



E·D 20 25

Estrategia de Difusión

**Dirección Ejecutiva de Capacitación Electoral
y Educación Cívica**





Instituto Nacional Electoral

Consejera Presidenta

Lcda. Guadalupe Taddei Zavala

Consejeras y Consejeros Electorales

Mtro. Arturo Castillo Loza

Norma Irene De La Cruz Magaña

Dr. Uuc-kib Espadas Ancona

Mtro. José Martín Fernando Faz Mora

Carla Astrid Humphrey Jordan

Mtra. Rita Bell López Vences

Mtro. Jorge Montaña Ventura

Mtra. Dania Paola Ravel Cuevas

Mtro. Jaime Rivera Velázquez

Mtra. Beatriz Claudia Zavala Pérez

Encargada de despacho de la Secretaría Ejecutiva

Mtra. Claudia Edith Suárez Ojeda

Directora Ejecutiva de Capacitación Electoral
y Educación Cívica

Lcda. María Elena Cornejo Esparza

Estrategia de Difusión 2025

Índice

1. Glosario y acrónimos.....	3
2. Introducción.....	6
3. Marco legal y normativo	7
4. Justificación.....	10
4.1. Antecedentes	10
4.1.1. <i>Estrategias de difusión previas.....</i>	<i>111</i>
4.1.2. <i>Concepto de marca y racionales creativos.....</i>	<i>144</i>
4.2. Diagnóstico	19
4.2.1. <i>Hallazgos de la evaluación de las campañas institucionales 2023-2024.....</i>	<i>200</i>
4.2.2. <i>Áreas de oportunidad identificadas en la evaluación de 2023-2024</i>	<i>21</i>
4.2.3. <i>Participación política en el Proceso Electoral Concurrente 2023-2024.....</i>	<i>23</i>
4.2.4. <i>Hábitos de consumo de información en México.....</i>	<i>25</i>
4.3. Contexto actual	30
4.3.1. <i>ENCÍVICA 2024-2026.....</i>	<i>31</i>
4.3.2. <i>Procesos electorales locales 2024-2025 y 2025-2026..</i>	<i>32</i>
4.3.3. <i>Proceso Electoral Extraordinario del Poder Judicial de la Federación 2024- 2025.....</i>	<i>33</i>
5. Estrategia de Difusión 2025	34
5.1. ¿Qué es?	34
5.2	
5.3. Objetivo	37
5.3.1. <i>Objetivos específicos</i>	<i>37</i>
5.4. Público objetivo	39
5.5. Medios	40
6. Campañas institucionales 2025.....	43

Estructura.....34





Índice

7. Escenarios de difusión	47
8. Plan de medios	49
8.1. Entidades sin elección 2025	50
8.2. Proceso Electoral Local 2024-2025	566
8.3. Proceso Electoral Local 2025-2026	61
8.4 Proceso Electoral Extraordinario del Poder Judicial de la Federación 2024-2025	64
9. Informe semestral	699
9.1. Indicadores de desempeño	70
10. Evaluación de las campañas	71
Referencias	744



1. Glosario y acrónimos

Activación transmedia	Acción de difusión pagada, contemplada como parte de la mezcla de medios de una campaña publicitaria, que se lleva a cabo a través de páginas web, redes sociales o plataformas digitales. Servicio de pauta de una campaña publicitaria en múltiples plataformas de comunicación en medios digitales.
Banner	Mensaje publicitario inserto en una página de internet.
Brief	Proceso de recopilación de toda la información y las necesidades de un anunciante, por parte de la agencia creativa, para la posterior elaboración de una propuesta publicitaria concreta.
Campaña institucional	Se refiere a las cinco campañas —Promoción de la participación ciudadana en los procesos electorales, Credencialización, Fortalecimiento de la educación cívica, Sensibilización y Prevención de la violencia política contra las mujeres en razón de género y Valor institucional— que la Dirección Ejecutiva de Capacitación Electoral y Educación Cívica diseña e instrumenta para llevar a cabo la difusión institucional, en coordinación con las instancias que, para el objeto o contenido de la campaña, sean competentes.
Campaña unitaria	Aquella que responderá a temas específicos de atención inmediata que puedan 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 encaminadas a difundir e informar a la ciudadanía bajo el principio de máxima publicidad.
Clics	Pulsaciones que se realizan con un <i>mouse</i> u otro dispositivo para dar una instrucción a una computadora.
Concepto de marca	Es el conjunto de valores gráficos y conceptuales que acompañan la comunicación de una entidad y por los cuales el público la identifica.

Concepto rector	Idea única y original a través de la que se desarrollan las diferentes expresiones que darán forma a un anuncio o a una campaña de difusión.
Consejo General	Consejo General del Instituto Nacional Electoral.
CPEUM	Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos.
DECEyEC	Dirección Ejecutiva de Capacitación Electoral y Educación Cívica.
ENCÍVICA	Estrategia Nacional de Educación Cívica 2024-2026.
Estrategia de Difusión	Documento que establece el propósito, objetivos específicos, públicos objetivo, así como el Plan de Medios de las Campañas Institucionales.
Estrategia creativa	Tiene el objetivo de diseñar una campaña que permita lograr la respuesta concreta que se quiere provocar en el público objetivo, por lo que es la clave para que ésta prospere en el mundo de la publicidad.
FISEL	Fiscalía Especializada en materia de Delitos Electorales.
Impresiones	Es el número de veces que una publicación ha sido vista. Una sola persona puede ver varias veces una publicación o contenido.
IFE	Instituto Federal Electoral.
INE (Instituto)	Instituto Nacional Electoral.
Inserción	Espacio publicitario en medios impresos, como periódicos y revistas.
JGE	Junta General Ejecutiva del Instituto Nacional Electoral.
LFPRH	Ley Federal de Presupuesto y Responsabilidad Hacendaria.
LGIFE	Ley General de Instituciones y Procedimientos Electorales.
Medios exteriores	Hace referencia a los formatos que son visibles en lugares de mucho tránsito.
Medios interactivos	Canales de comunicación que permiten la interacción directa entre una persona emisora y una receptora. En esta Estrategia se hace referencia a los sitios web, aplicaciones o redes sociales donde el INE difunde sus mensajes institucionales.
Medios unidireccionales	Medios de comunicación que no permiten la interacción entre personas emisoras y receptoras. En esta Estrategia se hace referencia a la televisión, radio y medios impresos.

Mensajes de coyuntura	Los que no se establecieron en la Estrategia de Difusión y que responden a situaciones extraordinarias, para las que se prevé actuar mediante una campaña reactiva llamada Unitaria.
Pauta	Instrucción de la publicación de una pieza de comunicación en radio, televisión o medios digitales.
Plan de medios	Combinación de canales de comunicación por los que se transmiten los diferentes mensajes para lograr su objetivo de comunicación.
Plataforma programática	Plataforma tecnológica que permite pautar mensajes en medios digitales de manera automatizada, capaz de encontrar los mejores espacios donde se encuentra nuestra segmentación y con enfoque a resultados, lo que permite impactar a la ciudadanía en un momento y un contexto determinado.
PJF	Poder Judicial de la Federación.
Racional creativo	Documento escrito que fundamenta el porqué de la elección de las ideas.
RIINE:	Reglamento Interior del Instituto Nacional Electoral.
Vistas o views	Es el número de veces que las personas usuarias acceden a una sección de una página web.
Visitas	Secuencia de vistas que una usuaria o un usuario realizan a una página web.
VPMRG	Violencia Política contra las Mujeres en Razón de Género (VPMRG)

2. Introducción

El presente documento tiene como objetivo dar a conocer la Estrategia de Difusión 2025, así como explicar su construcción y sustento. Para ello, expone en primera instancia el marco legal y normativo que rige su actividad. Posteriormente, en el apartado de Antecedentes se busca brindar una síntesis de los diferentes documentos que guían su construcción, para, en última instancia, exponer qué es la Estrategia de Difusión 2025, cuáles son sus objetivos, así como presentar las campañas de las que se compone y los escenarios de difusión. Por último, se explicará cuáles son los indicadores de desempeño y cómo se realiza la evaluación de las campañas.

En este sentido, es importante mencionar que, de acuerdo con el artículo 58 de la Ley General de Instituciones y Procedimientos Electorales (LGIPE) y el artículo 49, inciso g), del Reglamento Interior del Instituto Nacional Electoral (RIINE) se establece como atribución de la Dirección Ejecutiva de Capacitación Electoral y Educación Cívica (DECEyEC) el diseñar e instrumentar las campañas de difusión institucionales y, en su caso, coordinarse con las instancias que por el objeto o contenido de la campaña sean competentes.

Con el objetivo de cumplir cabalmente con las atribuciones que le son conferidas, la DECEyEC realizó un ejercicio de vinculación y coordinación con las diversas áreas del Instituto Nacional Electoral (INE), a fin de construir y diseñar la Estrategia de Difusión 2025. Ésta tiene por objetivo recabar las necesidades de difusión de las distintas áreas que conforman el Instituto y orientar todos los esfuerzos correspondientes a 2025. En esta Estrategia, además, se definen los objetivos de comunicación, campañas, temas, canales de comunicación, audiencias y periodos de difusión.

La Estrategia de Difusión 2025 presenta cinco campañas institucionales, las cuales buscan transmitir la identidad institucional, promover la participación ciudadana, la educación cívica y el ejercicio de los derechos político-electorales de la ciudadanía; su implementación se realizará con base en un modelo integral de comunicación basado en los principios rectores del INE: certeza, legalidad, independencia, imparcialidad, máxima publicidad y objetividad, así como los principios de igualdad, inclusión, no discriminación y no violencia.

Esta Estrategia retoma la experiencia del desarrollo del Proceso Electoral Local 2022-2023 y del Proceso Electoral Concurrente 2023-2024, así como de los diversos temas coyunturales durante el periodo. Con la implementación de este instrumento de difusión, se busca fortalecer la imagen institucional, promover el conocimiento y orientar a la ciudadanía sobre los derechos político-electorales, incentivar la participación ciudadana, así como divulgar los programas institucionales en materia de cultura cívico-democrática.

A continuación, se presenta el marco legal y normativo en el que se fundamentan las actividades a desarrollar en materia de difusión institucional durante 2025.

3. Marco legal y normativo

De acuerdo con lo establecido en el artículo 41, apartado A, párrafo III, de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos (CPEUM), le corresponde al INE, entre otras atribuciones, la administración del tiempo que corresponda al Estado en radio y televisión destinado a sus propios fines y al ejercicio del derecho de los partidos políticos nacionales. Asimismo, de conformidad con el artículo 29 de la LGIPE, el INE es un organismo constitucional autónomo dotado de personalidad jurídica y patrimonio propio, en cuya integración participan el Poder Legislativo de la Unión, los partidos políticos nacionales y la ciudadanía. Según el citado artículo,

el Instituto deberá contar con los recursos presupuestarios, técnicos, humanos y materiales que requiera para el ejercicio directo de sus facultades y atribuciones.

Por su parte, el artículo 30, incisos a) y g), de la LGIPE, dicta que son fines del INE contribuir al desarrollo de la vida democrática y llevar a cabo la promoción del voto, coadyuvar a la difusión de la educación cívica y la cultura democrática; actividades que se regirán bajo los principios de certeza, legalidad, independencia, imparcialidad, máxima publicidad y objetividad.

En la misma Ley, el artículo 58, incisos d) y g), establecen que la DECEyEC tiene como atribuciones diseñar y proponer estrategias para promover el voto entre la ciudadanía, así como orientar a las ciudadanas y los ciudadanos en el ejercicio de sus derechos y cumplimiento de sus obligaciones político-electorales. Por su parte, los incisos j), l) y m) establecen que dicha dirección debe diseñar y proponer campañas de educación cívica, paridad de género y cultura de respeto de los derechos humanos de las mujeres en el ámbito político y electoral; y, en coordinación con la Fiscalía Especializada en materia de Delitos Electorales (FISEL), realizar campañas de información para la prevención, atención y erradicación de la violencia política contra las mujeres en razón de género; así como capacitar al personal del Instituto, organismos públicos locales e integrantes de las mesas directivas de casilla para prevenir, atender, y erradicar la violencia política contra las mujeres en razón de género, así como en igualdad sustantiva.

Relacionado con lo anterior, en el artículo 49, numeral 1, incisos g), h), i), q) y u), del Reglamento Interior del Instituto Nacional Electoral (RIINE) se menciona que a la DECEyEC le corresponde diseñar e instrumentar las campañas de difusión institucionales y, en su caso, coordinarse con las instancias que por el objeto o contenido de la campaña sean competentes; orientar a las y los ciudadanos sobre el ejercicio de sus derechos y cumplimiento de sus obligaciones político-electorales; coordinar la elaboración de análisis, estudios, investigaciones y bases de datos

acerca de temas de capacitación electoral, educación cívica y cultura político-democrática, dirigidos a fomentar el conocimiento y la difusión de estas temáticas y construir una ciudadanía más participativa y mejor informada; planear, ejecutar, dirigir y supervisar los programas de divulgación, desarrollo y fortalecimiento de la cultura político-democrática y los referentes a la comunicación educativa, con el fin de impulsar la cultura democrática y diseñar y proponer estrategias para promover el voto entre la ciudadanía.

De igual manera, en el Manual de Organización Específico de la Dirección Ejecutiva de Capacitación Electoral y Educación Cívica, se establece lo siguiente:

1.3. DIRECCIÓN DE DIFUSIÓN Y CAMPAÑAS INSTITUCIONALES

[...]

1. Desarrollar estrategias de difusión en lo relativo a la divulgación de la cultura político-democrática, la Participación ciudadana, la promoción del voto y la prevención contra delitos electorales.

