

Informe que presenta el Secretario Ejecutivo sobre la administración de los tiempos del Estado en materia electoral.

31 DE MARZO DE 2009

Derivado de la reforma electoral 2007 – 2008, el Instituto Federal Electoral (IFE) asumió un complejo y novedoso rol como autoridad de radio y televisión en materia electoral, bajo un modelo que depende de la colaboración de todos los actores involucrados.

En este marco, el presente Informe tiene como propósito dar cuenta de la actuación del IFE en su carácter de autoridad única para la administración del tiempo que corresponda al Estado en radio y televisión destinado a los fines propios del Instituto y a los de otras autoridades electorales, así como al ejercicio de las prerrogativas que la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos (Constitución) y el Código Federal de Instituciones Electorales y Procedimientos Electorales (COFIPE) otorgan a los partidos políticos en esta materia.

El Informe que se presenta en cumplimiento a compromisos del Consejo General del IFE, comprende dos grandes apartados:

- I. Balance general de la administración de los tiempos del Estado en radio y televisión durante precampaña; y,
- II. El estado que guarda la implementación del Sistema Integral para la Administración del Tiempo del Estado (SIATE) y los compromisos institucionales frente a la etapa de campaña electoral.

Es importante señalar que el 26 de marzo de 2009 ambos elementos fueron presentados por el Secretario Ejecutivo ante los integrantes del Comité de Radio y Televisión, con motivo de la invitación del presidente de dicho órgano a efecto de informar sobre el seguimiento presupuestal y administrativo del Sistema Integral de Administración de los Tiempos del Estado.

I. Balance general de la administración de los tiempos del Estado en radio y televisión durante precampaña

La reforma electoral (2007 – 2008) introdujo, por primera vez en la historia política de México, una regulación detallada de la precampaña electoral, es decir, un conjunto de disposiciones legales con el fin de establecer reglas claras para todos los actores en la contienda política – electoral sobre los actos que realizan los partidos políticos, sus militantes y los precandidatos a candidaturas a cargos de elección popular debidamente registrados por cada partido.

Durante este periodo, los partidos políticos y sus precandidatos tuvieron las condiciones necesarias para realizar sus actos de precampaña electoral, es decir, reuniones públicas, asambleas, marchas y en general aquellos en que los precandidatos a una candidatura se dirigen a los afiliados, simpatizantes o al electorado en general, con el objetivo de obtener su respaldo para ser postulado como candidato a un cargo de elección popular.

En este tenor, y en cumplimiento a sus obligaciones constitucionales y legales, el IFE dispuso lo necesario para garantizar la prerrogativa de los partidos políticos en el acceso a la radio y la televisión. De esta manera, los partidos políticos, en pleno uso de sus derechos constitucionales y legales, accedieron de manera permanente de los medios de comunicación social desde el 31 de enero al 11 de marzo de 2009.

Los partidos políticos y sus precandidatos a cargos de elección popular, contaron con las condiciones para acceder a la radio y la televisión, a través del tiempo que la Constitución otorga como prerrogativa a dichos institutos políticos, en la forma y términos establecidos por el COFIPE.

Durante el periodo de precampañas, el IFE garantizó a los partidos políticos el uso de sus prerrogativas constitucionales en radio y televisión; estableció las pautas para la asignación de los mensajes y programas que tuvieron derecho a difundir; atendió diversas quejas y denuncias por la violación a las normas aplicables y determinó, en su caso, las sanciones correspondientes.

1. Acceso a radio y televisión en materia electoral durante la precampaña federal

a. Distribución general de tiempos en radio y televisión durante la precampaña federal

De conformidad con los artículos 41, base III, apartado A, inciso a) de la Constitución; 55, párrafos 1 y 2 del COFIPE y 12, párrafo 1 del Reglamento de Acceso a Radio y Televisión en Materia Electoral (RARTV), a partir del inicio de las precampañas y hasta el día de la jornada electoral el Instituto Federal Electoral tiene a su disposición cuarenta y ocho minutos diarios en cada canal de televisión y estación de radio de todo el país.

En cumplimiento a lo precisado por el inciso b) del artículo 41, base III, apartado A, de la Carta Magna; y los artículos 57, párrafo 1 del código electoral federal y 12, párrafo 3 del RARTV, durante las precampañas federales, los partidos políticos dispusieron en conjunto de dieciocho minutos diarios en cada estación de radio y canal de televisión, que se distribuyeron a razón de un minuto por cada hora de transmisión entre las 6:00 y las 24:00 horas; y el tiempo restante, es decir, treinta minutos diarios en cada canal de televisión y estación de radio de todo el país, se utilizó para fines propios del IFE y de otras autoridades electorales.

Con base en estas premisas, el IFE administró las pautas y entrega de materiales, así como órdenes de transmisión de 7,975,680 promocionales, tomando como base que para cada estación de radio y canal de televisión (2077 en conjunto sin repetidoras) se pautaron 3,840 promocionales para toda la precampaña.

El tiempo en radio y televisión, convertido a número de mensajes, asignable a los partidos políticos se distribuyó de conformidad con el siguiente criterio:

- a) 30 por ciento del total, en forma igualitaria; y,
- b) El 70 por ciento restante, en proporción al porcentaje de votos obtenido por cada partido político en la elección para diputados federales inmediata anterior.

En virtud de lo señalado por los artículos 56, párrafo 4 del COFIPE y 12, párrafo 5 del RARTV los mensajes de los partidos políticos, podrán tener una duración de treinta segundos, uno y dos minutos, sin fracciones, en el entendido de que todos los partidos políticos se sujetarán a las mismas unidades acordadas.

