022 | 0 | 0 |
| Promoción de la Participación Ciudadana en los Procesos Electorales                         | Convocatorias Ciudadanas  | Observadoras y observadores electorales  | El Valle                 | 07/11/2022 | 30/11/2022 | 0 | 0 |
| Promoción de la Participación Ciudadana en los Procesos Electorales                         | Convocatorias Ciudadanas  | Observadoras y observadores electorales  | Milenio Estado de México | 07/11/2022 | 30/11/2022 | 0 | 0 |
| Promoción de la Participación Ciudadana en los Procesos Electorales                         | Convocatorias Ciudadanas  | Observadoras y observadores electorales  | Etcétera                 | 07/11/2022 | 30/11/2022 | 0 | 0 |
| Promoción de la Participación Ciudadana en los Procesos Electorales                         | Convocatorias Ciudadanas  | Observadoras y observadores electorales  | Uno TV                   | 07/11/2022 | 30/11/2022 | 0 | 0 |
| Sensibilización y prevención de la violencia política contra las mujeres en razón de género | Sensibilización y prevención de la violencia política contra las mujeres en razón de género | El reconocimiento pleno de los derechos humanos de las mujeres en el ámbito político | Retos Femeninos          | 01/11/2022 | 30/11/2022 | 0 | 0 |
| Sensibilización y prevención de la violencia política contra las mujeres en                 | Sensibilización y prevención de la violencia política contra las mujeres en razón de género | El reconocimiento pleno de los derechos humanos de las mujeres                       | Retos Femeninos          | 01/11/2022 | 30/11/2022 | 0 | 0 |



| razón de género   |   | en el ámbito político  |                 |            |            |   |   |
|---|---|--|-----------------|------------|------------|---|---|
| Sensibilización y prevención de la violencia política contra las mujeres en razón de género | Sensibilización y prevención de la violencia política contra las mujeres en razón de género | Desafíos para el ejercicio de los derechos políticos de las mujeres                | Retos Femeninos | 01/11/2022 | 30/11/2022 | 0 | 0 |
| Sensibilización y prevención de la violencia política contra las mujeres en razón de género | Sensibilización y prevención de la violencia política contra las mujeres en razón de género | Desafíos para el ejercicio de los derechos políticos de las mujeres (Ilustrómetro) | Letras Libres   | 20/11/2022 | 10/12/2022 | 0 | 0 |
| Sensibilización y prevención de la violencia política contra las mujeres en razón de género | Sensibilización y prevención de la violencia política contra las mujeres en razón de género | Desafíos para el ejercicio de los derechos políticos de las mujeres (Ilustrómetro) | Animal Político | 20/11/2022 | 10/12/2022 | 0 | 0 |
| Sensibilización y prevención de la violencia política contra las mujeres en razón de género | Sensibilización y prevención de la violencia política contra las mujeres en razón de género | Desafíos para el ejercicio de los derechos políticos de las mujeres (Ilustrómetro) | Proceso         | 20/11/2022 | 10/12/2022 | 0 | 0 |
| Sensibilización y prevención de la violencia política contra las mujeres en razón de género | Sensibilización y prevención de la violencia política contra las mujeres en razón de género | Desafíos para el ejercicio de los derechos políticos de las mujeres (Ilustrómetro) | La Jornada      | 20/11/2022 | 10/12/2022 | 0 | 0 |
| Sensibilización y prevención de la violencia política contra las mujeres en razón de género | Sensibilización y prevención de la violencia política contra las mujeres en razón de género | Desafíos para el ejercicio de los derechos políticos de las mujeres (Ilustrómetro) | Etcétera        | 20/11/2022 | 10/12/2022 | 0 | 0 |

|   |   |  |                     |            |            |   |   |
|---|---|--|---------------------|------------|------------|---|---|
| razón de género   |   |  |                     |            |            |   |   |
| Sensibilización y prevención de la violencia política contra las mujeres en razón de género | Sensibilización y prevención de la violencia política contra las mujeres en razón de género | Desafíos para el ejercicio de los derechos políticos de las mujeres (Ilustrómetro) | Reforma             | 20/11/2022 | 10/12/2022 | 0 | 0 |
| Sensibilización y prevención de la violencia política contra las mujeres en razón de género | Sensibilización y prevención de la violencia política contra las mujeres en razón de género | Desafíos para el ejercicio de los derechos políticos de las mujeres (Ilustrómetro) | Uno TV              | 20/11/2022 | 10/12/2022 | 0 | 0 |
| Sensibilización y prevención de la violencia política contra las mujeres en razón de género | Sensibilización y prevención de la violencia política contra las mujeres en razón de género | Desafíos para el ejercicio de los derechos políticos de las mujeres (Ilustrómetro) | Milenio             | 20/11/2022 | 10/12/2022 | 0 | 0 |
| Sensibilización y prevención de la violencia política contra las mujeres en razón de género | Sensibilización y prevención de la violencia política contra las mujeres en razón de género | Desafíos para el ejercicio de los derechos políticos de las mujeres (Ilustrómetro) | Programatic Display | 20/11/2022 | 10/12/2022 | 0 | 0 |

## Anexo 5. Difusión Orgánica en Redes Sociales

| Campaña/Subcampaña/Temas   | Facebook |         |             |               |          | Instagram |         |             |               |          | Twitter |         |             |               |          |