1.3.1. SUBDIRECCIÓN DE CAMPAÑAS INSTITUCIONALES

[...]

1. Definir las estrategias de comunicación en materia de publicidad para la campaña institucional y sus subcampañas.
2. Desarrollar y coordinar la producción de los materiales audiovisuales, impresos y alternativos correspondientes a las campañas de publicidad del Instituto.
3. Coordinar las actividades de la agencia de publicidad y de la casa productora respecto al desarrollo de la creatividad y producción de las campañas del Instituto.

1.3.4. SUBDIRECCIÓN DE ESTRATEGIA DIGITAL

[...]

1. Proponer ante la Dirección de Difusión y Campañas Institucionales la creación y desarrollo de la estrategia digital general.

[...]

6. Diseñar y supervisar las estrategias de difusión específicas para diversas actividades (concursos, convocatorias, conferencias, presentaciones, foros) de educación cívica, promoción de la participación ciudadana y actualización del padrón electoral, entre otras.

4. Justificación

El diseño de la Estrategia de Difusión 2025 es resultado de la experiencia adquirida por la instrumentación de las estrategias ejecutadas a lo largo de los años, así como del diagnóstico derivado del seguimiento de su implementación mediante informes semestrales y de la evaluación anual de las campañas institucionales del INE a los principales mensajes en radio, televisión y redes sociales. Asimismo, ésta toma en cuenta las necesidades comunicacionales del Instituto de acuerdo con el contexto político y social en el que se encuentra.

A fin de profundizar en las razones que justifican la existencia del presente documento y su estructura, este apartado se divide en: Antecedentes, Diagnóstico y Contexto.

4.1. Antecedentes

La necesidad de conocer las estrategias de difusión previamente ejecutadas, así como los conceptos de marca y racionales creativos utilizados, nace de la importancia de mantener una línea comunicativa coherente, consecutiva y atractiva.

4.1.1. Estrategias de difusión previas

En 2011 la Estrategia de Difusión se estructuró con una sola campaña llamada *Campaña Institucional*. Derivado de las transformaciones en el contexto social y político, a partir de 2016 las estrategias de difusión del Instituto comenzaron a incorporar nuevas campañas, así como a añadir subcampañas relativas a la actualización del Padrón Electoral, la Educación Cívica y la Participación Ciudadana. A continuación, se describen las principales campañas y subcampañas de las estrategias de difusión de 2016 a la actualidad.

- **Estrategia de Difusión 2016**

La estrategia tuvo dos vertientes de campañas, la primera enfocada a la participación electoral de la ciudadanía y la segunda relativa a consolidar la cultura política, estas dos vertientes fueron estructuradas de la siguiente forma:

Promoción de la participación ciudadana en los procesos electorales: Fomento de la participación ciudadana en los procesos electorales, Voto de la ciudadanía en el extranjero y Elección de la Asamblea Constituyente de la Ciudad de México.

Campaña de fortalecimiento de la cultura cívica: Promoción de la cultura política democrática y Actualización del Padrón Electoral.

- **Estrategia de Difusión 2017**

La estrategia de 2017, permaneció con la misma estructura que su antecesora, dando prioridad a la participación ciudadana en los Procesos Electorales y a la Cultura Cívica. Se estructuró en dos vertientes:

Promoción de la participación ciudadana en los procesos electorales: Fomento de la participación ciudadana en los procesos electorales, Voto de la ciudadanía residente en el extranjero.

Campaña de fortalecimiento de la cultura cívica: Promoción de la cultura política democrática y Actualización del Padrón Electoral.

- **Estrategia de Difusión 2018**

Con el objetivo de visibilizar las tareas permanentes que desempeña el INE, más allá de la organización de elecciones, en este año se incluyó la campaña: Valor institucional, quedando de la siguiente forma:

Promoción de la participación ciudadana en los procesos electorales: Proceso Electoral Federal y Elecciones Concurrentes 2017-2018 y Voto de las y los Mexicanos Residentes en el Extranjero 2017-2018.

Campaña de fortalecimiento de la cultura cívica: Construcción de la ciudadanía y Registro Federal de Electores.

Valor institucional: Lo que el INE ha logrado más allá de la organización de elecciones

- **Estrategia de Difusión 2019**

Promoción de la participación ciudadana en los procesos electorales: Procesos electorales federal y locales.

Campaña de fortalecimiento de la cultura cívica: Construcción de ciudadanía y Registro Federal de Electores.

Valor institucional: Lo que hemos logrado.

- **Estrategia de Difusión 2020-2021**

A partir de 2020 se incorporó la campaña de Credencialización y se sumaron más subcampañas, quedando de la siguiente forma:

Promoción de la participación ciudadana en los procesos electorales: Convocatorias ciudadanas en procesos electorales, Delitos electorales / Compra y coacción del voto, Llamado al voto, Voto de Mexicanas y Mexicanos Residentes en el Extranjero y Reconocimiento a la participación ciudadana.

Campaña de fortalecimiento de la cultura cívica: Construcción de ciudadanía, Pedagogía electoral, Participación democrática, Sensibilización sobre la violencia política contra las mujeres en razón de género.

Credencialización: Procesos electorales locales, Campaña de actualización permanente, Campaña Anual Intensa y Proceso Electoral Federal.

Valor institucional: Identidad y contribución del INE.

- **Estrategia de Difusión 2022**

En 2022, debido a la importancia social y política, la subcampaña Sensibilización y prevención de la violencia política contra las mujeres en razón de género se convirtió en campaña, por lo que la Estrategia de Difusión se integró por cinco campañas.

Promoción de la participación ciudadana en los procesos electorales: Convocatorias ciudadanas en procesos electorales, Delitos electorales / Compra y coacción del voto, Llamado al voto, Voto de Mexicanas y Mexicanos Residentes en el Extranjero y Reconocimiento a la participación ciudadana.

Fortalecimiento de la cultura cívica: Construcción de ciudadanía, Pedagogía electoral y Participación democrática.

Credencialización: Procesos electorales locales, Campaña de actualización permanente, Campaña Anual Intensa y Proceso Electoral Federal.

Valor institucional: Identidad y contribución del INE.

Sensibilización sobre la violencia política contra las mujeres en razón de género: Igualdad sustantiva, Paridad de género y Derechos humanos de las mujeres en el ámbito político y electoral.

- **Estrategia de Difusión 2023-2024**

Esta Estrategia consideró una vigencia de dos años, a fin de contemplar de manera integral los procesos electorales locales de 2022-2023 y de 2024-2025, así como la planeación de la difusión del Proceso Electoral Federal 2023-2024.

Promoción de la participación ciudadana en los procesos electorales:

Convocatorias ciudadanas en procesos electorales, Delitos electorales / Compra y coacción del voto, Ejerce tu voto informado, Voto de Mexicanas y Mexicanos Residentes en el Extranjero y Reconocimiento a la participación ciudadana.

Fortalecimiento de la cultura cívica: Construcción de ciudadanía, Pedagogía electoral y Participación democrática.

Sensibilización sobre la violencia política contra las mujeres en razón de género: Igualdad sustantiva, Paridad de género y Derechos humanos de las mujeres en el ámbito político y electoral.

Credencialización: Procesos electorales locales, Campaña de actualización permanente, Campaña Anual Intensa y Proceso Electoral Federal.

Valor institucional: Identidad y contribución del INE.

4.1.2. Concepto de marca y racionales creativos

En la implementación de las diversas Estrategias de Difusión destacan el uso de conceptos y racionales creativos como líneas rectoras para el diseño de mensajes institucionales, los cuales han permitido construir una narrativa coherente y atractiva para el posicionamiento del Instituto frente a la ciudadanía. A continuación, se describen los antecedentes.

2019. Contamos Todas, Contamos Todos

Se trata del primer concepto de marca del Instituto, cuyo objetivo fue acompañar al logo del INE para su posicionamiento. Su implementación se realizó en 2019 con base en el siguiente racional:

Cada persona es importante para fortalecer la democracia y, por consecuencia, fortalecer la labor del INE.

El INE no es sólo una institución, es uno de los pilares que permiten mantener al país activo, en libertad y en paz.

Somos la gente que trabaja el campo, las y los obreros que laboran con ahínco, las niñas y los niños que caminan cada día llenos de sueños hacia su escuela, las madres y los padres que los observan andar, que los ven crecer y confían en que cada esfuerzo realizado por ellos ha valido la pena.

Somos todas las ideas políticas en un país donde todas las voces tienen derecho a ser escuchadas.

Nuestra comunicación quiere construir comunidad, explicar por qué cada mexicana y cada mexicano forman parte del INE. Queremos que cada ciudadana y ciudadano vivan en carne propia la relevancia de entenderse y aportar a la vida en comunidad, la importancia de formar parte del INE porque representa una fortaleza del Estado mexicano. El INE representa a todas y todos los mexicanos, todas y todos estamos incluidos porque cada ciudadana y cada ciudadano le dan sentido a su labor.

Para el INE nadie sobra y nadie debe faltar. Necesitamos todas las voces para legitimar y hacer querida la labor del INE.

Porque el INE somos todas y todos.

En el INE CONTAMOS TODAS, CONTAMOS TODOS

2019. El Valor de mi INE

Se trata del *slogan* diseñado para el concepto Contamos Todas, Contamos Todos, el cual se implementó en 2019 con base en el siguiente racional:

EL INE no es un edificio hecho de acero, metal y vidrio. El INE está hecho con lo mejor de México. Está hecho de los sueños y las luchas que consiguieron la libertad que hoy disfrutamos. Está hecho de nuestros valores. Está hecho de nuestra historia, nuestra pluralidad. De las mujeres que votaron por primera vez y se incorporaron a la vida pública del país para siempre.

El INE está hecho de la confianza y credibilidad que siente cada funcionario de casilla, cada votante, cuando llega el día de decidir el futuro de una comunidad o del país.

Está hecho de millones de voces que se expresan, de norte a sur y de mar a mar.

El INE está hecho de pasado y está hecho de futuro, está hecho del pasado que no queremos repetir y el futuro que queremos construir. Porque el INE está hecho también de inclusión, diversidad, pluralidad...

El INE está hecho de lo que somos, de nuestra identidad, está hecho de nosotros.

2021-2023. Mi INE nos une

Este concepto de campaña acompañó al de marca durante dicho periodo; las ejecuciones se realizaron con base en el siguiente racional:

Cuando se trata de organizar las elecciones, capacitar, registrar, contar y votar, las y los mexicanos nos unimos para garantizar la democracia; es cuando somos ciudadanas y ciudadanos de primer mundo.

El INE es la única institución autónoma con autoridad moral que puede promover la unidad.



PEF 2023-2024 y PEL 2024-2025. Tu decisión es importante

Este concepto de campaña acompañó al de marca durante dicho periodo en los mensajes relativos al Proceso Electoral Federal 2023-2024 y a los Procesos Electorales de Durango y Veracruz 2024-2025. Su creación responde a la necesidad de destacar la importancia de la decisión individual para la construcción de las decisiones colectivas.

Las ejecuciones se realizaron con base en el siguiente racional:



Este racional contiene un mensaje claro y directo, que coloca al ciudadano en el centro de la acción -mediante la palabra "Tu"-; resaltando su poder y responsabilidad

de elegir; lo que contribuye al empoderamiento de los individuos. Asimismo, invita al ciudadano a reflexionar sobre la importancia de su decisión y es un llamado a la acción de acudir a votar.

Resulta relevante señalar, que, de conformidad con los resultados de la Investigación cuantitativa y cualitativa, que evalúe la pertinencia, efectividad y recordación de los principales mensajes de la Campaña Institucional en radio, televisión y redes sociales 2023-2024 del Instituto Nacional Electoral, el 55 % de las personas entrevistadas dijo haber escuchado la frase “Tu decisión es importante”; así mismo, el 67% de los encuestados relacionaron dicha frase con un mensaje del Instituto Nacional Electoral y el 93% mencionó que dicho mensaje fue de su agrado.

Derivado de lo anterior, resulta oportuno continuar con su posicionamiento para las campañas de Durango y Veracruz, debido a que al utilizar de manera consistente el racional, se refuerza el mensaje y es más probable que la ciudadanía –al leerlo o escucharlo- lo asocien con el Instituto. Lo anterior contribuye a crear una imagen sólida y un mensaje coherente. Asimismo, su repetición aumenta las posibilidades de que la ciudadanía recuerde el mensaje, así como a mantener una narrativa unificada.

Proceso Electoral Extraordinario del Poder Judicial de la Federación 2024-2025

En colaboración con la Coordinación Nacional de Comunicación Social se diseñó la imagen que acompañará cada uno de los mensajes que el Instituto emita durante este proceso electoral extraordinario.



Con esta imagen se busca reforzar la participación ciudadana a través de la confianza que la ciudadanía deposita en el Instituto, destacando la importancia de su papel en la organización de elecciones transparentes y equitativas. Los elementos de la urna y boleta son clave en el diseño propuesto, ya que se han abstraído y estilizado para representar visualmente la acción central de la Jornada Electoral: ejercer el voto. Su inclusión destaca el concepto de Participación Ciudadana, un valor esencial en cada proceso electoral. Asimismo, se realizó la integración de una balanza para simbolizar al Poder Judicial de la Federación.

De igual forma, como en racionales pasados, se incluye la fecha de la Jornada Electoral para lograr su posicionamiento.

4.2. Diagnóstico

El presente diagnóstico se construye con base en los informes semestrales y la evaluación anual de las campañas institucionales, y tiene por objetivo detectar las áreas de oportunidad en las que la comunicación del Instituto puede mejorar. Es importante aclarar que los informes de implementación semestrales ofrecen un balance descriptivo sobre el cumplimiento de las acciones de difusión establecidas en cada estrategia, estos informes se someten a la aprobación de la Comisión de Capacitación Electoral y Educación Cívica, o a la Comisión de Capacitación y Organización Electoral, según sea el caso.

