

**INFORME FINAL DE CUMPLIMIENTO DE LOS PARTIDOS POLÍTICOS SOBRE LA DISTRIBUCIÓN DE LOS PROMOCIONALES DE RADIO Y TELEVISIÓN EN RAZÓN DE GÉNERO PARA LA ETAPA DE CAMPAÑA DEL PROCESO ELECTORAL LOCAL 2023-2024 DEL ESTADO DE CHIHUAHUA, CONFORME A LO ESTABLECIDO EN EL ACUERDO INE/CG591/2023**

Julio de 2024



INSTITUTO ESTATAL ELECTORAL  
CHIHUAHUA

**Unidad de Igualdad de Género, Derechos Humanos y No Discriminación**

## Índice

<b>I. Objetivo.....</b>	<b>2</b>
<b>II. Normativa.....</b>	<b>2</b>
<b>III. Principios.....</b>	<b>3</b>
<b>IV. Metodología para la clasificación de materiales por cargo y género .....</b>	<b>6</b>
<b>V. Asignación de los espacios de pauta por actor político .....</b>	<b>8</b>
Resultados de la verificación para el cargo de diputaciones locales .....	10
Resultados de la verificación para el cargo de ayuntamientos .....	15

## I. Objetivo

El presente **Informe final de cumplimiento en la distribución de la pauta en razón de género** tiene como objetivo dar cuenta del cumplimiento de los partidos políticos nacionales (PPN) y, en su caso, partidos políticos locales (PPL) y coaliciones a los *Lineamientos para que los partidos políticos nacionales y, en su caso, los partidos políticos locales, prevengan, atiendan, sancionen, reparen y erradiquen la violencia política contra las mujeres en razón de género* (Lineamientos), en particular con lo establecido en el artículo 14, fracción XV respecto a que el tiempo de radio y televisión para la obtención del voto de las candidatas no podrá ser menor a 50% del tiempo destinado por cada PPN, PPL o coalición al total de candidaturas.

## II. Normativa

		Vínculo
<b>Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos</b>	Publicada el 5 de febrero de 1917, con última reforma del 28 de mayo de 2021	Ley (DOF) 
<b>Ley General de Instituciones y Procedimientos Electorales</b>	Publicada el 23 de mayo de 2014, con última reforma del 13 de abril de 2020	Ley (DOF) 
<b>Lineamientos para que los partidos políticos nacionales y, en su caso, los partidos políticos locales, prevengan, atiendan, sancionen, reparen y erradiquen la violencia política contra las mujeres en razón de género</b>	Aprobados el 20 de octubre de 2020 mediante Acuerdo INE/CG517/2020 y modificados el 26 de octubre de 2023 mediante Acuerdo INE/CG591/2023	Lineamientos  Acuerdo 
<b>Reglamento de Radio y Televisión en Materia Electoral</b>	Aprobado el 20 de julio de 2023 mediante Acuerdo INE/CG445/2023	Acuerdo 

### III. Principios

A continuación, se presentan las consideraciones generales para la elaboración del *Informe final de distribución de promocionales de radio y televisión en razón de género para la etapa de campaña del Proceso Electoral Local 2023-2024 del estado de Chihuahua*, según la normativa vigente y considerando el escenario de concurrencia de la elección local 2023-2024 entre los cargos de diputaciones locales y ayuntamientos.

#### 1. Los partidos políticos pueden asignar libremente sus promocionales entre poderes durante elecciones locales concurrentes

De conformidad con en el artículo 174 de la Ley General de Instituciones y Procedimientos Electorales (LGIPE), que señala:

*«Cada partido decidirá la asignación, entre las campañas que comprenda cada proceso electoral local, de los mensajes de propaganda en radio y televisión a que tenga derecho».*

Los partidos políticos podrán asignar libremente sus promocionales entre los diferentes cargos durante elecciones locales concurrentes.<sup>1</sup>

#### 2. El cumplimiento de la obligación de los partidos políticos de asignar cuando menos 50% del tiempo para candidatas se determina por cargo

Con base en el artículo 14, fracción XV, de los Lineamientos, que señala:

*«[...] en los promocionales pautados de candidaturas al **Poder Legislativo, ya sea federal o local**, el tiempo de radio y televisión para la obtención del voto de las candidatas no podrá ser menor a 50% del tiempo destinado por cada partido político o coalición al total de candidaturas para dicho cargo. El mismo criterio se deberá observar en los promocionales correspondientes a candidaturas **a ayuntamientos o alcaldías**».*

El tiempo de exposición destinado a candidatas se debe **evaluar por cargo**, no por ámbito (local o federal), ni por criterios geográficos, demográficos, de competitividad electoral, de cobertura de emisoras o de cualquier otra índole.