|--|----------|---------|-------------|---------------|----------|-----------|---------|-------------|---------------|----------|---------|---------|-------------|---------------|----------|
|  | Posteos  | Alcance | Impresiones | Interacciones | Me gusta | Posteos   | Alcance | Impresiones | Interacciones | Me gusta | Posteos | Alcance | Impresiones | Interacciones | Me gusta |
| <b>Contribución</b>  |          |         |             |               |          |           |         |             |               |          |         |         |             |               |          |
| <b>Innovación</b>  |          |         |             |               |          |           |         |             |               |          |         |         |             |               |          |
| Chatbot INÉs   | 4        | 6,434   | 6,642       | 281           | 165      |           |         |             |               |          | 5       | 0       | 10,625      | 245           | 71       |
| <b>Credencialización</b>   |          |         |             |               |          |           |         |             |               |          |         |         |             |               |          |
| <b>Campaña de credencialización permanente</b>                         |          |         |             |               |          |           |         |             |               |          |         |         |             |               |          |
| Corrección de datos  | 2        | 16,546  | 17,204      | 233           | 139      |           |         |             |               |          | 2       | 0       | 5,295       | 126           | 20       |
| Credencialización de mexicanos y mexicanas residentes en el extranjero | 10       | 38,077  | 39,152      | 1,596         | 1,056    | 2         | 17,767  | 18,853      | 116           | 562      | 5       | 0       | 10,489      | 229           | 76       |
| Inscripción al Padrón Electoral  | 6        | 35,672  | 36,562      | 498           | 318      | 2         | 7,094   | 8,376       | 15            | 219      | 5       | 0       | 15,910      | 511           | 138      |
| Notificación de cambio de domicilio                                    | 1        | 9,322   | 9,701       | 95            | 34       |           |         |             |               |          |         |         |             |               |          |
| Reincorporación al Padrón  | 2        | 5,106   | 5,531       | 327           | 206      | 1         | 921     | 1,244       | 4             | 28       | 1       | 0       | 4,027       | 135           | 52       |
| Renovación de credenciales   | 2        | 16,147  | 16,367      | 814           | 455      |           |         |             |               |          |         |         |             |               |          |
| Reposición de Credencial   | 4        | 21,457  | 22,448      | 370           | 209      |           |         |             |               |          | 10      | 0       | 22,311      | 487           | 120      |
| Reposición de credenciales por robo y extravío                         | 2        | 7,286   | 7,735       | 123           | 72       |           |         |             |               |          | 1       | 0       | 2,511       | 50            | 12       |
| <b>Fecha límite de renovación de vigencia</b>                          |          |         |             |               |          |           |         |             |               |          |         |         |             |               |          |
| Chatbot PEL  |          |         |             |               |          |           |         |             |               |          | 3       | 0       | 8,589       | 178           | 54       |
| <b>Fortalecimiento de la cultura cívica</b>                            |          |         |             |               |          |           |         |             |               |          |         |         |             |               |          |
| <b>Concursos OSC</b>   |          |         |             |               |          |           |         |             |               |          |         |         |             |               |          |
| PNIPPM   | 3        | 16,585  | 17,170      | 169           | 144      |           |         |             |               |          | 2       | 0       | 4,014       | 78            | 24       |
| <b>Identidad</b>   |          |         |             |               |          |           |         |             |               |          |         |         |             |               |          |
| <b>Divulgación de la cultura democrática</b>                           |          |         |             |               |          |           |         |             |               |          |         |         |             |               |          |
| Actividades Culturales Los Pinos                                       |          |         |             |               |          |           |         |             |               |          | 2       | 0       | 4,073       | 75            | 25       |
| Conferencia Magistral Estacional                                       | 10       | 47,100  | 48,667      | 2,014         | 1,432    |           |         |             |               |          | 10      | 0       | 83,981      | 1,449         | 246      |

| Campaña/Subcampaña/Temas  | Facebook |         |             |               |          | Instagram |         |             |               |          | Twitter |         |             |               |          |