Además de los informes semestrales, desde 2005 se realiza un convenio o contrato anual para que se realice la evaluación¹ de algunas de las campañas institucionales —seleccionadas de manera aleatoria— implementadas por el Instituto en radio, televisión y redes sociales, que contemple aspectos tanto cualitativos como cuantitativos, y cuyos resultados sirvan de insumo válido y actualizado para la creación de la Estrategia siguiente.

Asimismo, el diagnóstico presenta los datos de la participación en el Proceso Electoral Concurrente 2023-2024, así como los hábitos del consumo de información en México, a fin de tomarlos en cuenta en la selección de los medios y plataformas para la difusión de los temas que contempla esta Estrategia.

4.2.1. Hallazgos de la evaluación de las campañas institucionales 2023-2024

La *Evaluación de las campañas institucionales 2023-2024* es un estudio de corte cuantitativo y cualitativo, en el cual se evaluó la recordación, identificación y efectividad de los principales mensajes de la Campaña Institucional en televisión y redes sociales. Entre sus principales hallazgos se encuentran los siguientes:

Hallazgos:

- La confianza en el Instituto es alta; éste se ubica como la segunda institución más confiable en el país.
- La ciudadanía considera que la información que proporciona el Instituto es confiable.

¹ Desde 2005 se han realizado estas evaluaciones anuales; las cuales de 2005 a 2015 se llevaron a cabo mediante contrataciones a empresas privadas; sin embargo, de 2016 a la fecha, las evaluaciones se han llevado a cabo mediante convenios con la Universidad Nacional Autónoma de México, con excepción del año 2023, cuya evaluación la realizó nuevamente una empresa privada. En 2024, la UNAM fue nuevamente la encargada de desarrollar la evaluación anual.

- Las funciones mejor evaluadas del Instituto son: credencialización, organización de las elecciones y promoción de la participación ciudadana.
- En términos generales, la televisión es el medio con mayor reputación, mejor evaluado y en el que más confían todos los grupos etarios; sin embargo, es necesario tomar en cuenta que la proporción cambia conforme avanzan las edades, ya que, a menor edad, se usan más las redes sociales y a mayor edad, la televisión.
- En cuanto al lenguaje y tono, a menor edad privilegian el lenguaje profesional - experto, mientras que a mayor edad prefieren el uso del lenguaje coloquial
- De acuerdo con la evaluación, los videos institucionales tienen mensajes claros, entendibles, brindan información adecuada y motivan a participar en las elecciones.
- La percepción de las y los participantes de entidades con elección y del resto del país fue similar, lo que sugiere que, a pesar de las diferencias geográficas y culturales de cada región, los mensajes difundidos lograron una aceptación homogénea en términos de impacto y resonancia emocional.
- Los videos cortos con mensajes claros, concisos e imágenes atractivas se consideran ideales para el público.

4.2.2. Áreas de oportunidad identificadas en la evaluación de 2023-2024

El mismo estudio demostró que existen diversas áreas de mejora en el diseño de los mensajes difundidos en tv, radio y redes sociales. Al respecto de los medios tradicionales, las áreas de oportunidad son las siguientes:

- Considerando la importancia de la TV para todos los grupos etarios, que el tiempo en ésta es limitado y que los diferentes públicos demandan información detallada, es indispensable crear mensajes que se

complementen entre sí al difundirlos en los distintos medios; es decir, debemos usar diferentes medios para responder la diversidad de preguntas.

- Debido a que los materiales presentados en TV, radio y redes sociales no fueron reconocidos o recordados por la mayoría de las y los participantes, éstos deben diseñarse de una manera más atractiva, con información clara, detallada, útil y relevante.
- A pesar de que el tema de credencialización mostró ser uno de los más relevantes, los participantes demandan información más detallada por lo que se debe reforzar la información básica.
- En general, no notaron los códigos QR, a la persona de lenguaje de señas y los subtítulos, por lo que se debe poner mayor énfasis en su presentación.
- Algunos consideran que la información está incompleta y, en algunos casos, genera dudas; por lo que se deben diseñar mensajes más claros.
- Usar colores más llamativos, debido a que las y los más jóvenes consideran los colores opacos poco atractivos.
- Tomar en cuenta que las y los jóvenes ponen mayor atención a los efectos visuales y colores de los *spots*; mientras que las y los mayores se enfocan más en escuchar el audio y retienen menos la información visual.
- Hacer videos cortos y llamativos para generar interés en informarse.
- Debido a que las personas con bajo involucramiento electoral tienden a presentar un conocimiento superficial o limitado sobre el INE, se tiene que hacer énfasis en ambos temas.

Por su parte, los mensajes difundidos en medios digitales presentan las siguientes áreas de oportunidad:

- Tomando en cuenta que los contenidos sobresaturados de texto, repetitivos o con falta de coherencia visual entre los elementos gráficos son calificados con interacción negativa o nula, es importante evitar en su diseño dichos errores.

- Se debe tomar en cuenta que la audiencia digital tiene una percepción de desconfianza hacia el INE, la cual deriva del rechazo hacia sus procesos y resolución de conflictos; manifiesta indignación por los altos salarios de los altos mandos y la idea de intenciones lucrativas con ciertos partidos políticos, por lo que es importante combatir en dicha plataforma esa percepción.

En conclusión, es de suma importancia comprender el perfil demográfico y las necesidades de las distintas audiencias del Instituto, así como construir mensajes focalizados; a su vez, hacer uso de los diferentes medios para diversificar y complementar los mensajes. Lo anterior contribuirá a lograr los objetivos planteados en la Estrategia.

4.2.3. Participación política en el Proceso Electoral Concurrente 2023-2024

El Proceso Electoral Concurrente 2023-2024 ha sido hasta ahora el más grande celebrado en México. Se organizaron elecciones federales y locales en las 32 entidades federativas. En esta elección el Instituto organizó el proceso electoral en el que se eligieron los cargos de Presidencia de la República, 128 senadurías y 500 diputaciones federales.

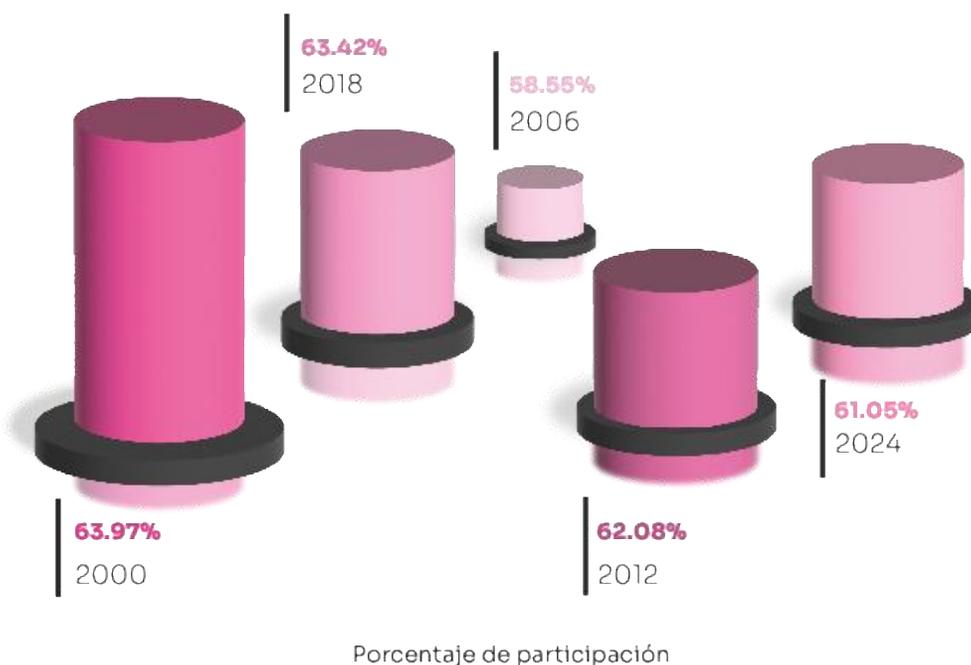
Asimismo, el Instituto, en coordinación con los Organismos Públicos Locales electorales, desarrolló el proceso para la elección de gubernaturas, jefatura de Gobierno de la Ciudad de México, congresos locales, ayuntamientos y alcaldías. En el proceso electoral destaca que se eligieron la titularidad de las gubernaturas de las entidades de Chiapas, Ciudad de México, Guanajuato, Jalisco, Morelos, Puebla, Tabasco, Veracruz y Yucatán; y en total se eligieron 20,079 cargos en las elecciones locales (INE, 2 de septiembre de 2024).

En la elección para Presidencia de la República, se contó con una Lista Nominal de Electores de 99,082,450 personas; de las casillas con actas computadas se ejercieron 60,115,184 sufragios, lo que representó una participación del 61.0498% (Central Electoral, 9 de junio de 2024).

De acuerdo con los datos presentados en los estudios censales realizados por el Instituto, el porcentaje de participación no ha tenido una variación constante, ya que ha presentado altas y bajas en su comportamiento, como se muestra en la gráfica 1.

Gráfica 1

Comparación de la participación en las elecciones presidenciales 2000-2024



Fuente: Elaboración propia con datos extraídos del Instituto Nacional Electoral [INE], 2017, 2018, 2024.

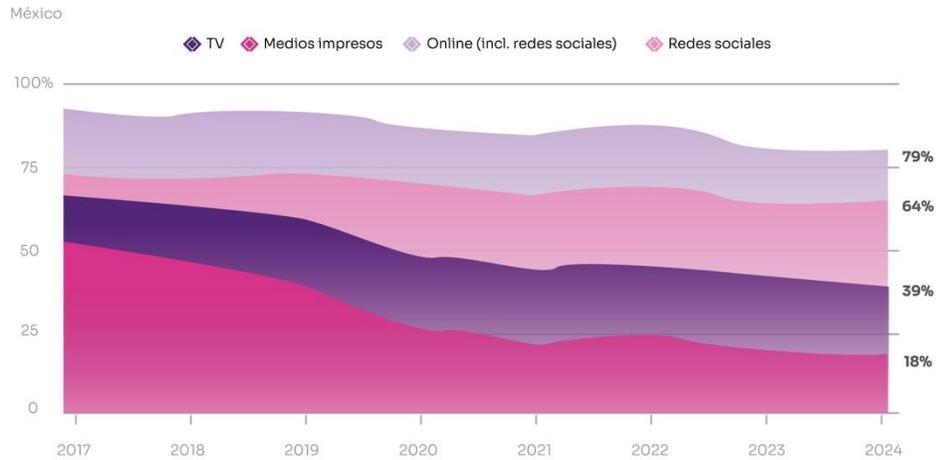
Conocer los datos anteriores es de suma importancia para el desarrollo de la presente Estrategia, debido a que permite poner en perspectiva uno de sus principales objetivos: incentivar la participación electoral. Si bien, las causas de la disminución de la participación electoral en 2024 son variadas, es el deber de la DECEyEC motivar la participación política en todos sus rubros, a través de la difusión de mensajes estratégicos.

4.2.4. Hábitos de consumo de información en México

Asimismo, es importante tomar en cuenta los hábitos de consumo de información actuales, debido a que la forma en la que la ciudadanía mexicana se informa ha cambiado con el paso de los años. Este proceso de interacción entre la ciudadanía y los medios de comunicación está en constante transformación, derivado de diversas variables, entre las que se encuentran el contexto social, el político, el económico y el tecnológico.

De acuerdo con Reuters (Reuters Institute for the Study of Journalism, s.f.) los medios impresos y la televisión se volvieron menos importantes con el tiempo. Por el contrario, las redes sociales se usan ampliamente en todos los grupos de edad, y TikTok es la plataforma más consultada.

Gráfica 2
Fuentes de noticias 2017-2024

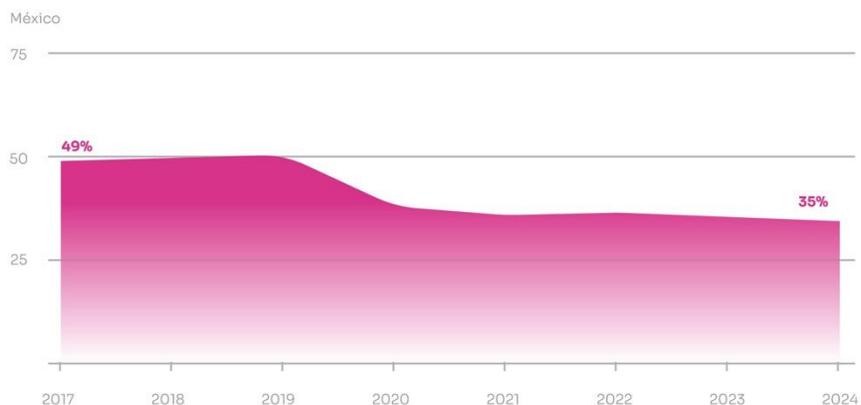


Fuente: Reuters Institute for the Study of Journalism. (s.f.).

Sin embargo, la confianza en las noticias en general ha disminuido en los últimos años, pasando de un 49% en 2017 a un 35 % en 2024, como se muestra en la gráfica 3.