---

<sup>1</sup> A diferencia de los procesos electorales federales donde el criterio es distinto. De acuerdo con lo establecido por el artículo 171 de la LGIPE, cada partido político deberá asignar un mínimo de treinta por ciento de sus mensajes a la campaña de uno de los poderes durante elecciones federales concurrentes entre los poderes Ejecutivo y Legislativo (diputaciones o senadores). Es importante señalar que, a la fecha, ninguna legislación local determina un porcentaje mínimo de tiempos (asignación de promocionales o impactos) para un cargo durante elecciones locales concurrentes.

### 3. La obligación de los partidos políticos de asignar cuando menos 50% del tiempo en radio y televisión para candidatas únicamente es para cargos al poder legislativo local y para ayuntamientos o alcaldías

De conformidad con el artículo 14, fracción XV de los Lineamientos, el cumplimiento de la distribución de promocionales en razón de género se calculará con base en el total de impactos de la pauta estatal que los partidos políticos hayan asignado a las candidaturas al Congreso local y para ayuntamientos o alcaldías. Lo anterior, debido a que no es posible evaluar la distribución por género en cargos unipersonales (por ejemplo, gubernaturas).

En consecuencia, **en caso de que un partido político decida utilizar la totalidad de su prerrogativa en radio y televisión al cargo de gubernatura, para dicho partido político no será posible verificar el cumplimiento de esta obligación.** Esto, debido a que el total de tiempo disponible de ese instituto político se destinó exclusivamente a la candidatura para un cargo unipersonal y no existen promocionales a evaluar.

### 4. El tiempo en radio y televisión que los partidos políticos asignen a las candidatas se cuantificará con base en el número de impactos de cada promocional pautado y no con el número de materiales producidos

Lo anterior, de conformidad con lo establecido en el artículo 14, fracción XV de los Lineamientos, que señalan:

*«[...] Garantizar a las mujeres que contiendan postuladas por un partido político o coalición en las campañas políticas, igualdad de oportunidades en el acceso a prerrogativas, incluyendo [...] el acceso a los tiempos en radio y televisión.*

*De este modo, en los promocionales pautados de candidaturas [...] el tiempo de radio y televisión para la obtención del voto de las candidatas no podrá ser menor al 50% [...]».*

Por esta razón, **la evaluación** se realizará con base en **el número de impactos asociados a cada promocional** (tiempo) y no por la cantidad de materiales producidos por los partidos políticos. El universo de materiales producidos no demuestra el tiempo de exposición que tuvieron las candidaturas. Por tanto, ese criterio no atiende las obligaciones señaladas en los Lineamientos.

### 5. Los OPL son las autoridades responsables de verificar el cumplimiento de los partidos políticos con sus obligaciones en materia de género durante los Procesos Electorales Locales (PEL)

De conformidad con el artículo 41, fracción V, Apartado C de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, el cual señala que las elecciones locales están a cargo de los OPL:

*«En las entidades federativas, las elecciones locales [...] estarán a cargo de organismos públicos locales en los términos de esta Constitución [...]»*

Y conforme al artículo Transitorio Cuarto de los Lineamientos, que señala:

*«Los presentes Lineamientos serán aplicables para los Partidos Políticos Nacionales y, en su caso, para los partidos políticos locales. Si los Organismos Públicos Locales Electorales emiten Lineamientos en esta materia los mismos serán aplicables siempre y cuando no se contrapongan con los presentes».*

El Consejo General del INE estableció la posibilidad que los OPL emitieran sus propios lineamientos por ser éstos los responsables de verificar el cumplimiento de la obligación de los partidos políticos de garantizar que las candidatas tengan un acceso igualitario en radio y televisión durante las campañas locales. Al respecto, los OPL tendrán que presentar un Informe que dé cuenta de dicho cumplimiento.