En ese tenor, en la vigésimo segunda sesión extraordinaria del Comité de Radio y Televisión, celebrada el 7 de noviembre de 2008, se acordó por consenso de los integrantes que la duración de los mensajes de precampaña sería de treinta segundos. Con motivo de este acuerdo, todos los promocionales de los partidos políticos y de las autoridades electorales tuvieron una duración de 30 segundos.

La siguiente tabla resume las características generales para la administración de los tiempos del Estado en materia electoral durante la precampaña federal:

Periodo	Tiempo del Estado administrado por el IFE	Distribución	Duración de los promocionales
Precampaña federal	48 minutos diarios en cada canal de televisión y estación de radio en todo el país	18 minutos para partidos políticos 30 minutos para autoridades electorales	30 segundos

Con base estas reglas, el IFE distribuyó entre los partidos políticos, los promocionales en proporción igualitaria (30%) y en función de los resultados de la última elección

federal (70%). Las siguientes tablas indican el número de promocionales asignados a los partidos políticos durante la precampaña federal, con excepción de las entidades federativas cuya jornada electoral coincidirá con la federal, pues las reglas de asignación de promocionales tomaron como base los resultados de la última elección local.

Número de promocionales para partidos políticos durante toda la precampaña federal

Partido Político	Número de Promocionales*
Partido Acción Nacional	400
Partido Revolucionario Institucional	280
Partido de la Revolución Democrática	240
Partido Verde Ecologista de México	120
Partido del Trabajo	114
Convergencia	107
Partido Nueva Alianza	101
Partido Socialdemócrata	75
Total	1437

*Número de promocionales por partido político durante toda la precampaña federal por estación de radio y canal de televisión.

Distribución de promocionales para partidos políticos y autoridades electorales durante toda la precampaña federal

Partido Político /Autoridades Electorales	Número de Promocionales*	Promedio de Promocionales Diarios por Estación de Radio y Canal de Televisión
Partido Acción Nacional	400	10,00
Partido Revolucionario Institucional	280	7,00
Partido de la Revolución Democrática	240	6,00
Partido Verde Ecologista de México	120	3,00
Partido del Trabajo	114	2,85
Convergencia	107	2,68
Partido Nueva Alianza	101	2,53
Partido Socialdemócrata	75	1,88
Autoridades Electorales (IFE, TEPJF, FEPADE, Autoridades Electorales Locales	2403	60,08
Total	3840	96

*Número de promocionales por partido político y autoridades electorales durante toda la precampaña federal por estación de radio y canal de televisión.

b. Distribución de tiempos en radio y televisión para entidades con proceso electoral coincidente

El primer domingo de julio de 2009 se celebrarán tanto la próxima jornada electoral federal para renovar la Cámara de Diputados, como diversas jornadas electorales locales en los estados de Campeche, Colima, Distrito Federal, Guanajuato, Jalisco,

Estado de México, Morelos, Nuevo León, Querétaro, San Luis Potosí y Sonora. El siguiente cuadro detalla los tiempos de precampaña, intercampaña y campaña electoral de cada una de estas entidades, a partir de las cuales, tanto el Comité de Radio y Televisión del IFE como la Junta General Ejecutiva han pautado estos casos específicos con base en criterios que estos mismos órganos han establecido:

Calendario electoral de entidades con proceso electoral local coincidente con el federal

No.	Entidad	Fecha de Precampaña	Intercampaña	Fecha de Campañas
1	Campeche	Del 12 de febrero al 10 de abril	No hay intercampaña	Del 11 de abril al 1 de julio
2	Colima	Del 10 de febrero al 11 de marzo	Del 12 de marzo al 18 de abril	Del 19 de abril al 1 de julio
3	Distrito Federal	Del 20 de febrero al 21 de marzo	Del 22 de marzo al 17 de mayo	Del 18 de mayo al 1 de julio
4	Guanajuato	Del 20 de febrero al 31 de marzo	Del 1 de abril al 2 de mayo	Del 3 de mayo al 1 de julio
5	Jalisco	Del 22 de enero al 2 de marzo	Del 3 de marzo al 2 de mayo	Del 3 de mayo al 1 de julio
6	Estado de México	Del 2 al 31 de marzo	Del 1 de abril al 6 de mayo	Del 7 de mayo al 1 de julio
7	Morelos	Del 9 de febrero al 20 de marzo	Del 21 de marzo al 2 de mayo	Del 3 de mayo al 1 de julio
8	Nuevo León	Del 31 de enero al 31 de marzo	1 y 2 de abril	Del 3 de abril al 1 de julio
9	Querétaro	Del 26 de marzo al 24 de abril	Del 25 de abril al 17 de mayo	Del 18 de mayo al 1 de julio
10	San Luis Potosí	Del 20 de noviembre 2008 al 18 de enero 2009	Del 19 de enero al 2 de abril	Del 3 de abril al 1 de julio
11	Sonora	Del 24 de febrero al 2 de abril	No hay intercampaña	Del 3 de abril al 1 de julio

Frente a la multiplicidad de procesos locales coincidentes con la jornada electoral federal y a la diversidad de fechas en la organización comicial local, el 17 de noviembre de 2008, el Comité de Radio y Televisión aprobó el Acuerdo ACRT/019/2008, por el que se emitió el criterio general para la asignación y distribución de tiempos en radio y televisión aplicable a los procesos electorales locales con jornada electoral coincidente con la federal.

Con base en dicho Acuerdo, se estableció que durante el tiempo en que la precampaña local se desarrolle con anterioridad al inicio de la precampaña federal (es decir, hasta antes del 31 de enero de 2009), o bien, en el lapso que siga desarrollándose con posterioridad al término de la precampaña federal (es decir, después del 11 de marzo de 2009) y hasta antes del inicio de la campaña federal, en las estaciones de radio y

canales de televisión que deban cubrir el proceso local conforme al catálogo que aprobó el Comité de Radio y Televisión, los partidos políticos gozaron de dieciocho minutos diarios, los cuales se destinaron en su totalidad a cubrir la precampaña local.