|---|----------|---------|-------------|---------------|----------|-----------|---------|-------------|---------------|----------|---------|---------|-------------|---------------|----------|
|   | Posteos  | Alcance | Impresiones | Interacciones | Me gusta | Posteos   | Alcance | Impresiones | Interacciones | Me gusta | Posteos | Alcance | Impresiones | Interacciones | Me gusta |
| Difusión Editorial  | 4        | 25,946  | 26,170      | 818           | 626      |           |         |             |               |          | 1       | 0       | 3,128       | 124           | 43       |
| FIL Guadalajara   |          |         |             |               |          | 1         | 0       | 1,373       | 1             | 35       | 4       | 0       | 8,996       | 163           | 71       |
| FIL MTY   | 3        | 15,595  | 16,007      | 148           | 118      |           |         |             |               |          | 7       | 0       | 15,151      | 248           | 90       |
| <b>Promoción de la participación de la ciudadanía en los Procesos Electorales</b>   |          |         |             |               |          |           |         |             |               |          |         |         |             |               |          |
| <b>(en blanco)</b>  |          |         |             |               |          |           |         |             |               |          |         |         |             |               |          |
| Convocatoria para SE y CAE  | 1        | 10,406  | 10,924      | 885           | 643      | 1         | 0       | 18,848      | 80            | 706      | 3       | 0       | 10,990      | 447           | 143      |
| <b>Sensibilización y prevención de la violencia política contra las mujeres en razón de género</b>  |          |         |             |               |          |           |         |             |               |          |         |         |             |               |          |
| <b>(en blanco)</b>  |          |         |             |               |          |           |         |             |               |          |         |         |             |               |          |
| Distribución de competencias en materia de prevención, atención, sanción, reparación y erradicación de la violencia política contra las mujeres en razón de género        | 2        | 13,076  | 13,243      | 298           | 200      |           |         |             |               |          | 3       | 0       | 6,917       | 122           | 46       |
| <b>Distribución de competencias en materia de prevención, atención, sanción, reparación y erradicación de la violencia política contra las mujeres en razón de género</b> |          |         |             |               |          |           |         |             |               |          |         |         |             |               |          |
| VPMRG   | 2        | 24,204  | 25,036      | 621           | 410      | 1         | 0       | 4,910       | 72            | 217      |         |         |             |               |          |
| <b>La igualdad política entre mujeres y hombre</b>  |          |         |             |               |          |           |         |             |               |          |         |         |             |               |          |
| La sandía digital   | 15       | 45,391  | 47,041      | 1,003         | 657      | 10        | 14,945  | 16,441      | 39            | 313      | 15      | 0       | 40,727      | 580           | 169      |
| <b>Unitaria</b>   |          |         |             |               |          |           |         |             |               |          |         |         |             |               |          |
| <b>Unitaria</b>   |          |         |             |               |          |           |         |             |               |          |         |         |             |               |          |
| Consulta Pueblos  |          |         |             |               |          |           |         |             |               |          | 6       | 0       | 14,805      | 299           | 91       |
| Cumbre de la democracia   | 4        | 9,197   | 9,440       | 192           | 151      | 1         | 920     | 998         | 6             | 25       | 7       | 0       | 20,771      | 391           | 136      |

| Campaña/Subcampaña/Temas  | Facebook   |                |                |               |               | Instagram |               |                |               |              | Twitter    |          |                |               |              |
|---|------------|----------------|----------------|---------------|---------------|-----------|---------------|----------------|---------------|--------------|------------|----------|----------------|---------------|--------------|
|   | Posteos    | Alcance        | Impresiones    | Interacciones | Me gusta      | Posteos   | Alcance       | Impresiones    | Interacciones | Me gusta     | Posteos    | Alcance  | Impresiones    | Interacciones | Me gusta     |
| Foro Global Democracia  | 2          | 18,349         | 18,473         | 1,188         | 792           |           |               |                |               |              | 5          | 0        | 21,992         | 744           | 249          |
| Informe País 2020   | 4          | 5,580          | 5,856          | 302           | 247           | 8         | 15,241        | 16,232         | 41            | 478          | 8          | 0        | 20,252         | 586           | 193          |