Los OPL pueden aplicar los Lineamientos aprobados por el INE. Esta decisión no exime sus responsabilidades en el cumplimiento de sus obligaciones en la materia.

## **6. Los impactos asignados en radio y televisión a candidaturas del cuarto nivel de gobierno electas por el voto popular se contabilizarán para el cargo de ayuntamientos o alcaldías**

Considerando que en algunos estados se eligen por el voto popular cargos que integran a los ayuntamientos o que han sido denominados un cuarto nivel de gobierno, como el caso de las sindicaturas en Chihuahua, y que en algunos casos los partidos políticos han decidido pautar promocionales a dichas candidaturas, los impactos de estos materiales se contabilizarán dentro de la categoría del cargo de ayuntamientos o alcaldías.

## **7. Las coaliciones totales se analizarán como actores políticos adicionales**

De acuerdo con lo previsto por el artículo 167, párrafo 2, inciso a) de la LGIPE, la asignación del tiempo en radio y televisión para coaliciones totales se distribuye de la siguiente manera:

*«[...] A la **coalicción total** le será otorgada la prerrogativa de acceso a tiempo en radio y televisión establecida en esta Ley, en **el treinta por ciento que corresponda distribuir en forma igualitaria, como si se tratara de un solo partido**. Del setenta por ciento proporcional a los votos, cada uno de los partidos coaligados participará en los términos y condiciones establecidos por el párrafo dos anterior [...]».*

A diferencia de las coaliciones parciales o flexibles en las que cada partido político tiene acceso a su prerrogativa de forma individual, en el caso de las coaliciones totales, **el tiempo que se distribuye de forma igualitaria se le otorga a la coalición como si se tratara de un solo partido político.**

En ese sentido, las coaliciones totales se considerarán como actores adicionales y, como tal, también deberán asignar al menos 50% del tiempo en radio y televisión a sus candidatas.

Es importante señalar que, de conformidad con el artículo 16, numeral 3 del Reglamento de Radio y Televisión en Materia Electoral (RRTME), las candidaturas comunes<sup>2</sup> serán consideradas como coaliciones totales cuando en su registro se contemplen a la totalidad de las candidaturas de los cargos que se disputan en un proceso electoral local. Asimismo, de conformidad con el artículo 16, numeral 1, inciso c) del RRTME, para el conjunto de candidaturas comunes que no contemplen la totalidad de los cargos que se disputan en un proceso electoral local «cada partido político accederá a su respectiva prerrogativa en radio y televisión, ejerciendo sus derechos por separado [...]»

#### IV. Metodología para la clasificación de materiales por cargo y género

La clasificación se realiza con base en un **criterio objetivo**: los elementos que se adviertan en el promocional que permitan **identificar plenamente a la candidatura** presentada. Esto a través de la mención o indicación con algún elemento gráfico del nombre y cargo de la persona postulada.

El o los cargos de las candidaturas presentes en el material, se catalogan según la siguiente clasificación:

**Tabla 1. Clasificación de materiales por cargo**

Tipo	Cargo	Definición
Ejecutivo	<b>Ayuntamientos*</b>	Aparecen exclusivamente candidaturas a las presidencias municipales, alcaldías, sindicaturas o regidurías
Legislativo	<b>Diputaciones</b>	Aparecen exclusivamente candidaturas al Congreso Local
Ambas	<b>Ayuntamientos / Diputaciones</b>	Aparecen candidaturas a los Ayuntamientos y al Congreso Local
No aplica	<b>Sin identificar</b>	No hay aparición o mención del cargo de candidatas o candidatos

\* La categoría de “Ayuntamientos” agrupa los cargos de ayuntamientos, alcaldías, y otros cargos electos por el voto popular o que se han denominado cuarto nivel de gobierno, incluyendo regidurías o sindicaturas

<sup>2</sup> Forma de participación y asociación de los partidos políticos con el fin de postular candidaturas en las elecciones por el principio de mayoría relativa, en aquellas entidades federativas que así lo establezcan sus constituciones. Lo anterior, de conformidad con lo previsto en el artículo 85, numeral 5 de la Ley General de Partidos Políticos.