Asimismo, durante el periodo en que la precampaña federal se desarrolló de forma simultánea a la precampaña local (es decir, entre 31 de enero y el 11 de marzo de 2009), del tiempo que corresponde a los partidos políticos, en las estaciones de radio y canales de televisión que deban cubrir el proceso local conforme al catálogo que aprobó el Comité de Radio y Televisión, se destinaron once minutos diarios para cubrir la precampaña federal y siete minutos diarios para atender la precampaña local.

En síntesis, las reglas aplicadas se detallan en el siguiente esquema:

Criterio general para la asignación y distribución de tiempos en radio y televisión aplicable a los procesos electorales locales con jornada electoral coincidente con la federal

	OCT 08	NOV 08	DIC 08	ENE 09	FEB 09	MAR 09
Proceso Electoral Federal				Precampaña Federal (31 de enero al 11 de marzo de 2009)		
Proceso Electoral Local				Precampaña local		
Reglas		<ul style="list-style-type: none"> • Tiempo para precampaña local: 18 minutos. • La autoridad electoral local realizó la propuesta de pauta para la transmisión de mensajes de los partidos, con base en 18 minutos diarios. • El 70% de esos 18 minutos se distribuyó conforme a los resultados de la pasada elección local. 		<ul style="list-style-type: none"> • Tiempo para precampaña federal: 11 minutos. Tiempo para precampaña local: 7 minutos. • La autoridad electoral local formuló la propuesta de pauta para la transmisión de mensajes de los partidos, con base en 7 minutos diarios. • El 70% de esos 7 minutos se distribuyó conforme a los resultados de la pasada elección local. 		<ul style="list-style-type: none"> • Tiempo para precampaña local: 18 minutos. • La autoridad electoral local hizo la propuesta de pauta para la transmisión de mensajes de los partidos, con base en 18 minutos diarios. • El 70% de esos 18 minutos se distribuyó conforme a los resultados de la pasada elección local.

c. Distribución de tiempos en radio y televisión para autoridades electorales

Desde noviembre del año pasado, diversas autoridades electorales solicitaron tiempo en radio y televisión para sus propios fines. De manera general, el IFE aprobó un modelo de pautas que permitió que tanto los partidos políticos como las autoridades

electorales contarán con espacios en los medios de comunicación para promocionar sus diversos mensajes políticos y electorales.

De manera general, la distribución quedó como sigue:

**Distribución general de los tiempos del Estado en materia electoral:
Televisión**

Actor	Minutos	Número de Promocionales*	Porcentaje
Partidos Políticos	18	36	37,50%
Instituto Federal Electoral	23	46	47,92%
Tribunal Electoral del Poder Judicial de la Federación	6	12	12,50%
Instituto Electoral Estatal	1	2	2,08%
Total	48	96	100,00%

*Número de promocionales por durante toda la precampaña federal por estación de radio y canal de televisión.

**Distribución general de los tiempos del Estado en materia electoral:
Radio**

Actor	Minutos	Número de Promocionales*	Porcentaje
Partidos Políticos	18	36	37,50%
Instituto Federal Electoral	22,5	45	46,88%
Tribunal Electoral del Poder Judicial de la Federación	6	12	12,50%
Instituto Electoral Estatal	1,5	3	3,13%
Total	48	96	100,00%

*Número de promocionales por durante toda la precampaña federal por estación de radio y canal de televisión.

2. Notificación de pautas y entrega de materiales

Durante el último trimestre de 2008, el Comité de Radio y Televisión y la Junta General Ejecutiva del IFE, aprobaron las pautas de transmisión de los promocionales de los partidos políticos y de las autoridades electorales. El Comité de Radio y Televisión aprobó también el Catálogo de estaciones de radio y canales de televisión que cubren el proceso electoral federal 2008 – 2009 y los 11 procesos electorales locales con jornada comicial coincidente con la federal que se realizarán en 2009.

Bajo estas premisas, el IFE distribuyó 1,553 pautas y sus respectivos materiales de partidos políticos y de autoridades electorales en 2,077 emisoras de radio y televisión del país (sin repetidoras) que cubrieron las precampañas de los procesos electorales federal y locales 2009. La siguiente tabla ilustra por entidad federativa dicho trabajo:

Notificación de pautas

Entidad	Pautas	Concesionarios y permisionarios en la entidad pautados por el IFE (sin repetidoras)
Aguascalientes	24	25
Baja California	80	89
Baja California Sur	27	32
Campeche	21	30
Chiapas	48	70
Chihuahua	93	112
Coahuila	85	112
Colima	21	30
Distrito Federal	69	69
Durango	31	35
Guanajuato	61	97
Guerrero	43	66
Hidalgo	22	33
Jalisco	93	103
Mexico	25	35
Michoacán	58	93
Morelos	27	29
Nayarit	28	30
Nuevo León	74	102
Oaxaca	44	97
Puebla	42	53
Querétaro	24	26
Quintana Roo	28	36
San Luis Potosí	38	42
Sinaloa	55	69
Sonora	96	194
Tabasco	31	36
Tamaulipas	95	120
Tlaxcala	7	11
Veracruz	103	134
Yucatán	38	43
Zacatecas	22	24
Totales	1553	2077

La distribución se llevó a cabo con la ayuda de las Juntas Locales y Distritales del Instituto, quienes en tan solo 5 días entregaron las pautas de transmisión y los promocionales de los partidos políticos y de autoridades electorales a todas las estaciones de radio y canales de televisión en todo el país.

Con la entrega de pautas y materiales el Instituto concluyó una etapa importante del proceso electoral federal y cumplió con su función de administrador único de los tiempos que corresponden al Estado en los procesos electorales locales con jornada comicial coincidente con la federal que se llevarán a cabo en 2009.