Gráfica 3

Confianza en las noticias 2017-2024

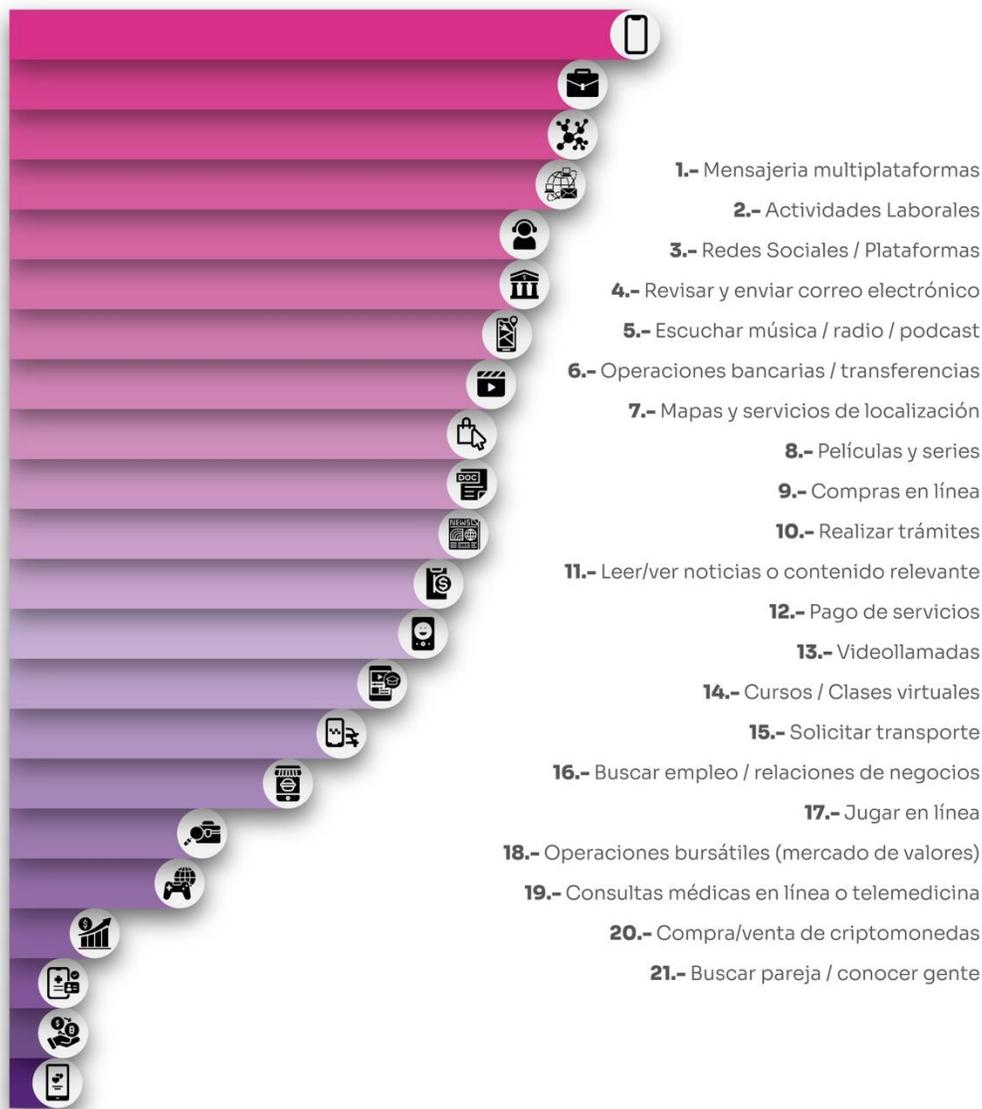


Fuente: Reuters Institute for the Study of Journalism. (s.f.).

Con base en el vigésimo segundo estudio sobre los hábitos de usuarios de internet en México 2024 (Asociación de Internet MX, 2024), realizado por la Asociación de Internet Mx, en colaboración con Knowsy A.I. y el Consejo de Datos y Tecnologías Emergentes, la aceleración en el uso de tecnologías digitales en México muestra que las generaciones Z y X son las más activas en internet, seguidas por los Millennials y los Baby Boomers. Las actividades que mayormente realizan las y los usuarios mexicanos de internet se muestran en la gráfica 4.

Gráfica 4

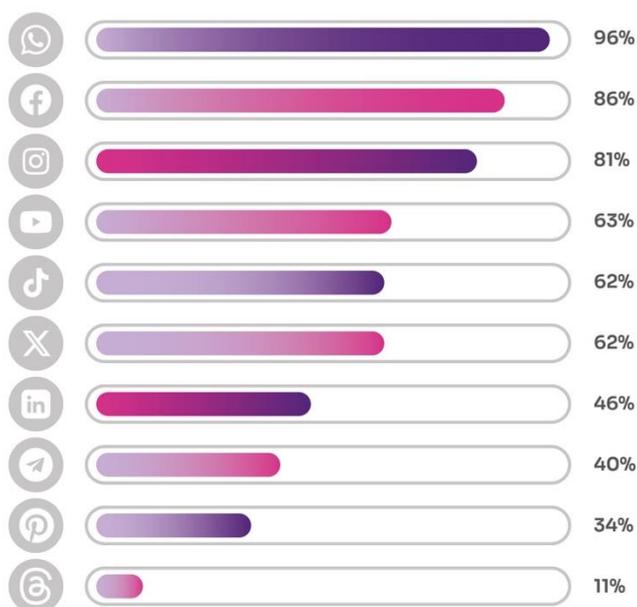
Actividades que realizan las y los usuarios en internet



Fuente: Asociación de Internet MX (2024).

Asimismo, determina que las redes sociales de mayor uso por las y los mexicanos, como se puede apreciar en la gráfica 5.

Gráfica 5
Redes sociales en las que los usuarios mexicanos
tienen una cuenta activa

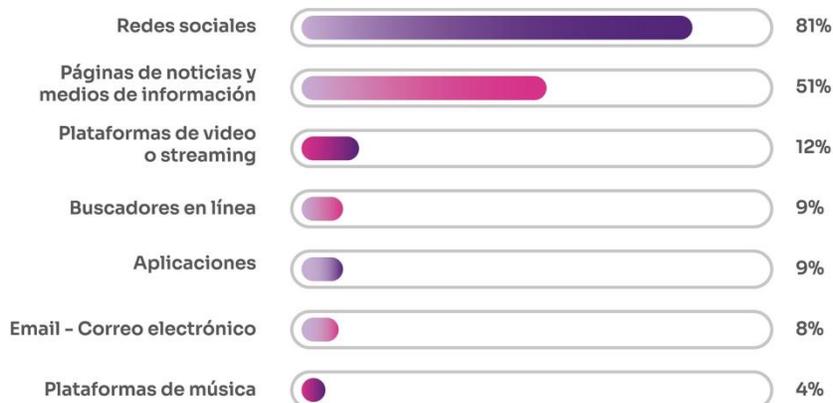


Fuente: Asociación de Internet MX (2024).

La visibilidad de las campañas políticas en canales digitales también fue objeto de este estudio, destacando a las redes sociales como el medio predominante para obtener información y debatir sobre contenidos de carácter político.

Gráfica 6

Visibilidad de campañas políticas en canales digitales



Fuente: Asociación de Internet MX (2024).

Con esta información y la actualización del Catálogo Nacional de Medios Impresos e Internet por parte de la Coordinación Nacional de Comunicación Social, se podrá realizar una mayor inclusión digital y la optimización de los recursos al momento de seleccionar los medios y las plataformas digitales para la conformación de las pautas de difusión de los temas que contempla esta Estrategia.

4.3. Contexto actual

El presente apartado tiene por objetivo conocer el contexto en el que se enmarca la Estrategia de Difusión 2025, con el fin de contemplarlo en el desarrollo de los diversos mensajes de difusión.

4.3.1. ENCÍVICA 2024-2026

El pasado 24 de julio de 2024, el INE presentó la Estrategia Nacional de Educación Cívica 2024-2026, cuyo objetivo es construir una ciudadanía integral y enfrentar los obstáculos que limitan la participación ciudadana, por lo que, la Estrategia de Difusión 2025 estará vinculada a la ENCÍVICA 2024-2026, con el propósito de contribuir a que las y los mexicanos cuenten con las competencias necesarias para un ejercicio pleno de su ciudadanía y que, por medio de esa práctica, se fomenten las condiciones de la convivencia cívica y comunitaria en el país.

A continuación, se explica el concepto *Ciudadanía integral*, el cual es clave en el desarrollo de la ENCÍVICA.

La ciudadanía integral

supone que las personas que le dan vida a una comunidad política se asumen como titulares de derechos, prerrogativas y potestades políticas, cuya satisfacción resulta vinculante al Estado y, por lo tanto, deben ser garantizados y exigibles. A su vez, implica que la convivencia democrática de una sociedad depende de que las y los ciudadanos cuenten con las condiciones suficientes para ejercer sus derechos y cumplir sus responsabilidades. (INE, 2024, p. 38)

Por lo tanto, la ciudadanía integral implica fomentar activamente la educación electoral y la educación cívica. De acuerdo con la ENCÍVICA 2024-2026, otro elemento constitutivo de la ciudadanía integral tiene que ver con el sentido de vinculación entre su participación y la toma de decisiones en el ámbito público. Ante la pregunta sobre lo que se necesita para gobernar un país, la opción con mayor grado de acuerdo en que la democracia es el sistema preferido por la población

mexicana de 15 años y más es “un gobierno donde todos participen en la toma de decisiones” (INE, 2024, p. 48).

En este sentido, la ciudadanía integral contiene dos ejes rectores: Formación y Participación; y, a su vez, cuatro líneas de acción, una de ellas es la *Difusión de campañas informativas y promoción del conocimiento*, que se relaciona directamente con los mensajes de la Estrategia de Difusión 2025, mismos que contemplan campañas de difusión en medios de comunicación y redes sociales que coadyuven a fortalecer el eje estratégico de la formación en educación cívica al familiarizar e informar a la ciudadanía sobre sus derechos y responsabilidades, con la intención de que tenga mayor conocimiento y comprensión de éstos, así como de temas de interés público, a través de la producción de mensajes claros, accesibles y oportunos.

4.3.2. *Procesos electorales locales 2024-2025 y 2025-2026*

De acuerdo con el contexto político-electoral de 2025, en México se realizarán comicios en dos estados: en Durango y Veracruz se renovararán los ayuntamientos de 39 y 212 municipios, respectivamente; Con base en el Acuerdo INE/CG2158/2024², el INE colaborará en la realización de ambas elecciones.

Es importante mencionar que los temas a difundir en el Proceso Electoral Local 2024-2025 también incluirán contenido relativo a la celebración de la elección extraordinaria del Poder Judicial de la Federación así como de sus Poderes Judiciales Locales que concurren en el 2025.

Asimismo, en esta Estrategia se toma en cuenta que en 2026 en Coahuila se renovará el Congreso local, por lo que en el último cuatrimestre de 2025 se deberán

² El Acuerdo puede ser consultado en:

<https://repositoriodocumental.ine.mx/xmlui/handle/123456789/176509>

iniciar los procesos de difusión. Por lo tanto, la presente Estrategia de Difusión contempla las actividades de difusión de cuatro escenarios: Entidades sin Elección, Proceso Electoral Local 2024-2025 Proceso Electoral Local 2025-2026 y el Proceso Electoral Extraordinario del Poder Judicial 2024-2025.

4.3.3. Proceso Electoral Extraordinario para del Poder Judicial de la Federación 2024-2025

Además de los procesos electorales locales mencionados anteriormente, la presente Estrategia toma en cuenta, como parte del contexto electoral previsto para 2025, la realización del Proceso Electoral Extraordinario del Poder Judicial de la Federación 2024-2025. Lo anterior, con base en el Decreto por el que se reforman, adicionan y derogan diversas disposiciones de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, en materia de reforma del Poder Judicial, publicado en el Diario Oficial de la Federación el 15 de septiembre de 2024; y en el Acuerdo INE/CG2240/2024 del Consejo General del Instituto Nacional Electoral, publicado el 23 de septiembre de 2024, en el que se emite la declaratoria del inicio del Proceso Electoral Extraordinario 2024-2025.

Cabe destacar que esta es la primera vez que se realiza una elección de este tipo, en la que se elegirán los cargos de ministras y ministros de la Suprema Corte de Justicia de la Nación, magistraturas de las Sala Superior y las salas regionales del Tribunal Electoral del Poder Judicial de la Federación, las personas integrantes del Tribunal de Disciplina Judicial, y las magistraturas de Circuito y personas juzgadoras de Distrito. Por lo que, en el marco de sus atribuciones, la Dirección Ejecutiva de Capacitación Electoral y Educación Cívica tomará en cuenta la difusión de los temas necesarios para dar a conocer y llevar a cabo el Proceso Electoral Extraordinario del Poder Judicial de la Federación 2024-2025.

5. Estrategia de Difusión 2025

5.1. ¿Qué es?

La Estrategia de Difusión 2025 es un documento que contribuye al cumplimiento de las atribuciones que la Constitución y la legislación electoral le confieren a la DECEyEC y al propio INE, ya que mediante el diseño y la ejecución de las campañas institucionales es posible difundir y promover los derechos políticos y los valores democráticos; la participación ciudadana; el voto universal, libre, secreto e informado; la educación cívica; los plazos y trámites registrales para la actualización del Padrón Electoral, así como la administración del tiempo que corresponde al Estado en radio y televisión destinado a fines electorales y al ejercicio de los derechos de los partidos políticos.

5.2. Estructura

La Estrategia de Difusión 2025 se estructura a partir de la recopilación de las necesidades de difusión de las diferentes áreas que integran al Instituto Nacional Electoral. Cabe destacar que para llevar a cabo el proceso de recopilación de necesidades se sigue el orden establecido en el Manual de Organización Específico de la Dirección Ejecutiva de Capacitación Electoral y Educación Cívica³.