El o los géneros de la o las candidaturas a diputaciones locales y ayuntamientos o alcaldías presentes en el material, se catalogan según la siguiente clasificación:

**Tabla 2. Clasificación de materiales por género**

<b>Clasificación*</b>	<b>Definición</b>
<b>Candidata</b>	Se hace mención / aparición de una candidata Se menciona cargo y nombre de la candidata
<b>Candidato</b>	Se hace mención / aparición de un candidato Se menciona cargo y nombre del candidato
<b>Varias candidatas</b>	Se hace mención / aparición de dos o más candidatas Se invita a votar por las candidatas a diputadas o ayuntamientos/alcaldías
<b>Varios candidatos</b>	Se hace mención / aparición de dos o más candidatos Se invita a votar por los candidatos a diputados o ayuntamientos/alcaldías <b>No se utiliza lenguaje incluyente</b>
<b>Varias candidaturas (mixto)</b>	Se menciona en específico a un grupo de candidatas o candidatos. Se invita a votar por: <ul style="list-style-type: none"> <li>• Candidatas y candidatos a diputaciones / ayuntamientos/alcaldías</li> <li>• Candidaturas a diputaciones / ayuntamientos/alcaldías</li> </ul>
<b>Genérico</b>	No hay aparición o mención de candidatas o candidatos, se invita a votar por un partido político en particular, se trata de un promocional genérico del partido político

\*Los impactos de promocionales que presentan más de un género se valorarán como espacios de acceso igualitario sin importar el número de candidatas o candidatos que aparezcan en el material.

## V. Asignación de los espacios de pauta por actor político

En el periodo comprendido entre el 25 de abril al 29 de mayo de 2024, la Unidad de Igualdad de Género, Derechos Humanos y No Discriminación, en acompañamiento por la Dirección Ejecutivas de Prerrogativas y Partidos Políticos del INE, realizó la clasificación de 77 materiales pautados en radio y televisión en el ámbito local.

De estos materiales pautados, los siete PPN y dos PPL tuvieron en conjunto 170,457 impactos, como se indica a continuación:

**Tabla 3. Número de impactos pautados por actor político  
(25 de abril al 29 de mayo de 2024)**

Partido político	Número de impactos pautados
PAN	54,974
PRI	23,815
PRD	5,708
PT	5,708
PVEM	5,708
Movimiento Ciudadano	17,779
Morena	45,841
MRCH	5,708
PUEBLO	5,216
<b>Total</b>	<b>170,457</b>

Del total de impactos pautados 37,894 (22.23%) correspondieron a promocionales genéricos. Conforme a la metodología aprobada, estos promocionales se excluyen del universo de impactos a evaluar.

Los promocionales asignados a la difusión de candidaturas a diputaciones y ayuntamientos asciende a 132,563 (77.77%) del tiempo disponible, sobre el cual fue evaluado el cumplimiento de la pauta paritaria.

A continuación, se muestra el detalle de los materiales por clasificación de género para los cargos de diputaciones y ayuntamientos:

**Tabla 4. Materiales pautados por PPN y PPL  
por asignación de género para el cargo de diputaciones**

Partido	Candidata (A)	Varias candidatas (B)	Candidato (C)	Varios candidatos (D)	Varias candidaturas mixto (E)	Fuera del análisis (F)*	Total (G)
PAN	4	-	5	-	-	27	36
PRI	-	2	-	-	-	2	4
PRD	-	2	-	-	-	4	6
PT	-	2	-	-	-	4	6
PVEM	-	10	-	-	-	-	10
Movimiento Ciudadano	-	2	-	-	-	4	6
morena	-	-	-	-	2	2	4
MRCH	-	-	-	-	-	2	2
PUEBLO	-	-	-	-	-	3	3
<b>Total</b>	<b>4</b>	<b>18</b>	<b>5</b>	<b>-</b>	<b>2</b>	<b>48</b>	<b>77</b>
	5.19%	23.38%	6.49%	%	2.60%	62.34%	100%

\*Los materiales que se encuentran **fuera de análisis** son aquellos asignados para cargos de ayuntamiento más los promocionales genéricos.