Durante esta etapa, la Dirección Ejecutiva de Prerrogativas y Partidos Políticos realizó lo siguiente:

1. Dictaminó técnicamente 557 materiales de partidos políticos y autoridades electorales;
2. Editó 5183 materiales de partidos políticos y autoridades electorales;
3. Aseguró que estuvieran al aire 379 versiones de promocionales, tanto de partidos políticos como de autoridades electorales, con el siguiente desglose:

**Versiones de promocionales de partidos políticos
y autoridades electorales durante precampaña**

Actor	Radio	Televisión	Total
Partidos Políticos*	115	111	226
Autoridades Electtorales	93	60	153
Total de versiones	208	171	379

*La información contenida en la tabla no incluye coaliciones.

4. Por partido político, durante toda la precampaña federal estuvieron al aire 226 versiones de promocionales como se muestra a continuación:

Versiones de promocionales por partido político durante precampaña

Partido Político*	Versiones en radio	Versiones en TV	Total
Partido Acción Nacional	18	12	30
Partido Revolucionario Institucional	19	21	40
Partido de la Revolución Democrática	31	35	66
Partido del Trabajo	35	20	55
Partido Verde Ecologista de México	2	8	10
Convergencia	5	8	13
Partido Nueva Alianza	1	3	4
Partido Socialdemócrata	4	4	8
Total	115	111	226

*La información contenida en la tabla no incluye coaliciones.

5. Por partido político, durante toda la precampaña federal estuvieron al aire 115 versiones de promocionales en el ámbito federal, así como 111 versiones a nivel local:

**Versiones de promocionales por partido político
durante precampaña federal y local**

Partido Político	Versiones en precampaña federal	Versiones en precampaña local	Total
Partido Acción Nacional	8	22	30
Partido Revolucionario Institucional	11	29	40
Partido de la Revolución Democrática	24	42	66
Partido del Trabajo	8	47	55
Partido Verde Ecologista de México	10	0	10
Convergencia	10	3	13
Partido Nueva Alianza	2	2	4
Partido Socialdemócrata	6	2	8
Total	115	111	226

6. Por último, la Dirección Ejecutiva de Prerrogativas y Partidos Políticos notificó 1330 oficios para pauta de precampaña federal, 193 para pauta de precampaña local, giró 213 órdenes de transmisión y realizó 1048 envíos a los órganos desconcentrados del IFE para que éstos, a su vez, distribuyeran a los concesionarios y permisionarios de todos el país.

3. Verificación de transmisiones

El periodo de precampaña federal inició el 31 de enero y concluyó el 11 de marzo de 2009. Al arranque de esta etapa, el IFE contó con el Centro Nacional de Control y Monitoreo (CENACOM) completamente instalado. Además, se instalaron y entraron en operación 4 Centros de Verificación y Monitoreo (CEVEM):

CEVEM del DF;
CEVEM Monterrey 1 y 2; y,
CEVEM Guadalajara 2.

Conforme la implementación gradual, a partir del 31 de enero dichos CEVEM operaron con una funcionalidad básica, misma que permitió la recepción, digitalización y almacenamiento de señales de radio y televisión (24 hrs), acceso al histórico de grabaciones y generación de testigos.

El inicio de operaciones de los CEVEM en DF, Jalisco y Nuevo León fue una decisión estratégica, pues:

- 143 señales fueron grabadas las 24 horas del día por el IFE;
- Estas señales cubrieron la mayor parte de la audiencia en México; e incluyen las principales cadenas de radio y televisión del país;
- El IFE captó todas las señales que tienen una cobertura nacional de televisión.

En otras palabras, el IFE estuvo en condiciones de verificar las frecuencias más importantes de radio y televisión desde principio de precampañas.

De un análisis preliminar sobre el monitoreo se desprenden los siguientes resultados¹:

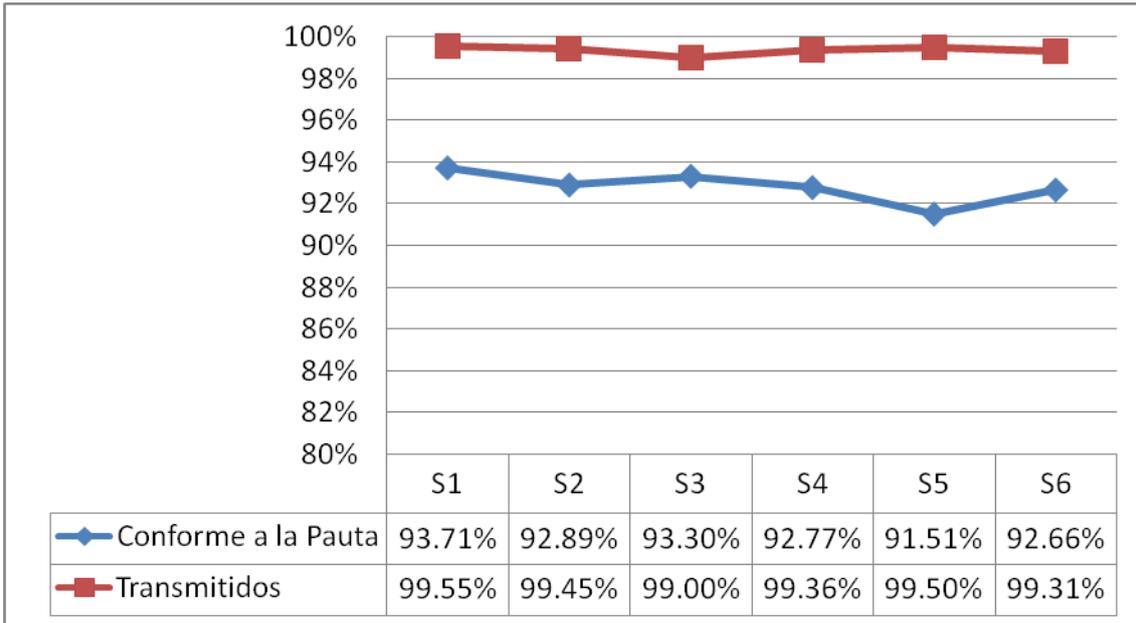
Porcentaje de Cumplimiento en TV (Promedio Semanal)

¹ La Dirección Ejecutiva de Prerrogativas y Partidos Políticos elaboró una matriz de datos en la que se asienta, para el Distrito Federal, Jalisco y Nuevo León, y para diversas estaciones de radio y canales de televisión de esas entidades: el número de impactos monitoreados (IM), de entre estos cuántos se transmitieron fuera de pauta (FP), y cuántos no fueron transmitidos (NT). Dicha información fue agrupada por semana.