Como primer paso, mediante correo electrónico y/u oficio, se solicita con un año de anticipación a las áreas informar cuáles son los temas que requieren difundir. Es importante mencionar que, al momento de informar sus necesidades de difusión, se hace del conocimiento de las áreas que deben considerar los escenarios previstos, los cuales, en el caso de la Estrategia de Difusión 2025, son cuatro, a saber: Entidades sin Elecciones, Proceso Electoral Local 2024-2025, Proceso Electoral

³ Éste se puede consultar en: <https://sidj.ine.mx/restWSsidj-nc/app/doc/932/20/1>

Local 2025-2026 y el Proceso Electoral Extraordinario del Poder Judicial de la Federación 2024-2025.

Es importante señalar que, dentro de los escenarios: Proceso Electoral Local 2024-2025 y Proceso Electoral Extraordinario del Poder Judicial de la Federación 2024-2025, dentro de los temas a difundir se incluirán mensajes diferenciados en las entidades federativas que también celebren elecciones de los Poderes Judiciales Locales.

Además del correo electrónico y la solicitud vía oficio, se adjunta un formato de *brief*, el cual deben llenar las áreas para solicitar cada uno de los temas que requieran; en este formato se recopila la información necesaria para la posterior elaboración de los materiales de difusión. Las áreas que reciben dicha solicitud son las siguientes:

1. Secretaría Ejecutiva
2. Dirección Ejecutiva del Registro Federal de Electores
3. Dirección Ejecutiva de Prerrogativas y Partidos Políticos
4. Dirección Ejecutiva de Organización Electoral
5. Dirección Ejecutiva del Servicio Profesional Electoral
6. Dirección Ejecutiva de Administración
7. Coordinación Nacional de Comunicación Social
8. Coordinación de Asuntos Internacionales
9. Dirección Jurídica
10. Dirección del Secretariado
11. Unidad Técnica de Servicios de Informática
12. Unidad Técnica de Igualdad de Género y No Discriminación
13. Unidad Técnica de lo Contencioso Electoral
14. Unidad Técnica de Fiscalización
15. Unidad Técnica de Vinculación con los Organismos Públicos Locales

- 16. Unidad Técnica de Transparencia y Protección de Datos Personales
- 17. Dirección de Capacitación Electoral
- 18. Dirección de Educación Cívica y Participación Ciudadana

El criterio utilizado para realizar las solicitudes en el orden previamente expuesto se realiza con base en lo establecido en el capítulo segundo del Reglamento Interior del Instituto Nacional Electoral⁴

Una vez recibidas las necesidades de difusión de cada una de las áreas, éstas se organizan según los escenarios previstos. Posteriormente, en cada escenario se ordenan los temas, de acuerdo con su prioridad, colocando primero los relacionados con la promoción de la participación ciudadana en los procesos electorales; en segundo lugar, los de credencialización; en tercer lugar, los que contribuyen al fortalecimiento de la educación cívica; en cuarto lugar, aquellos que sensibilizan sobre la violencia política contra las mujeres en razón de género; y, en quinto lugar, los temas que aportan valor institucional.

Este orden da prioridad a los temas específicos de participación ciudadana en cada etapa de los procesos electorales y credencialización, para después pasar a los temas cívicos de cultura democrática y, posteriormente, centrarse en aquellos que vinculan la identidad institucional a la ciudadanía.

El esquema 1 resume el procedimiento realizado:

⁴ Se puede consultar el Reglamento Interior del Instituto Nacional Electoral en: <https://sidj.ine.mx/restWSsidj-nc/app/doc/663/20/1>

Esquema 1

Proceso de recopilación de necesidades



Fuente: Elaboración propia

5.3. Objetivo

El objetivo de la Estrategia de Difusión 2025 es diseñar y guiar la implementación de campañas de difusión estratégicas, definiendo claramente los objetivos de comunicación y el público objetivo, así como el Plan de Medios de las Campañas Institucionales.

Lo anterior permitirá promover el conocimiento y orientar a la ciudadanía sobre los derechos político-electorales, difundir el nuevo proceso electoral extraordinario para los diferentes cargos del Poder Judicial, incentivar la participación ciudadana, divulgar los programas institucionales en materia de cultura cívico-democrática y fortalecer la imagen institucional.

5.3.1. Objetivos específicos

- Informar a la ciudadanía sobre la organización de la elección extraordinaria del poder judicial, las funciones de las personas juzgadoras y los cargos diferenciados a nivel local por los que se podrá votar.
- Promover, entre la ciudadanía, la participación informada en la toma de decisiones de los asuntos públicos.

- Propiciar el conocimiento de los valores y principios que rigen la vida democrática, alentando el apego a los mismos.
- Fomentar entre la ciudadanía el ejercicio de los derechos político-electorales.
- Difundir la naturaleza, atribuciones, facultades, funciones y composición del Instituto y, en especial, de sus consejos.
- Promover un llamado al voto libre e informado entre la ciudadanía de los estados de Durango y Veracruz, los cuales celebrarán procesos electorales locales.
- Fomentar la participación de toda la ciudadanía para obtener y/o actualizar su Credencial para Votar.
- Incentivar los espacios de diálogo y sensibilizar a la ciudadanía sobre la importancia de la participación electoral en los diversos escenarios políticos.
- Contribuir a las labores del Instituto en materia de prevención de la violencia política contra las mujeres, considerando que ésta representa una limitación para el ejercicio de los derechos político-electorales y, con ello, el desarrollo de la vida democrática del país.
- Promover la capacitación electoral orientada a la ciudadanía que tendrá la responsabilidad de convertirse en funcionarios y funcionarias de mesa directiva de casilla, enfatizando que su participación forma parte de la cadena de confianza que dota de certeza, credibilidad y legalidad a la organización de las elecciones.

Además, con el objetivo de contribuir al incremento de conocimientos, desarrollo de habilidades y actitudes, a través de la implementación de procesos formativos y del impulso de la participación para consolidar una ciudadanía integral, esta Estrategia comparte los objetivos específicos de la ENCÍVICA 2024-2026:

1. **Implementar procesos formativos de educación cívica.** Este objetivo busca incrementar los conocimientos y desarrollar habilidades y actitudes en las y los ciudadanos, lo cual es esencial para una ciudadanía integral.

2. **Incentivar la participación electoral y no electoral.** Este objetivo fomenta una ciudadanía activa y comprometida con su comunidad y su país.

5.4. Público objetivo

Es importante mencionar que para hacer más eficientes los tiempos y medios disponibles, y con la finalidad de aumentar la efectividad de las campañas que integran la Estrategia, éstas se dividen en función de sus objetivos de comunicación y del público objetivo —la ciudadanía en general— al que se dirigirán, como se muestra a continuación.

- **Campañas de llamado a la acción.** Son aquellas campañas cuyo objetivo principal es incentivar la participación ciudadana en procesos masivos de alcance nacional como son credencialización, procesos electorales y procesos de participación ciudadana en general. Estas campañas se orientan a ofrecer la información necesaria para satisfacer las dudas que surjan antes, durante y después del trámite o proceso.

Público objetivo: ciudadanas y ciudadanos mexicanos mayores de 18 años que residan en el territorio nacional.

- **Campañas informativas.** Su objetivo principal es ofrecer a la ciudadanía información acerca de trámites orientados a poblaciones específicas o que forman parte de las atribuciones institucionales en lo que se refiere a la regulación de la actividad de actores políticos.

Público objetivo: ciudadanía en general, personas militantes de partidos políticos, personas físicas y morales que ofrecen servicios al INE y/o a partidos políticos, candidatos y candidatas, mexicanos y mexicanas residentes en el extranjero, personas suspendidas de sus derechos políticos, así como niños, niñas y jóvenes.

- **Campañas de posicionamiento.** Se orientan a posicionar al Instituto Nacional Electoral como instancia garante de los derechos políticos de los mexicanos y las mexicanas.

Público objetivo: ciudadanía en general.

- **Campañas de construcción de cultura cívica.** Se orientan a difundir los valores y acciones relacionados con la cultura política participativa, poniendo especial énfasis en las distintas actividades que el Instituto emprende para acercarlas a la ciudadanía.

Público objetivo: ciudadanía en general.

Para implementar esta Estrategia se propone segmentar a las audiencias de acuerdo con sus necesidades de información o su interés en determinados temas o procesos inherentes a la actividad sustantiva del Instituto.

5.5. Medios

Los medios que se van a utilizar en la instrumentación de la Estrategia de Difusión 2025 son: radio, televisión, redes sociales, activaciones transmedia, medios impresos y medios exteriores. La selección del medio en el que se difundirá cada tema se realiza a partir de considerar los tiempos del Estado que tiene el Instituto Nacional Electoral en radio y televisión, el Catálogo Nacional de Medios Impresos e Internet 2024 (aprobado mediante el acuerdo INE/JGE69/2024)⁵, el mensaje a transmitir, los públicos objetivos, los escenarios de producción, las fechas de llamado al voto, los hallazgos detectados a partir de las evaluaciones a las

⁵ Acuerdo INE/JGE69/2024, aprobado por la Junta General Ejecutiva el 14 de mayo de 2024, mediante el cual se aprueba el Catálogo Nacional de Medios Impresos e Internet 2024, mismo que se divide en cuatro anexos incluidos en el presente acuerdo, por lo que forman parte integral del mismo, a saber: Anexo 1) Periódicos Nacionales; Anexo 2) Revistas; Anexo 3) Páginas Web (nacionales, internacionales y estatales), y Anexo 4) Periódicos Locales.

campañas, el presupuesto y el alcance estimado. Las características de cada medio son las siguientes:

Radio

- **Alcance local y segmentado.** La radio es efectiva para llegar a audiencias regionales y nacionales, con la posibilidad de segmentar el mensaje por horarios y por porcentaje de la pauta asignada del total de los tiempos del Estado, permitiendo una conexión más directa con audiencias específicas.
- **Frecuencia y repetición.** Es un medio ideal para mensajes que requieren repetición constante, ya que permite llegar a la audiencia en diferentes momentos del día, lo que puede reforzar la recordación del mensaje.
- **Público objetivo.** La radio es efectiva para llegar a audiencias locales, como adultos jóvenes y mayores que suelen escuchar la radio durante su desplazamiento o en el hogar. Es ideal para mensajes que buscan conectar con un público que consume medios tradicionales.

Televisión

- **Alcance masivo y segmentado.** La televisión es uno de los medios más efectivos para alcanzar a una audiencia amplia y diversa, lo que la hace ideal para campañas que buscan un impacto nacional o regional.
- **Impacto visual y emocional.** La combinación de imágenes, sonido y movimiento permite una comunicación más rica y efectiva, ideal para mensajes que buscan crear un fuerte impacto emocional. La televisión sigue siendo percibida como un medio creíble y confiable, lo que puede ser crucial para campañas que necesitan construir o mantener confianza.
- **Público objetivo.** Es ideal para audiencias que responden bien a mensajes visuales y emocionales, como jóvenes, personas adultas y adultas mayores, quienes valoran la experiencia visual y las historias impactantes.

Redes sociales

- **Segmentación precisa.** Las redes sociales permiten una segmentación altamente precisa basada en demografía, intereses, comportamientos y geolocalización, lo que maximiza la relevancia del mensaje para cada grupo.
- **Interactividad y *engagement*.** Facilitan la interacción directa con la audiencia, permitiendo realizar comentarios, compartir contenido y generar discusiones en tiempo real, lo cual puede aumentar el compromiso con la campaña. Se obtienen métricas actualizadas sobre el rendimiento de las publicaciones.
- **Público objetivo.** Las redes sociales son fundamentales para llegar a audiencias jóvenes (adolescentes, jóvenes y personas adultas) que pasan mucho tiempo en plataformas digitales y buscan interacción directa con marcas y campañas.

Activaciones transmedia

- **Experiencia inmersiva.** Las activaciones transmedia crean experiencias inmersivas que involucran a la audiencia a través de múltiples plataformas, lo que puede hacer que el mensaje sea más memorable y relevante.
- ***Engagement* multiplataforma.** Al utilizar varios medios y canales, se refuerza el mensaje a través de diferentes puntos de contacto, aumentando la probabilidad de que la audiencia lo asimile. Estas activaciones pueden destacar por su creatividad e innovación, diferenciando la campaña en un entorno saturado de mensajes.
- **Público objetivo.** Permite dirigirse a audiencias con intereses muy específicos, como profesionales, deportistas, *gamers* o comunidades *online*, optimizando el impacto del mensaje.

Medios impresos

- **Credibilidad y profundidad.** Los medios impresos como periódicos y revistas son percibidos como fuentes confiables de información, ideales para mensajes que requieren credibilidad o un análisis más profundo.

- **Permanencia y alcance.** A diferencia de otros medios, el material impreso tiene una permanencia física, lo que permite a la audiencia revisar el mensaje varias veces. Es útil para llegar a la audiencia que consume contenido impreso de manera regular, como ciertos segmentos de profesionales o personas de mayor edad.

Medios exteriores

- **Alcance.** Permiten segmentar geográficamente la campaña, ubicando los mensajes en lugares estratégicos donde se concentra la audiencia objetivo.
- **Visibilidad.** Los medios exteriores como vallas publicitarias, anuncios en transporte público y carteles en puntos estratégicos tienen un alto impacto visual, ideal para campañas que buscan visibilidad en áreas de alto tráfico y concurrencia.
- **Complemento a otros medios.** Funcionan bien como un refuerzo a campañas en otros medios, manteniendo la visibilidad del mensaje de manera constante y en diferentes contextos.

6. Campañas institucionales 2025

La Estrategia de Difusión 2025 plantea cinco campañas, mismas que se muestran en la siguiente tabla con sus respectivas subcampañas. A su vez, cada subcampaña contiene los temas específicos que son visibles en el Plan de Medios de cada escenario.