Como se puede observar, el PVEM fue el partido político que más materiales ingresó (10); mientras que PRI, PRD, PT, MC y MORENA fueron los partidos políticos que menor número de materiales ingresaron (2).

**Tabla 5. Materiales pautados por PPN y PPL  
por asignación de género para el cargo de ayuntamientos**

Partido	Candidata (A)	Varias candidatas (B)	Candidato (C)	Varios candidatos (D)	Varias candidaturas mixto (E)	Fuera del análisis (F)*	Total (G)
PAN	8	1	14	-	-	13	36
PRI	-	2	-	-	-	2	4
PRD	-	2	-	-	-	4	6
PT	-	2	2	-	-	2	6
PVEM	-	-	-	-	-	10	10
Movimiento Ciudadano	-	2	-	-	-	4	6
morena	-	-	-	-	2	2	4
MRCH	-	-	-	-	-	2	2
PUEBLO	-	-	-	-	-	3	3
<b>Total</b>	<b>8</b>	<b>9</b>	<b>16</b>	<b>-</b>	<b>2</b>	<b>42</b>	<b>77</b>
	10.39%	11.69%	20.78%	%	2.60%	54.55%	100%

\*Los materiales que se encuentran **fuera de análisis** son aquellos asignados para cargos de diputaciones más los promocionales genéricos.

Como se puede observar, el PAN fue el partido político que más materiales ingresó (23); mientras que PRI, PRD, MC y MORENA son los partidos políticos que menor número de materiales ingresaron (2).

### Resultados de la verificación para el cargo de diputaciones locales

Una vez analizadas las estrategias de transmisión ingresadas por los PPN y PPL se asocia cada folio del promocional al número de impactos ordenados para cada uno de ellos.

En ese sentido, a continuación, se presenta la distribución de los impactos por género para el cargo de diputaciones es el siguiente:

**Tabla 6. Distribución de los impactos por actor político**

Partido	Candidata (A)	Varias candidatas (B)	Candidato (C)	Varios candidatos (D)	Varias candidaturas mixto (E)	Fuera del análisis (F)	Total (G)
PAN	7,529	-	4,771	-	-	42,674	54,974
PRI	-	11,906	-	-	-	11,909	23,815
PRD	-	2,608	-	-	-	3,100	5,708
PT	-	2,613	-	-	-	3,095	5,708
PVEM	-	5,708	-	-	-	-	5,708
Movimiento Ciudadano	-	7,526	-	-	-	10,253	17,779
morena	-	-	-	-	23,001	22,840	45,841
MRCH	-	-	-	-	-	5,708	5,708
PUEBLO	-	-	-	-	-	5,216	5,216
<b>Total</b>	<b>7,529</b>	<b>30,361</b>	<b>4,771</b>	<b>-</b>	<b>23,001</b>	<b>104,795</b>	<b>170,457</b>

Impactos considerados para la evaluación del 50% a candidatas

65,662 impactos

De los 65,662 impactos destinados a diputaciones, 37,890 (57.70%) se destinaron para promocionar candidatas, en contraste con los 4,771 (7.27%) que fueron asignados para candidatos hombres. Asimismo, 23,001 (35.03%) se destinaron para promocionar ambos géneros.

A continuación, se presenta el cumplimiento de los actores políticos para el cargo de diputaciones.

## Cumplimiento para el cargo de diputaciones

De la verificación realizada, se concluye que MCRH y PUEBLO **no produjeron materiales asignados a este cargo**, PAN, PRI, PRD, PT, PVEM, Movimiento Ciudadano y morena **destinaron una proporción superior a 50%** de sus prerrogativas en radio y televisión a la promoción de candidatas.



- De los 12,300 impactos evaluados, 7,529 se asignaron a candidatas mujeres.