Cabe advertir que el monitoreo de televisión para el Distrito Federal es completo, es decir, corresponde a todos los canales que transmiten en dicha entidad y cubre la totalidad de la franja horaria en que debe transmitirse la pauta. Dichos medios son los de más amplia cobertura a nivel nacional.

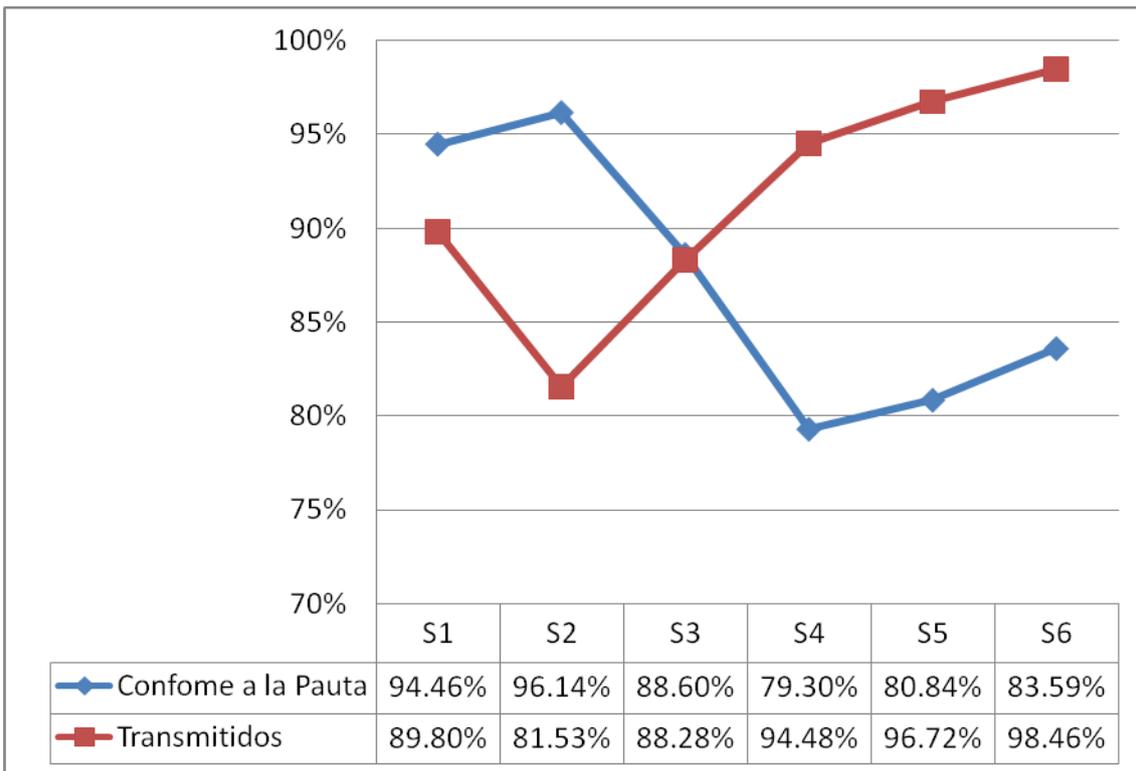
Esa información fue la base para calcular el grado de cumplimiento de radio y televisión en la transmisión de pautas. Para ello, se procedió de la manera siguiente:

1. El porcentaje de incumplimiento, en cuanto a impactos fuera de pauta (PIFP), se calculó mediante la división del número de impactos fuera de pauta entre el total de impactos monitoreados y el resultado se multiplicó por cien: $PIFP = (FP/IM) * 100$.
2. El porcentaje de incumplimiento en cuanto a impactos no transmitidos (PINT), se calculó mediante la división del número de impactos no transmitidos entre el total de impactos monitoreados y el resultado se multiplicó por cien: $PINT = (NT/IM) * 100$.
3. Para cada uno de esos resultados, el porcentaje de cumplimiento se obtiene restando al 100 por ciento el porcentaje de incumplimiento, es decir: Porcentaje de impactos conforme a la pauta (PICP) = $100 - (PIFP)$. Porcentaje de impactos transmitidos (PIT) = $100 - (PINT)$.
4. Con el propósito de obtener una visión resumida de cumplimiento por semana, en cuanto a impactos conforme a la pauta e impactos transmitidos, para radio y televisión, de cada una de las entidades señaladas, se procedió a obtener los promedios para cada una de las seis semanas que se reportan.
5. Del mismo modo, es decir mediante el cálculo de promedios, y con base en los resultados del punto anterior, se resumieron los datos para radio y televisión para obtener el agregado de las tres entidades mencionadas.