CAMPAÑAS	SUBCAMPAÑAS
	<p>a) Convocatorias ciudadanas</p> <p>Fomentar la participación ciudadana en cada una de las etapas de la organización del proceso electoral.</p> <hr/> <p>b) Denuncia de delitos electorales</p>

CAMPAÑAS	SUBCAMPAÑAS
<p>Promoción de la participación ciudadana en los procesos electorales</p>	<p>Explicar los tipos de delitos electorales y los mecanismos que existen para denunciarlos.</p>
	<p>c) Llamado al voto</p> <p>Invitar a la ciudadanía a ejercer su voto informado, destacando la importancia de su participación en la renovación de los poderes públicos. Informar sobre el día de la jornada electoral, así como acerca del procedimiento para ubicar la casilla.</p>
	<p>d) Reconocimiento a la participación ciudadana</p> <p>Hacer un reconocimiento a la participación de la ciudadanía que contribuyó a hacer posible la elección y a quienes ejercieron su derecho al voto.</p>
<p>Credencialización</p>	<p>a) Proceso electoral</p> <p>Informar a la ciudadanía sobre los trámites registrales para la integración de la Lista Nominal de Electores y las fechas límite para recoger la credencial, y poder votar en las elecciones locales.</p>
	<p>b) Campaña de actualización permanente</p> <p>Informar a la ciudadanía sobre las fechas de inscripción al Padrón Electoral, la actualización del domicilio, la renovación por pérdida de vigencia, la reposición por pérdida o extravío, la corrección de datos personales, la aplicación del artículo 155 de la Ley General de Instituciones y Procedimientos Electorales, el programa de reseccionamiento, la notificación de ciudadanas y ciudadanos fallecidos y la reincorporación de la ciudadanía rehabilitada en sus derechos políticos.</p>
	<p>c) Campaña de actualización intensa</p> <p>Informar a la ciudadanía sobre las fechas relativas a la inscripción en el Padrón Electoral, la inscripción de las y los jóvenes que están por cumplir 18 años, la actualización del domicilio, la renovación de credenciales 2023 y 2024, la reposición de credenciales, la corrección de datos personales, la</p>

CAMPAÑAS	SUBCAMPAÑAS
	<p>credencialización de mexicanas y mexicanos residentes en el extranjero y la entrega de credenciales.</p> <p>Esta campaña se realiza durante el último tercio de cada año y tiene como objetivo intensificar la información relativa a la credencialización con miras a la integración de la Lista Nominal de Electores para un futuro proceso electoral.</p> <p>d) Innovación en mi INE</p> <p>Informar a la ciudadanía sobre cómo el INE facilita el acceso a los servicios promoviendo la digitalización del proceso de trámite de la Credencial para Votar (la INE), agiliza procesos al reducir tiempos de espera y reduce costos operativos asociados con los trámites físicos.</p> <p>e) Mi INE está hecha de inclusión</p> <p>Informar a la ciudadanía las acciones que realiza el INE para asegurar que todas las personas, sin importar su situación o condición, tengan acceso a la identidad y a los servicios asociados, promoviendo la igualdad y la inclusión en la sociedad.</p>
<p>Fortalecimiento de la educación cívica</p>	<p>a) ENCÍVICA 2024-2026</p> <p>Promover la educación cívica, la participación activa y la inclusión de todos los sectores de la sociedad, especialmente jóvenes y mujeres, en los procesos democráticos y en la vida pública del país, fortaleciendo así una ciudadanía informada, participativa y comprometida con la construcción de una sociedad equitativa y democrática.</p> <p>b) Cultura democrática</p> <p>Fortalecer la cultura democrática y la participación ciudadana en México mediante la educación cívica; involucrar a niños y jóvenes en los procesos democráticos; dar a conocer los resultados de los ejercicios que se realizan para tales efectos como la Consulta Infantil y Juvenil 2024; impulsar la divulgación de información clave sobre la participación electoral y el análisis de comportamientos ciudadanos, con un enfoque inclusivo, que abarque a diversos grupos y sectores de la sociedad,</p>

CAMPAÑAS	SUBCAMPAÑAS
	asegurando que toda la ciudadanía, independientemente de su ubicación o condición, tenga la oportunidad y el conocimiento para participar activamente en la vida cívica de México.
Sensibilización y prevención de la violencia política contra las mujeres en razón de género	<p>a) Prevención y atención</p> <p>Sensibilizar a la ciudadanía en cuanto a los tipos de violencia y su prevención, tanto en el ámbito político electoral como en el resto de los sectores sociales e institucionales, a través de una cultura democrática que aporte a la paridad de género previniendo la discriminación hacia las mujeres.</p>
Valor institucional	<p>a) Contribución</p> <p>Dar a conocer los mecanismos que aporta la institución para responder a los cambios políticos y sociales que atraviesa la sociedad mexicana, con el objetivo de ser un facilitador en el ejercicio de sus derechos político-electorales.</p>
	<p>b) Identidad</p> <p>Explicar a la ciudadanía las atribuciones, el funcionamiento y la composición del Instituto, así como la manera en que éste ha contribuido a la construcción de la democracia.</p>

Como se puede observar, cada una de las campañas cuenta con sus respectivas subcampañas, de las cuales, algunas fueron fusionadas para que abarquen mensajes estratégicos relacionados con un tema en específico como la ENCÍVICA y la cultura democrática.

El mismo caso ocurre con la fusión de las subcampañas pertenecientes a la campaña denominada *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 fomentar la igualdad sustantiva, la paridad de género

y la cultura de respeto de los derechos humanos de las mujeres en el ámbito político y electoral. Es en esta campaña que se fusionan las tres subcampañas de Igualdad sustantiva, Paridad de género y Derechos humanos de las mujeres en el ámbito político-electoral para generar la subcampaña Prevención y atención.

En caso de que se presenten situaciones extraordinarias, las temáticas a difundir se atenderán mediante una campaña denominada Unitaria. Ésta responde a temas específicos de atención inmediata, los cuales pueden derivar de acuerdos del Consejo General, acatamiento a resoluciones del Tribunal Electoral del Poder Judicial de la Federación, solicitudes de la Comisión de Capacitación Electoral y Educación Cívica, coproducciones con instituciones defensoras de los derechos humanos, instancias impulsoras de la cultura cívica, la igualdad de género y la no discriminación, instituciones académicas y/o casos fortuitos que determinen acciones del INE a difundir e informar con base en el principio de máxima publicidad hacia la ciudadanía.

7. Escenarios de difusión

Durante 2025 los esfuerzos de difusión y comunicación institucional del Instituto estarán dirigidos a atender cuatro escenarios de difusión:

- Entidades federativas donde no habrá procesos electorales.
- Proceso Electoral Local 2024-2025 en dos entidades: Durango y Veracruz.
- Inicio del Proceso Electoral Local 2025-2026, durante el último cuatrimestre de 2025: Coahuila.
- Proceso Electoral Extraordinario del Poder Judicial de la Federación 2024-2025.

Es importante señalar que, dentro de los escenarios: Proceso Electoral Local 2024-2025 y Proceso Electoral Extraordinario del Poder Judicial de la Federación 2024-2025, dentro de los temas a difundir se incluirán mensajes diferenciados en las entidades federativas que también celebren elecciones de los Poderes Judiciales Locales.

Con la premisa de orientar a la ciudadanía en el ejercicio de sus derechos y obligaciones político-electorales —entre los cuales están votar y ser votado, asociación y afiliación, la capacidad de involucrarse en los asuntos públicos del país y tomar parte en el proceso deliberativo del Gobierno, la libertad de expresión, así como el voto libre y secreto y el derecho a la identidad—, tanto el diseño creativo como la producción audiovisual se consideran elementos de pedagogía y cultura cívica, para conseguir que nuestras campañas obtengan un enfoque informativo y formativo.

En este orden de ideas, los materiales contendrán lenguaje incluyente y claro, la selección de talentos reflejará la diversidad de las y los mexicanos, y estará presente la Lengua de Señas Mexicana cuando se trate, principalmente, de mensajes informativos.

La Estrategia de Difusión 2025 se construye sobre un modelo integral de comunicación fundamentado en los principios rectores del INE: certeza, legalidad, independencia, imparcialidad, máxima publicidad y objetividad, así como en los principios de igualdad, inclusión, no discriminación y no violencia. A su vez, los principios de igualdad se ven reflejados en la selección de talento, es decir, en la producción de los mensajes se procura la aparición del mismo número de mujeres y de hombres. Mientras que en materia de inclusión se contemplan las siguientes acciones para la producción de materiales audiovisuales:

- Subtitular todos los *spots* para televisión.

- Producir *spots* para radio en lenguas indígenas.
- Incluir Lengua de Señas Mexicana en *spots* para televisión.
- Uso de lenguaje inclusivo.

En tanto, los principios de no discriminación y no violencia se ven reflejados a través de:

- La producción de *spots* que facilitan la identificación de los tipos de violencia y cómo denunciarlos.
- La supervisión de mensajes libres de estereotipos de género, a partir de la validación de los guiones de TV y radio por parte de la Coordinación de Proyectos Académicos.

8. Plan de medios

A continuación, se presenta el Plan de medios programado para cada uno de los escenarios que abarcan esta Estrategia de Difusión.



8.1.

Nacional Electoral



Instituto

Entidades sin elección 2025



Campaña/Subcampaña	Radio	Televisión	Redes sociales	Activaciones transmedia	Medios impresos	Medios exteriores	ene-25	feb-25	mar-25	abr-25	may-25	jun-25	jul-25	ago-25	sept-25	oct-25	nov-25	dic-25	Público objetivo
Credencialización																			
Campaña de actualización permanente																			
Actualización de domicilio	x	x	x	x						x	x	x							Ciudadanía en general
Inscripción al Padrón Electoral	x	x	x	x			x	x	x										Ciudadanía en general
Renovación de credenciales 2024	x		x	x			x	x	x										Ciudadanía en general
Corrección de datos	x		x	x								x	x	x					Ciudadanía en general
Entrega de credenciales	x	x	x	x									x	x					Ciudadanía en general
Artículo 155	x		x	x			x	x											Ciudadanía en general
Campaña de actualización intensa																			
Actualización de domicilio	x	x	x	x											x	x	x	x	Ciudadanía en general
Inscripción al Padrón Electoral	x	x	x	x											x	x	x	x	Personas que cumplen 18 años
Renovación de credenciales 2025	x	x	x	x											x	x	x	x	Ciudadanía en general
Entrega de credenciales	x	x	x	x													x	x	Ciudadanía en general
Trámites registrales			x		x		x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	Ciudadanía en general
Innovación en mi INE																			
Credencial digital	x	x	x	x	x										x	x	x	x	Ciudadanía en general
Pretrámite en línea	x	x	x	x											x	x	x	x	Ciudadanía en general
Mi INE está hecha de inclusión																			
Atención de grupos vulnerables en MAC	x		x	x	x								x	x	x	x	x	x	Ciudadanía en general
Artículo 141	x	x	x				x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	Ciudadanía en general

Campaña/Subcampaña	Radio	Televisión	Redes sociales	Activaciones transmedia	Medios impresos	Medios exteriores	ene-25	feb-25	mar-25	abr-25	may-25	jun-25	jul-25	ago-25	sept-25	oct-25	nov-25	dic-25	Público objetivo	
Derecho a la identidad de las personas suspendidas en sus derechos político-electorales			x				x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	Personas mayores de edad suspendidas en sus derechos político-electorales	
Fortalecimiento de la educación cívica																				
ENCÍVICA																				
Estrategia Nacional de Educación Cívica (ENCÍVICA) 2024-2026	x	x	x	x					x	x	x	x	x	x					Público objetivo de ENCÍVICA	
#JuventudActúaMX			x	x					x	x									Personas jóvenes mexicanas de 18 a 29 años de edad	
Concurso nacional <i>Tejiendo redes ciudadanas por juventudes diversas</i>	x		x	x						x	x	x							Personas jóvenes de 18 a 29 años de todo el país	
13° Parlamento de las niñas y los niños de México	x	x	x	x											x	x			Niñas y niños de 10 a 12 años de edad y que cursen el 5o. grado de primaria Madres y padres de familia Personal directivo, profesoras y profesores de nivel básico	
Concursos OSC 2025 <i>Programa de Impulso a la Participación Política de Mujeres a través de Organizaciones de la Sociedad Civil</i>	x		x	x			Por definir													Organizaciones de la sociedad civil
Liderazgo de las mujeres en la política <i>Tercera edición del programa</i>	x		x										x	x					Mujeres aspirantes a candidaturas a puestos de elección popular; mujeres que, sin aspirar a un cargo público, se desenvuelvan en el ámbito público-electoral, y mujeres de movimientos y organizaciones de la sociedad civil, cuya labor se centre en derechos políticos y electorales	
Cultura democrática																				