Categoría	Impactos totales	Impactos MUJERES	Impactos HOMBRES
Candidata/ Varias candidatas	7,529	7,529	
Candidato/ Varios candidatos	4,771		4,771
Varias candidaturas (mixto)	-	-	-
<b>TOTAL</b>	<b>12,300</b>	<b>7,529</b>	<b>4,771</b>
	<b>100%</b>	<b>61.21%</b>	<b>38.79%</b>



- De los 11,906 impactos evaluados, 11,906 se asignaron a candidatas mujeres.

Categoría	Impactos totales	Impactos MUJERES	Impactos HOMBRES
Candidata/ Varias candidatas	11,906	11,906	
Candidato/ Varios candidatos	-		-
Varias candidaturas (mixto)	-	-	-
<b>TOTAL</b>	<b>11,906</b>	<b>11,906</b>	<b>%</b>
	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>-%</b>



- De los 2,608 impactos evaluados, 2,608 se asignaron a candidatas mujeres.

Categoría	Impactos totales	Impactos MUJERES	Impactos HOMBRES
Candidata/ Varias candidatas	2,608	2,608	
Candidato/ Varios candidatos	-		-
Varias candidaturas (mixto)	-	-	-
<b>TOTAL</b>	<b>2,608</b>	<b>2,608</b>	<b>-</b>
	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>%</b>



- De los 2,613 impactos evaluados, 2,613 se asignaron a candidatas mujeres.

Categoría	Impactos totales	Impactos MUJERES	Impactos HOMBRES
Candidata/ Varias candidatas	2,613	2,613	
Candidato/ Varios candidatos	-		-
Varias candidaturas (mixto)	-	-	-
<b>TOTAL</b>	<b>2,613</b>	<b>2,613</b>	<b>-</b>
	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>%</b>



- De los 5,708 impactos evaluados, 5,708 se asignaron a candidatas mujeres.

Categoría	Impactos totales	Impactos MUJERES	Impactos HOMBRES
Candidata/ Varias candidatas	5,708	5,708	
Candidato/ Varios candidatos	-		-
Varias candidaturas (mixto)	-	-	-
<b>TOTAL</b>	<b>5,708</b>	<b>5,708</b>	<b>-</b>
	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>%</b>



- De los 7,526 impactos evaluados, 7,526 se asignaron a candidatas mujeres.

Categoría	Impactos totales	Impactos MUJERES	Impactos HOMBRES
Candidata/ Varias candidatas	7,526	7,526	
Candidato/ Varios candidatos	-		-
Varias candidaturas (mixto)	-	-	-
<b>TOTAL</b>	<b>7,526</b>	<b>7,526</b>	<b>-</b>
	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>%</b>

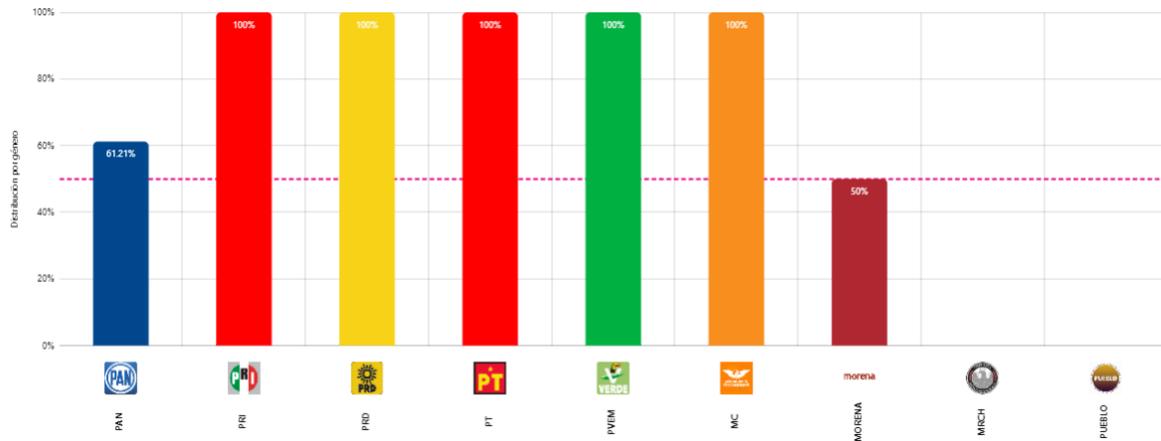


- De los 23,001 impactos evaluados, 11,500.5 se asignaron a candidatas mujeres.