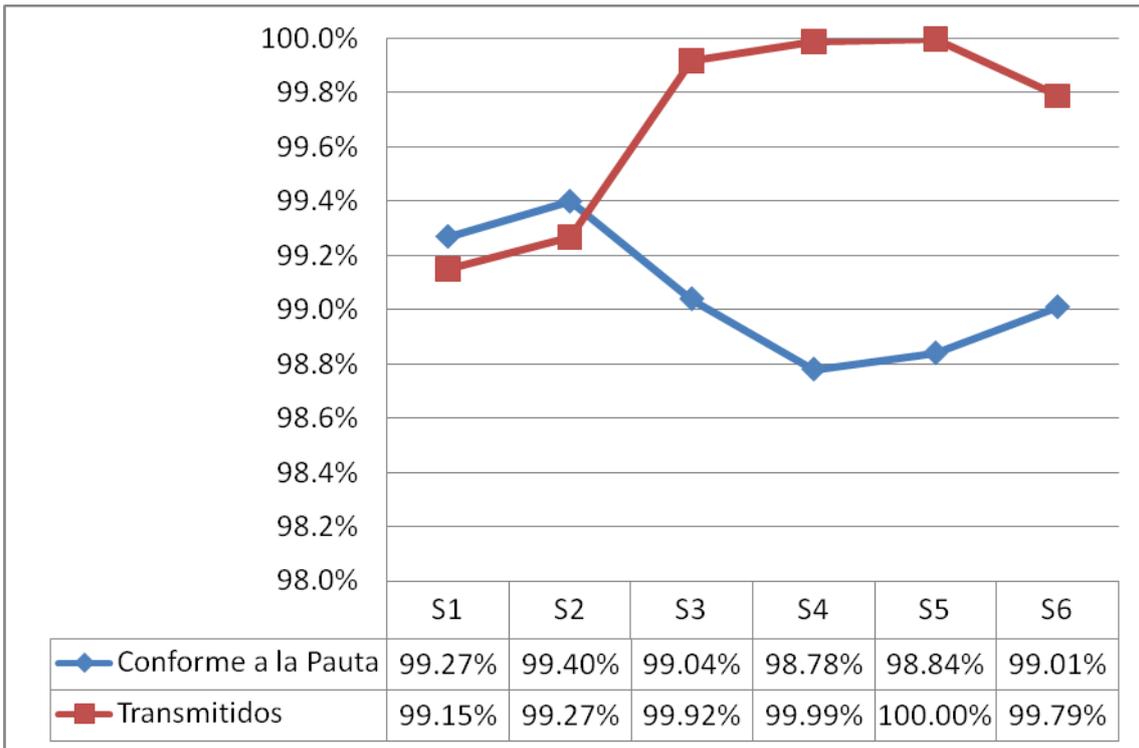


Nota: Esta gráfica considera conforme a la pauta las primeras transmisiones de algunas televisoras que agruparon sistemáticamente los promocionales durante los primeros días de precampaña.

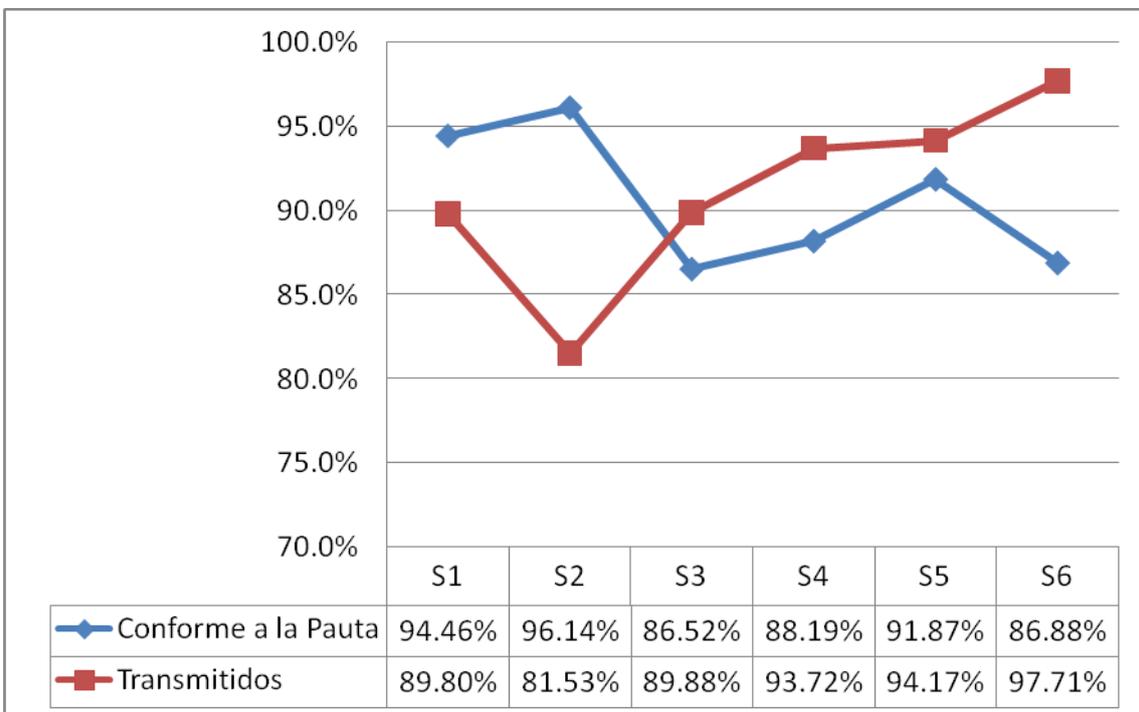
**Porcentaje de Cumplimiento en Radio
(Promedio Semanal)**