Campaña/Subcampaña	Radio	Televisión	Redes sociales	Activaciones transmedia	Medios impresos	Medios exteriores	ene-25	feb-25	mar-25	abr-25	may-25	jun-25	jul-25	ago-25	sept-25	oct-25	nov-25	dic-25	Público objetivo
Educación cívica para MRE <i>Plataforma virtual de formación de promotores de educación cívica para MRE</i>	x		x								x	x	x	x	x				Ciudadanía mexicana que reside en el extranjero (especialmente jóvenes de entre 18 y 29 años)
Resultados del Informe País 2020			x				x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	Ciudadanía interesada en temas político-electorales Organizaciones civiles Personas miembros de la academia y estudiantes de ciencias sociales
Participación en las elecciones de 2024 <i>Estudio muestral de la participación ciudadana 2024</i>	x		x	x			x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	Ciudadanía en general Comunidad académica Comunidad institucional Partidos políticos Organismos públicos Sistema electoral
Participación de Baja California 2021 <i>Estudio sobre abstencionismo en Baja California. Proceso Electoral Concurrente 2020-2021</i>	x		x				x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	Ciudadanía de Baja California
Conteos censales <i>Conteos censales de participación ciudadana 2009-2024</i>			x	x								x	x	x	x	x	x	x	Ciudadanía interesada en asuntos político-electorales Partidos políticos y estrategias electorales Organismos Públicos Locales electorales Miembros de la academia y estudiantes de ciencias sociales
Faro Democrático			x	x			Por definir												Ciudadanía en general
Resultados de la Consulta Infantil y Juvenil 2024	x	x	x	x							x	x	x						Ciudadanía en general Niñas, niños y adolescentes
Seguimiento a resultados de la CIJ 2024	x	x	x	x										x	x	x	x		Ciudadanía en general Niñas, niños y adolescentes
Sello editorial INE	x	x	x	x									x	x	x	x	x	x	Ciudadanía en general Niñas, niños y adolescentes

Campaña/Subcampaña	Radio	Televisión	Redes sociales	Activaciones transmedia	Medios impresos	Medios exteriores	ene-25	feb-25	mar-25	abr-25	may-25	jun-25	jul-25	ago-25	sept-25	oct-25	nov-25	dic-25	Público objetivo
Divulgación de la cultura democrática			x				Por definir												Ciudadanía en general
Programa de la Feria del libro <i>Igualdad de género y democracia</i>	x		x													x	x		Ciudadanía en general
México debate	x		x	x			Por definir												Ciudadanía en general
Semana Nacional de Educación Cívica	x		x				Por definir												Ciudadanía en general
Posicionamiento INE-MRE <i>Credencialización e importancia de la participación</i>	x	x	x	x			Por definir												Familiares y amistades residentes en el extranjero
Sensibilización y prevención de la violencia política contra las mujeres en razón de género																			
Prevención y atención																			
¿Qué es la VPMRG?	x	x	x	x			x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	Ciudadanía en general Mujeres que se desempeñan en el ámbito político y electoral
VPMRG en el ejercicio del cargo	x		x	x			x	x	x										Ciudadanía en general Mujeres políticas que desempeñan un cargo de elección popular
Atención de la VPMRG	x		x	x									x	x	x				Mujeres en el ámbito de la política
Paridad sustantiva	x		x	x								x	x	x	x	x	x	x	Candidatas electorales Mujeres que participan en política Partidos políticos Ciudadanía en general
Nuestras voces cuentan			x	x					x	x	x	x	x	x					Población en general Mujeres indígenas y afrodescendientes
Valor institucional																			
Identidad																			

Campaña/Subcampaña	Radio	Televisión	Redes sociales	Activaciones transmedia	Medios impresos	Medios exteriores	ene-25	feb-25	mar-25	abr-25	may-25	jun-25	jul-25	ago-25	sept-25	oct-25	nov-25	dic-25	Público objetivo
MI INE (concepto de marca)	x	x	x	x				x	x	x	x	x	x						Ciudadanía en general
La historia de mi INE			x	x								x	x	x	x				Ciudadanía en general
La importancia de mi INE			x	x											x	x	x	x	Ciudadanía en general
Contribución																			
Constitución de nuevos PPN y APN	x	x	x	x					x	x									Ciudadanía en general
Modelo de comunicación política: promocionales de radio y televisión	x		x				x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	Ciudadanía en general
Registro Nacional de Proveedores 2025	x		x	x				x											Proveedores, personas físicas y morales que se encuentran inscritos y activos en el RNP al 31 de diciembre de 2024 que pretendan realizar operaciones con actores políticos durante 2025
Convocatorias 2025 – Proceso de selección y designación OPL			x				x	x											Personas interesadas en formar parte del órgano máximo de los Organismos Públicos Locales
Concurso público 2025-2026 del sistema INE	x		x				x	x	x	x									Personas interesadas en ingresar y pertenecer al SPEN, que cubra el perfil requerido para los cargos y puestos ofertados
Total general	38	19	49	36	3	0													



8.2.



Proceso Electoral Local 2024-2025



Campaña/Subcampaña	Radio	Televisión	Redes sociales	Activaciones transmedia	Medios impresos	Medios exteriores	ene-25	feb-25	mar-25	abr-25	may-25	jun-25	jul-25	Público objetivo
Promoción de la participación ciudadana en los procesos electorales														
Convocatorias ciudadanas en procesos electorales														
Convocatoria de observadores y observadoras electorales	x	x	x	x			x	x	x	x	x			Ciudadanía en general con Credencial para Votar vigente de las entidades con elección
Registro en la Lista Nominal del Electorado en el Extranjero	x	x	x				x	x						Ciudadanía con familiares y amistades en el extranjero
Primera etapa de capacitación electoral	x	x	x	x				x	x					Ciudadanía insaculada Público en general
Segunda etapa de capacitación electoral	x	x	x	x	x					x	x			A la ciudadanía que durante la primera etapa de capacitación electoral aceptó participar como FMDC y que cumple con los requisitos de ley para integrar las MDC (público en general)
Denuncia de delitos electorales														
Ante los delitos electorales, denuncia	x	x	x	x	x				x	x	x	x		Ciudadanía en general con Credencial para Votar vigente de las entidades con elección
Contra la compra y coacción del voto, Mi voto vale	x	x	x	x					x	x	x	x		Ciudadanía en general con Credencial para Votar vigente de las entidades con elección
La VPMRG es un delito, INE-FISEL	x	x	x	x					x	x	x	x		Ciudadanía en general con Credencial para Votar vigente de las entidades con elección
Llamado al voto														
Voto informado	x	x	x	x					x	x	x	x		Ciudadanía en general con Credencial para Votar vigente de las entidades con elección
Ejerce tu voto informado	x	x	x	x	x	x				x	x	x		Ciudadanía en general con Credencial para Votar vigente de las entidades con elección
Participación incluyente	x	x	x	x						x	x	x		Ciudadanía en general con Credencial para Votar vigente de las entidades con elección

Campaña/Subcampaña	Radio	Televisión	Redes sociales	Activaciones transmedia	Medios impresos	Medios exteriores	ene-25	feb-25	mar-25	abr-25	may-25	jun-25	jul-25	Público objetivo
Ubica tu casilla	x	x	x	x	x						x	x		Ciudadanía en general con Credencial para Votar vigente de las entidades con elección
Instrucciones para votar	x	x	x	x							x	x		Ciudadanía en general con Credencial para Votar vigente de las entidades con elección
Voto Anticipado	x		x	X					x	x	x			Ciudadanía con algún impedimento físico que se encuentre registrada con su condición en la Lista Nominal de Electores
Voto de las Personas en Prisión Preventiva	x		x	x					x	x	x			Ciudadanía en Prisión Preventiva con registro en la Lista Nominal de Electores
Reconocimiento a la participación ciudadana														
Reconocimiento a la participación ciudadana	x	x	x	x	x							x	x	Ciudadanía en general con Credencial para Votar vigente de las entidades con elección
Credencialización														
Proceso electoral														
Fecha límite (FL) para reimpresión de tu INE	x	x	x	x				x	x	x	x			Ciudadanía en general con Credencial para Votar vigente de las entidades con elección
FL Entrega de tu INE	x	x	x	x	x			x	x					Ciudadanía en general con Credencial para Votar vigente de las entidades con elección
Revisión de la Lista Nominal de Electores	x	x	x	x				x	x					Ciudadanía en general con Credencial para Votar vigente de las entidades con elección
Artículo 155	x		x	x			x	x						Ciudadanía en general con Credencial para Votar vigente de las entidades con elección
Credencialización VMRE	x	x	x				x	x						Ciudadanía con familiares y amistades en el extranjero
Sensibilización y prevención de la violencia política contra las mujeres en razón de género														
Prevención y atención														

Campaña/Subcampaña	Radio	Televisión	Redes sociales	Activaciones transmedia	Medios impresos	Medios exteriores	ene-25	feb-25	mar-25	abr-25	may-25	jun-25	jul-25	Público objetivo
Catálogo de conductas y sanciones por violencia política contra las mujeres en razón de género (VPMRG)			x	x					x	x	x			Ciudadanía en general con Credencial para Votar vigente de las entidades con elección
Reconocimiento de derechos humanos en favor de las mujeres en el ámbito político	x	x	x	x					x	x	x			Ciudadanía en general con Credencial para Votar vigente de las entidades con elección
Atención de la VPMRG			x	x					x	x	x			Ciudadanía en general con Credencial para Votar vigente de las entidades con elección
Fortalecimiento de la cultura cívica														
Cultura democrática														
Programa de Promoción de la Participación Ciudadana en los Procesos Electorales Locales 2024-2025.	x	x	x	x				x	x	x				Jóvenes de 18 a 29 años de las entidades con elección
Cadena de confianza	x	x	x	x				x	x	x	x			Ciudadanía en general con Credencial para Votar vigente de las entidades con elección
¿Cómo se elige al funcionario de casilla?	x	x	x	x					x	x	x			Ciudadanía en general con Credencial para Votar vigente de las entidades con elección
Promoción de la participación como funcionario de mesa directiva de casilla			x				Por definir						Ciudadanía en general	
Valor institucional														
Identidad														
MI INE (concepto de marca)	x	x	x	x					x	x	x	x		Ciudadanía en general con Credencial para Votar vigente de las entidades con elección
Contribución														

Campaña/Subcampaña	Radio	Televisión	Redes sociales	Activaciones transmedia	Medios impresos	Medios exteriores	ene-25	feb-25	mar-25	abr-25	may-25	jun-25	jul-25	Público objetivo
Refrendo Registro Nacional de Proveedores 2025	x		x	x			x	x						Ciudadanía en general con Credencial para Votar vigente de las entidades con elección
Total general	26	22	29	26	6	1								



8.3.



Proceso Electoral Local 2025-2026



Campaña/subcampaña	Radio	Televisión	Redes sociales	Activaciones	Medios impresos	Medios exteriores	sep-25	oct-25	nov-25	dic-25	Público objetivo
Promoción de la participación ciudadana en los procesos electorales											
Convocatorias ciudadanas											
Convocatoria SE y CAE	x	x	x	x	x				x	x	Ciudadanía en general
Convocatoria de observadores y observadoras electorales	x	x	x	x	x		x	x	x	x	Ciudadanía en general
Credencialización											
Proceso electoral											
Fecha límite (FL) cambio de domicilio	x	x	x	x			x	x	x	x	Ciudadanía en general
FL Inscripción al Padrón Electoral	x	x	x	x			x	x	x	x	Ciudadanía en general
FL Renovación de la INE	x	x	x	x			x	x	x	x	Ciudadanía en general
FL Trámites registrales	x	x	x	x	x		x	x	x	x	Ciudadanía en general
Sensibilización de la violencia política contra las mujeres en razón de género											
Tipos de violencia en contra de las mujeres en el ejercicio de sus derechos políticos											
Tipos de violencia en contra de las mujeres en el ejercicio de sus derechos políticos	x	x	x	x			x	x	x	x	Ciudadanía en general
Catálogo de conductas y sanciones por VPMRG			x	x					x	x	Ciudadanía en general

Campaña/subcampaña	Radio	Televisión	Redes sociales	Activaciones	Medios impresos	Medios exteriores	sep-25	oct-25	nov-25	dic-25	Público objetivo
Atención de la VPMRG			x	x						x	Ciudadanía en general
Valor Institucional											
Identidad											
MI INE (concepto de marca)	x	x	x	x			x	x	x	x	Ciudadanía en general
Contribución											
Registro Nacional de Proveedores	x		x	x			x	x	x	x	Ciudadanía en general
Total General	9	8	11	11	3						



8.4.