Categoría	Impactos totales	Impactos MUJERES	Impactos HOMBRES
Candidata/ Varias candidatas	-	-	
Candidato/ Varios candidatos	-		-
Varias candidaturas (mixto)	23,001	11,500.5	11,500.5
<b>TOTAL</b>	<b>23,001</b>	<b>11,500.5</b>	<b>11,500.5</b>
	<b>100%</b>	<b>50%</b>	<b>50%</b>

A continuación, se presentan los porcentajes de cumplimiento final para el cargo de diputaciones, que contempla desde el inicio del periodo de campaña hasta el 29 de mayo de 2024:

Gráfica 1. Cumplimiento para el cargo de Diputaciones



Esta información se puede consultar en el siguiente portal del Instituto: <https://pauta-paritaria.ine.mx/>

## Resultados de la verificación para el cargo de ayuntamientos

Una vez analizadas las estrategias de transmisión ingresadas por los partidos PAN, PRI, PRD, PT, PVEM, MC y MORENA se asocia cada folio del promocional al número de impactos ordenados para cada uno de ellos. A continuación, se presenta el número de impactos distribuidos para cada género.

La distribución de los impactos por género para el cargo de ayuntamientos es el siguiente:

**Tabla 7. Distribución de los impactos por actor político**

Partido	Candidata (A)	Varias candidatas (B)	Candidato (C)	Varios candidatos (D)	Varias candidaturas mixto (E)	Fuera del análisis (F)	Total (G)
PAN	10,095	1,340	7,649	-	-	35,890	54,974
PRI	-	11,909	-	-	-	11,906	23,815
PRD	-	2,608	-	-	-	3,100	5,708
PT	-	2,447	648	-	-	2,613	5,708
PVEM	-	-	-	-	-	5,708	5,708
Movimiento Ciudadano	-	7,365	-	-	-	10,414	17,779
morena	-	-	-	-	22840	23,001	45,841
MRCH	-	-	-	-	-	5,708	5,708
PUEBLO	-	-	-	-	-	5,216	5,216
<b>Total</b>	<b>10,095</b>	<b>25,669</b>	<b>8,297</b>	<b>0</b>	<b>22,840</b>	<b>103,556</b>	<b>170,457</b>

Impactos considerados para la evaluación del 50% a candidatas

66,901 impactos

De los 66,901 impactos destinados a ayuntamientos, 35,764 (53.46%) se destinaron para promocionar candidatas, en contraste con los 8,297 (12.40%) que fueron asignados para candidatos hombres. Asimismo, 22,840 (34.14%) se destinaron para promocionar ambos géneros.

A continuación, se presenta el cumplimiento de los actores políticos para el cargo de ayuntamientos.

### Cumplimiento para el cargo de ayuntamientos

De la verificación realizada, se destaca que PVEM, MRCH y PUEBLO **no produjeron materiales asignados a este cargo**, PAN, PRI, PRD, PT, MC y morena **destinaron una**

proporción superior a 50% de sus prerrogativas en radio y televisión a la promoción de candidatas.



- De los 19,084 impactos evaluados, 11,435 se asignaron a candidatas mujeres.

Categoría	Impactos totales	Impactos MUJERES	Impactos HOMBRES
Candidata/ Varias candidatas	11,435	11,435	
Candidato/ Varios candidatos	7,649		7,649
Varias candidaturas (mixto)	-	-	-
<b>TOTAL</b>	<b>19,084</b>	<b>11,435</b>	<b>7,649</b>
	<b>100%</b>	<b>59.92%</b>	<b>40.08%</b>



- De los 11,909 impactos evaluados, 11,909 se asignaron a candidatas mujeres.