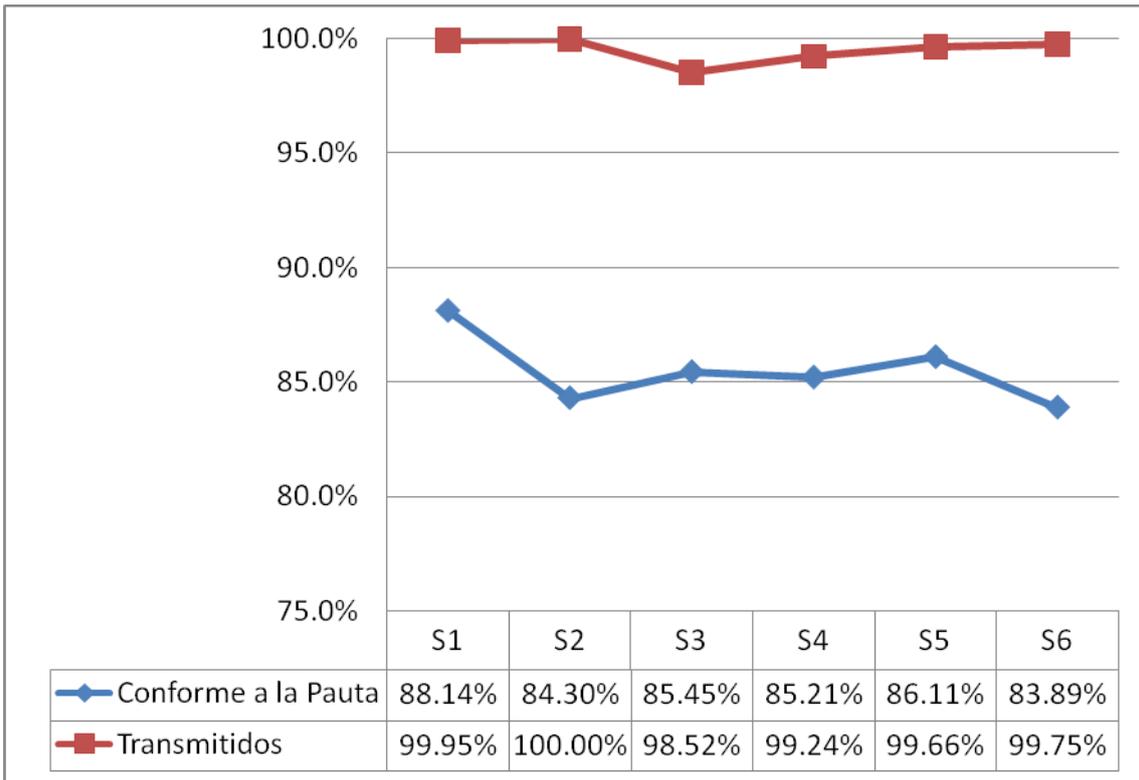
**Porcentaje de Cumplimiento en TV en el Distrito Federal
(Promedio Semanal)**



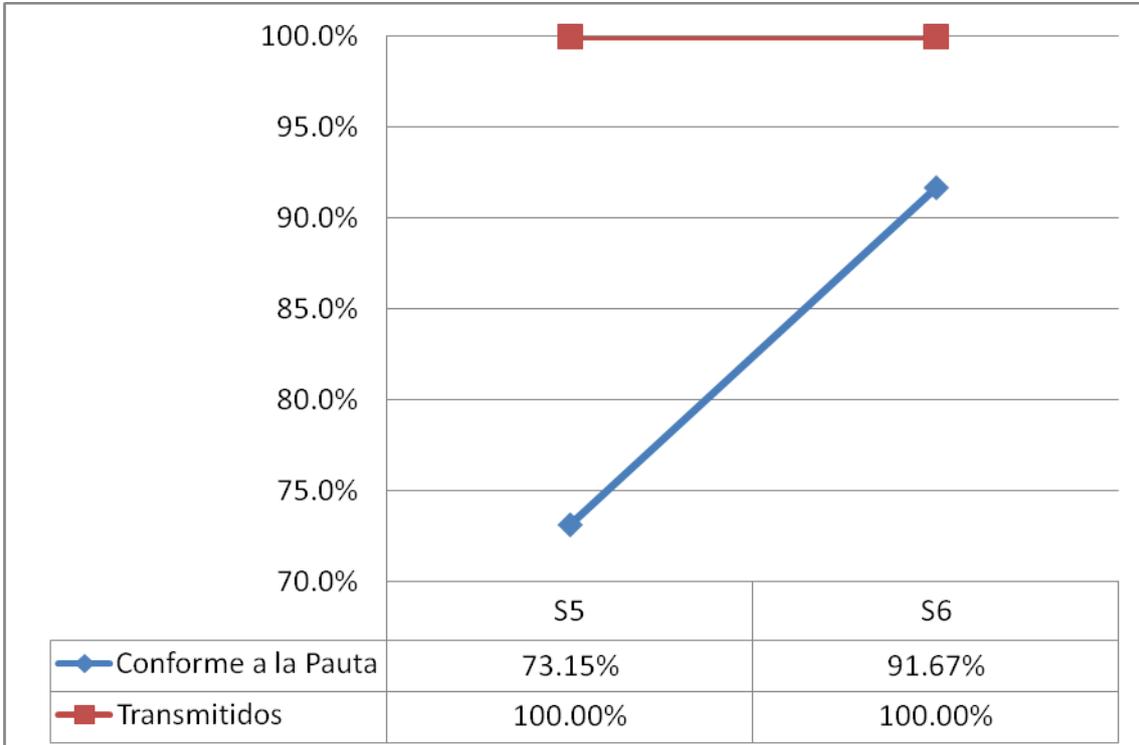
**Porcentaje de Cumplimiento en Radio en el Distrito Federal
(Promedio Semanal)**