Proceso Electoral Extraordinario del Poder Judicial de la Federación 2024-2025



Campaña/subcampaña	Radio	Televisión	Redes sociales	Activaciones Transmedia	Medios impresos	Medios exteriores	ene-25	feb-25	mar-25	abr-25	may-25	jun-25	jul-25	Público objetivo
Promoción de la Participación Ciudadana en los Procesos Electorales														
Convocatorias ciudadanas en procesos electorales														
Convocatoria SE-CAE	x	x	x	x	x									Ciudadanía en general con credencial de elector vigente de las entidades con elección
Convocatoria de Observadores y Observadoras Electorales	x	x	x	x	x		x	x	x	x	x			Ciudadanía en general con credencial de elector vigente de las entidades con elección
Primera Etapa de Capacitación Electoral	x	x	x	x	x		x	x	x					Ciudadanía insaculada y público en general.
Segunda etapa de Capacitación Electoral	x	x	x	x	x					x	x			A la ciudadanía que durante la primera etapa de capacitación electoral aceptó participar como FMDC y que cumple con los requisitos de ley para integrar las MDC (público en general).
Denuncia de delitos electorales														
Ante los delitos electorales, denuncia	x	x	x	x	x					x	x	x		Ciudadanía en general con credencial de elector vigente de las entidades con elección
Llamado al voto														
Foros de debate*	x	x							x	x	x			Ciudadanía en general con credencial de elector vigente de las entidades con elección
Voto informado / Conóceles	x	x	x	x					x	x	x	x		
Ejerce tu voto informado / Llamado a la participación	x	x	x	x	x	x				x	x	x		Ciudadanía en general con credencial de elector vigente de las entidades con elección
Ubica tu casilla Listados de ubicación e integración de casillas	x	x	x	x	x						x	x		Ciudadanía en general con credencial de elector vigente de las entidades con elección

Campaña/subcampaña	Radio	Televisión	Redes sociales	Activaciones Transmedia	Medios impresos	Medios exteriores	ene-25	feb-25	mar-25	abr-25	may-25	jun-25	jul-25	Público objetivo
Tipos de boletas y formas de votar	x	x	x	x	x			x	x	x	x	x		Ciudadanía en general con credencial de elector vigente de las entidades con elección
Participación incluyente	x	x	x	x					x	x	x			Ciudadanía en general con credencial de elector vigente de las entidades con elección
Voto Anticipado (VA)	x		x	x			x	x	x	x	x			Ciudadanía con algún impedimento físico que se encuentre registrada con su condición en la LN.
Reconocimiento a la participación ciudadana														
Reconocimiento a la participación ciudadana / Conoce los resultados	x	x	x	x	x							x	x	Ciudadanía en general con credencial de elector vigente de las entidades con elección
Credencialización														
Proceso Electoral Extraordinario del Poder Judicial de la Federación 2024-2025														
Credencialización bajo el artículo 141	x	x	x	x			x	x						Ciudadanía en general con credencial de elector vigente de las entidades con elección
FL Trámites registrales	x	x	x	x	x		x	x						Ciudadanía en general con credencial de elector vigente de las entidades con elección
FL Inscripción al padrón electoral			x	x			x	x						Ciudadanía en general con credencial de elector vigente de las entidades con elección
FL actualización de domicilio			x	x	x	x	x	x						Ciudadanía en general con credencial de elector vigente de las entidades con elección
Entrega de credenciales			x	x				X	X	X	X			Ciudadanía en general con credencial de elector vigente de las entidades con elección
FL para reimpresión/reposición de tu INE	x	x	x	x	x	x			x	x	x			Ciudadanía en general con credencial de elector vigente de las entidades con elección
Entrega de credenciales por reimpresión			x	x	x	x			x	x	x			Ciudadanía en general con credencial de elector vigente de las entidades con elección

Campaña/subcampaña	Radio	Televisión	Redes sociales	Activaciones Transmedia	Medios impresos	Medios exteriores	ene-25	feb-25	mar-25	abr-25	may-25	jun-25	jul-25	Público objetivo
Artículo 155	x		x	x	x	x		x						Ciudadanía en general con credencial de elector vigente de las entidades con elección
Vigencia de la INE 2024	x	x	x	x	x	x					x	x		Ciudadanía en general con credencial de elector vigente de las entidades con elección
Revisión de la Lista Nominal	x		x	x	x	x		x	x					Ciudadanía en general con credencial de elector vigente de las entidades con elección
Sensibilización y prevención de la violencia política contra las mujeres en razón de género														
Prevención y atención														
¿Qué es la VPMRG y cómo denunciar?	x	x	x	x			x	x	x	x				Ciudadanía en general con credencial de elector vigente de las entidades con elección
Paridad	x		x	x			x	x	x	x				Ciudadanía en general con credencial de elector vigente de las entidades con elección
Fortalecimiento de la Cultura Cívica														
Cultura democrática														
Cadena de confianza	x	x	x	x				x	x	x	x			Ciudadanía en general con credencial de elector vigente de las entidades con elección
¿Cómo se elige al funcionamiento de casilla?			x	x					x	x	x			Ciudadanía en general con credencial de elector vigente de las entidades con elección
Participación ciudadana y promoción del voto PPPC PEJ	x		x					x	x	x	x			Ciudadanía en general con credencial de elector vigente de las entidades con elección
Valor institucional														
Identidad														
¿Qué es y cuándo se realizará la Elección del PJF?	x	x	x	x			x	x	x	x	x			Ciudadanía en general con credencial de elector vigente de las entidades con elección

Campaña/subcampaña	Radio	Televisión	Redes sociales	Activaciones Transmedia	Medios impresos	Medios exteriores	ene-25	feb-25	mar-25	abr-25	may-25	jun-25	jul-25	Público objetivo
	Total General	30	24	31	30	16	7							

*Es importante mencionar que aún se están definiendo las fechas de difusión de algunos temas contemplados en la presente Estrategia, por lo que una vez que se cuente con la información correspondiente por cada una de las áreas encargadas de su desarrollo, se considerarán en el periodo solicitado para la evaluación de cada indicador.

9. Informe semestral

Los Informes sobre la implementación de la Estrategia de Difusión 2025 se presentarán en los meses de junio y diciembre del mismo año. Su objetivo es ofrecer un balance general de carácter descriptivo sobre el cumplimiento de la difusión de los temas planteados en la Estrategia. Cada Informe se somete a la aprobación de la Comisión de Capacitación Electoral y Educación Cívica o de la Comisión de Capacitación y Organización Electoral, según sea el caso. Una vez aprobado por la Comisión correspondiente, el informe se turna al Consejo General del Instituto para su aprobación y posterior publicación.

El Informe sobre la implementación de la Estrategia de Difusión 2025 se compone de elementos tanto cuantitativos como cualitativos. Para el desarrollo de su componente cuantitativo se toman como base los indicadores de desempeño definidos en la presente Estrategia, los cuales permiten dar seguimiento a la ejecución de las campañas institucionales. Mientras que, para su componente cualitativo se retoma como insumo la evaluación anual de las campañas.

Por lo anterior, este informe permite conocer cuántos de los materiales solicitados por las áreas han sido elaborados y difundidos en los tiempos planteados en la presente Estrategia, así como sus alcances en términos de difusión. Además, mediante la incorporación de la evaluación anual de las campañas, el informe presenta los resultados de la recordación, identificación y efectividad de los mensajes de las campañas implementadas.

A continuación, se presentan los indicadores de desempeño que son tomados en cuenta en la realización del informe.

9.1. Indicadores de desempeño

Un indicador de desempeño es un valor medible que permite ligar los objetivos de una estrategia con planes de acción concretos, (Kaplan y Norton, 1992) y al mismo tiempo ayuda a controlar y monitorear el cumplimiento cabal de los mismos. Para que un indicador de desempeño sea efectivo, además de estar relacionado con los objetivos definidos en la Estrategia, debe ser específico, medible, alcanzable y estar enmarcado en un periodo.

En la Estrategia de Difusión 2025 se contempla mantener los indicadores de desempeño desarrollados e implementados a partir de 2022, con la finalidad de contar con una evaluación objetiva sobre la planificación realizada. Los indicadores son los siguientes:

- **Difusión de mensajes planeados.** Se evaluará el número de temas difundidos en los diversos medios de comunicación, tomando como base el 100% de los temas planeados para cada año. En este sentido, se establece que, como mínimo, el 90% de los temas realizados al final de cada año deben estar 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 temas difundidos / número de temas a difundir = porcentaje de avance en determinado momento del año.
- **Porcentaje de mensajes transmitidos a través de los concesionarios de radio y televisión.** Parte importante de la labor de esta área consiste en la transmisión de temas en radio y televisión. Esto conlleva un proceso de producción, aprobación y difusión de materiales. Se considerará una calificación positiva que se transmita el 90% de los mensajes pautados. Esto se podrá corroborar con el resultado del monitoreo provisto por la Dirección

Ejecutiva de Prerrogativas y Partidos Políticos, considerando el reporte de los concesionarios monitoreados.

- **Porcentaje de mensajes difundidos en el tiempo establecido.** Esta Estrategia define el número de temas y la temporalidad en la que deben difundirse dentro del periodo establecido. Este indicador se considera positivo cuando se alcanza por lo menos el 90%, lo cual significa un grado importante de cumplimiento de los diversos procesos que se requieren para lograr la difusión de los temas: la planificación de las campañas, la producción de materiales, las aprobaciones de éstos y su difusión, ya sea orgánica o pautada.

Con estos tres indicadores se puede medir el cumplimiento de los objetivos planteados en la presente Estrategia; para que éste sea considerado como exitoso, es necesario que todos los procesos involucrados se lleven a cabo en tiempo y forma.

Además, para esta Estrategia se incorporará un indicador cualitativo que permita medir el desempeño de la recordación, identificación y efectividad de los principales mensajes de la Campaña Institucional en televisión y redes sociales del Instituto Nacional Electoral, a partir de reforzar los puntos positivos de la comunicación institucional y de ser incisivos en las áreas de oportunidad identificadas en la Campaña Institucional de 2024, a fin de que en la evaluación de 2025 haya un desempeño positivo de la difusión institucional.

10. Evaluación de las campañas

A través de la evaluación anual de las campañas institucionales, se medirá el desempeño de la implementación de la Estrategia de Difusión 2025. Este indicador tendrá como objetivo medir el impacto y la recordación de los principales mensajes de las campañas, por lo que su presentación será en el mes de diciembre.

Con el fin de brindar un seguimiento integral a la Estrategia de Difusión, resulta de suma importancia conocer aspectos como la recordación, identificación y efectividad de los mensajes institucionales que se difundirán como parte de la presente Estrategia. Por lo anterior, se continuará realizando una evaluación cuantitativa y cualitativa de los principales mensajes de la Campaña Institucional en televisión y redes sociales, con el fin de identificar las áreas de oportunidad para mejorar el desarrollo de los materiales de radio, televisión y redes sociales, con el fin de fortalecer las estrategias de difusión y contar con una comunicación institucional eficaz.

La evaluación que se realizará en 2025 será sobre la comprensión de los mensajes y su recordación, el cumplimiento de los objetivos de comunicación y el posicionamiento del INE ante la ciudadanía.

Los objetivos específicos de dicha evaluación serán medir los siguientes rubros:

- El nivel de confianza institucional.
- La percepción general del INE ante la ciudadanía.
- El desempeño del INE desde lo que percibe la sociedad.
- La recordación de mensajes institucionales.
- Si los mensajes cumplieron su objetivo de comunicación.
- Si los mensajes motivaron a realizar alguna acción (trámite de credencial, búsqueda de información, participación en los procesos electorales).
- Hábitos de consumo de información de la ciudadanía.

Con el objetivo de tener una visión general de las fortalezas, debilidades y áreas de oportunidad al momento de crear las estrategias posteriores a ésta, la evaluación deberá contemplar un componente cuantitativo y uno cualitativo.

En síntesis, la Estrategia de Difusión 2025 refleja el compromiso del INE y de la DECEyEC por cumplir a cabalidad los mandatos constitucionales, legales y

normativos que les son conferidos, a través de la difusión de mensajes basados en los principios rectores del Instituto: certeza, legalidad, independencia, imparcialidad, máxima publicidad y objetividad, así como los principios de igualdad, inclusión, no discriminación y no violencia. Asimismo, el cumplimiento y seguimiento de la Estrategia es resultado del compromiso del Instituto con la ciudadanía y la vida democrática de nuestro país.

Referencias

Asociación de Internet MX. (2024). *20° Estudio sobre los hábitos de usuarios de internet en México 2024*. https://irp.cdn-website.com/81280eda/files/uploaded/20_Habitos_de_Usuarios_de_Internet_en_Mexico_2024_VP.pdf

Consejo General del Instituto Nacional Electoral (INE). (2024). *Acuerdo del Consejo General del Instituto Nacional Electoral por el que se aprueba la Estrategia de Capacitación y Asistencia Electoral 2024-2025 y sus respectivos anexos*. <https://repositoriodocumental.ine.mx/xmlui/handle/123456789/176509>

Dirección Ejecutiva de Capacitación Electoral y Educación Cívica del Instituto Nacional Electoral (INE). (2019). *Manual de Organización específico de la Dirección Ejecutiva de Capacitación Electoral y Educación Cívica*. <https://sidj.ine.mx/restWSsidj-nc/app/doc/932/20/1>

Instituto Nacional Electoral (INE). (2018, 8 de julio). *Cómputos Distritales 2018*. <https://computos2018.ine.mx/#/presidencia/nacional/1/1/1/1>

Instituto Nacional Electoral (INE). (2024, 9 de junio). *Informa INE que se computaron 60 millones 115 mil 184 votos en la elección presidencial*. <https://centraleeleitoral.ine.mx/2024/06/09/informa-ine-que-se-computaron-60-millones-115-mil-184-votos-en-la-eleccion-presidencial/>

Instituto Nacional Electoral (INE). (2017, 8 de diciembre). *Este es el estudio comparativo que presentó INE sobre la participación ciudadana en las elecciones de 2009, 2012 y 2015*. <https://centraleeleitoral.ine.mx/2017/12/08/este-es-el-estudio-comparativo-que-presento-ine-sobre-la-participacion-ciudadana-en-las-elecciones-de-2009-2012-y-2015/>

Instituto Nacional Electoral (INE). (2024). *Estrategia Nacional de Educación Cívica 2024-2026*. <https://ine.mx/wp-content/uploads/2024/07/ENCIVICA-2024-2026-COMPLETA.pdf>

Junta General Ejecutiva del Instituto Nacional Electoral (INE). (2024). *Acuerdo de la Junta General Ejecutiva del Instituto Nacional Electoral por el cual se aprueba el Catálogo Nacional de Medios Impresos e Internet 2024*. <https://repositoriodocumental.ine.mx/pdfjs-flipbook/web/viewer.html?file=/xmlui/bitstream/handle/123456789/170710/JGEor202405-14-ap-9-1.pdf>

Instituto Nacional Electoral (INE). (2024, 2 de septiembre). *Numeralia Proceso Electoral 2024*. <https://ine.mx/numeralia-proceso-electoral-2024/>

Instituto Nacional Electoral (INE). (2020). *Reglamento Interior del Instituto Nacional Electoral*. <https://sidj.ine.mx/restWSsidj-nc/app/doc/663/20/1>

Kaplan, R., & Norton, D. (1992). *Cuadro de Mando Integral*.

Reuters Institute for the Study of Journalism. (s.f.).

Estrategia de Difusión 2025

Comisión de Capacitación y Organización Electoral

Dirección Ejecutiva de Capacitación Electoral y
Educación Cívica

Diciembre de 2024