Categoría	Impactos totales	Impactos MUJERES	Impactos HOMBRES
Candidata/ Varias candidatas	11,909	11,909	
Candidato/ Varios candidatos	-		-
Varias candidaturas (mixto)	-	-	-
<b>TOTAL</b>	<b>11,909</b>	<b>11,909</b>	<b>-</b>
	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>%</b>



- De los 2,608 impactos evaluados, 2,608 se asignaron a candidatas mujeres.

Categoría	Impactos totales	Impactos MUJERES	Impactos HOMBRES
Candidata/ Varias candidatas	2,608	2,608	
Candidato/ Varios candidatos	-		-
Varias candidaturas (mixto)	-	-	-
<b>TOTAL</b>	<b>2,608</b>	<b>2,608</b>	<b>-</b>
	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>%</b>



- De los 3,095 impactos evaluados, 2,447 se asignaron a candidatas mujeres.

Categoría	Impactos totales	Impactos MUJERES	Impactos HOMBRES
Candidata/ Varias candidatas	2,447	2,447	
Candidato/ Varios candidatos	648		648
Varias candidaturas (mixto)	-	-	-
<b>TOTAL</b>	<b>3,095</b>	<b>2,447</b>	<b>648</b>
	<b>100%</b>	<b>79.06%</b>	<b>20.94%</b>



- De los 7,365 impactos evaluados, 7,365 se asignaron a candidatas mujeres.

Categoría	Impactos totales	Impactos MUJERES	Impactos HOMBRES
Candidata/ Varias candidatas	7,365	7,365	
Candidato/ Varios candidatos	-		-
Varias candidaturas (mixto)	-	-	-
<b>TOTAL</b>	<b>7,365</b>	<b>7,365</b>	<b>-</b>
	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>%</b>

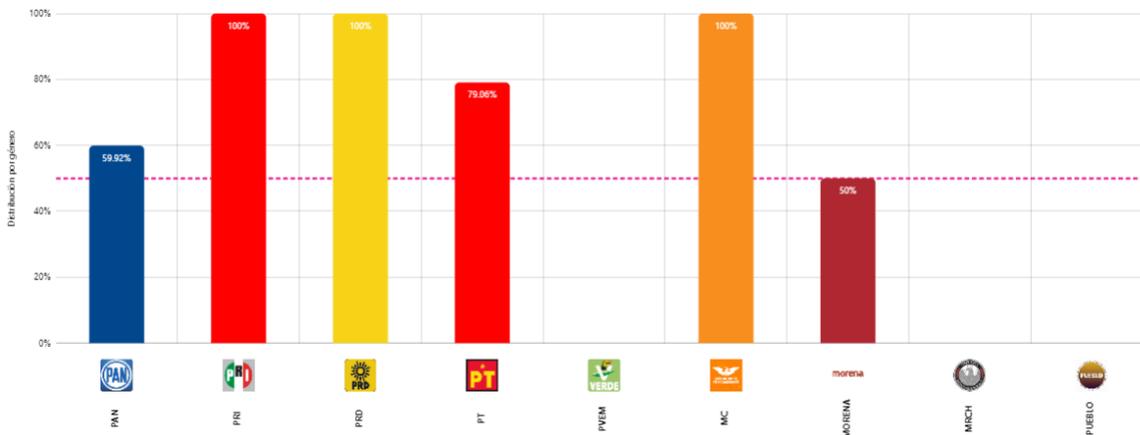


- De los 22,840 impactos evaluados, 11,420 se asignaron a candidatas mujeres.

Categoría	Impactos totales	Impactos MUJERES	Impactos HOMBRES
Candidata/ Varias candidatas	-	-	
Candidato/ Varios candidatos	-		-
Varias candidaturas (mixto)	22,840	11,420	11,420
<b>TOTAL</b>	<b>22,840</b>	<b>11,420</b>	<b>11,420</b>
	<b>100%</b>	<b>50.00%</b>	<b>50.00%</b>

A continuación, se presentan los porcentajes de cumplimiento final para el cargo de ayuntamientos, que contempla desde el inicio del periodo de campaña hasta el 29 de mayo de 2024:

**Gráfica 2. Cumplimiento para el cargo de Ayuntamientos**



Esta información se puede consultar en el siguiente portal del Instituto: <https://pauta-paritaria.ine.mx/>