| Parlamento Infantil   | 1          | 6,108          | 6,379          | 328           | 221           | 3         | 6,711         | 7,180          | 19            | 182          | 4          | 0        | 10,581         | 253           | 87           |
| Red Cívitas VMMRE   | 3          | 9,561          | 9,977          | 447           | 332           |           |               |                |               |              | 2          | 0        | 4,713          | 73            | 29           |
| Resultados ClyJ 2021  | 1          | 6,577          | 6,782          | 60            | 46            |           |               |                |               |              | 1          | 0        | 2,563          | 69            | 23           |
| Seminario Global Tejiendo Redes Ciudadanas                                | 11         | 23,548         | 24,362         | 1,627         | 1,272         |           |               |                |               |              | 6          | 0        | 15,604         | 287           | 84           |
|   |            |                |                |               |               |           |               |                |               |              | 19         | 0        | 51,896         | 1,070         | 311          |
| <b>Valor institucional</b>  |            |                |                |               |               |           |               |                |               |              |            |          |                |               |              |
| <b>Contribución</b>   |            |                |                |               |               |           |               |                |               |              |            |          |                |               |              |
| Innovación: Recorrido Virtual Museo MODO                                  |            |                |                |               |               |           |               |                |               |              | 4          | 0        | 11,101         | 212           | 96           |
| <b>Divulgación de la cultura democrática</b>                              |            |                |                |               |               |           |               |                |               |              |            |          |                |               |              |
| Divulgación de la cultura democrática: Difusión Publicaciones Editoriales | 2          | 7,529          | 7,529          | 38            | 35            |           |               |                |               |              |            |          |                |               |              |
| Divulgación de la cultura democrática: FIL Coahuila                       | 11         | 15,338         | 15,830         | 593           | 477           |           |               |                |               |              | 12         | 0        | 31,631         | 373           | 161          |
| Divulgación de la cultura democrática: FVLTEPJF                           | 4          | 9,290          | 9,411          | 148           | 118           |           |               |                |               |              | 2          | 0        | 6,423          | 73            | 31           |
| Divulgación de la cultura democrática: LéaLA                              | 11         | 42,181         | 43,702         | 3,161         | 1,241         | 5         | 9,926         | 15,809         | 52            | 263          | 14         | 0        | 45,125         | 888           | 270          |
| Divulgación de la cultura democrática: FILUNI                             | 8          | 18,611         | 18,815         | 720           | 342           | 1         | 1,307         | 1,366          | 4             | 26           | 8          | 0        | 17,190         | 311           | 91           |
| <b>Identidad</b>  |            |                |                |               |               |           |               |                |               |              |            |          |                |               |              |
| Alfabetización Digital Red AMI  | 3          | 3,114          | 3,194          | 104           | 85            | 2         | 2,578         | 2,680          | 9             | 50           | 2          | 0        | 4,393          | 77            | 27           |
| El valor del INE  |            |                |                |               |               |           |               |                |               |              | 4          | 0        | 7,889          | 170           | 55           |
| INE incluyente  |            |                |                |               |               |           |               |                |               |              | 1          | 0        | 2,527          | 73            | 14           |
| Valor institucional: El valor del INE                                     | 1          | 3,041          | 3,287          | 40            | 24            |           |               |                |               |              |            |          |                |               |              |
| <b>Total general</b>  | <b>139</b> | <b>532,374</b> | <b>548,637</b> | <b>19,241</b> | <b>12,267</b> | <b>38</b> | <b>77,410</b> | <b>114,310</b> | <b>458</b>    | <b>3,104</b> | <b>184</b> | <b>0</b> | <b>547,190</b> | <b>11,196</b> | <b>3,348</b> |