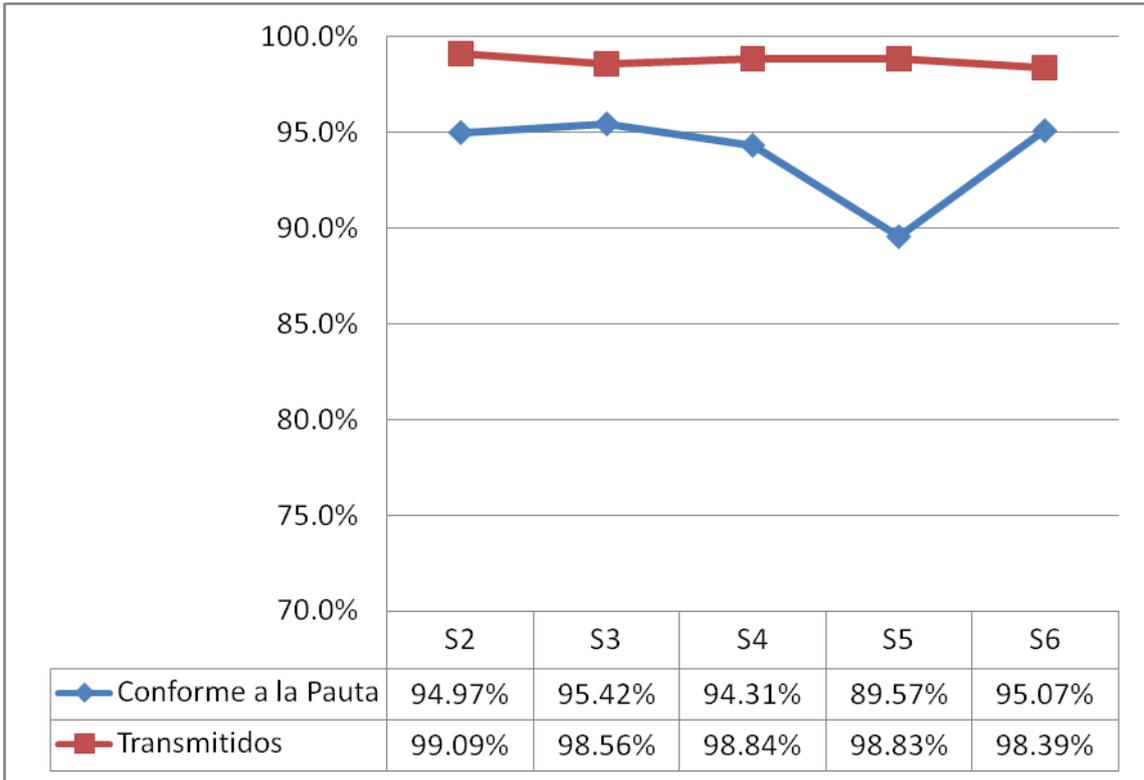
**Porcentaje de Cumplimiento en TV en Jalisco
(Promedio Semanal)**



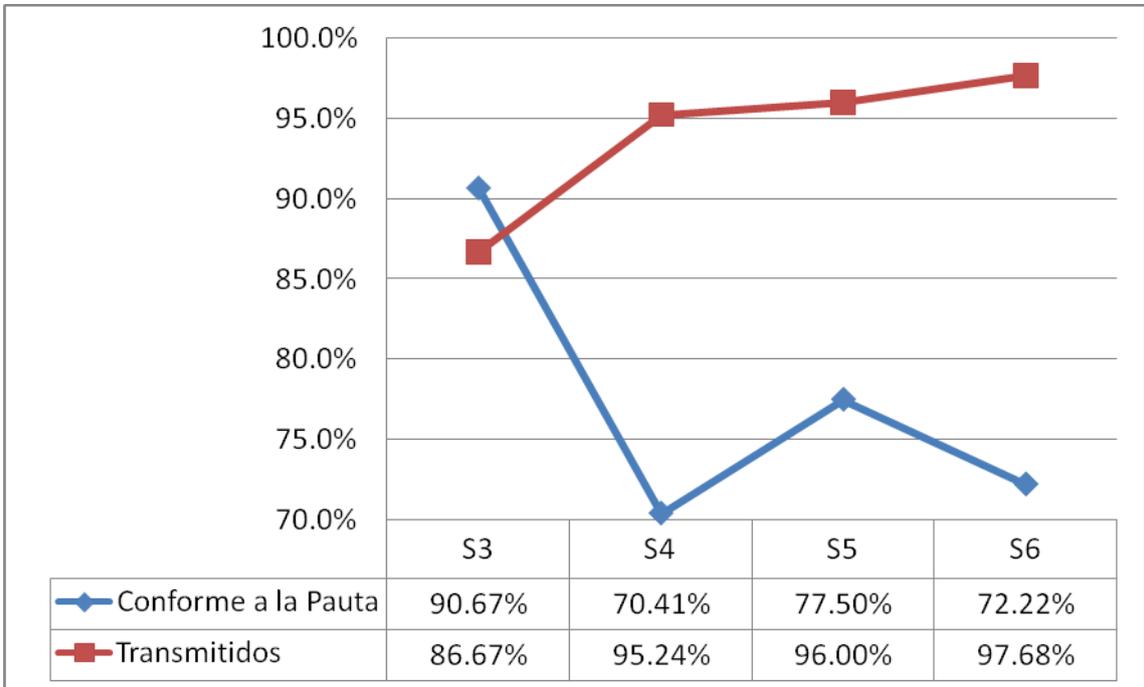
**Porcentaje de Cumplimiento en Radio en Jalisco
(Promedio Semanal)**



**Porcentaje de Cumplimiento en TV en Nuevo León
(Promedio Semanal)**



**Porcentaje de Cumplimiento en Radio en Nuevo León
(Promedio Semanal)**



De manera general, se verificaron transmisiones en 29 canales de televisión completamente y 82 estaciones de radio de forma muestral:

Entidad	Televisión	Radio	Total
Distrito Federal	11	39	50
Jalisco	8	10	18
Nuevo León	10	33	43
Total	29	82	111

a) Distrito Federal

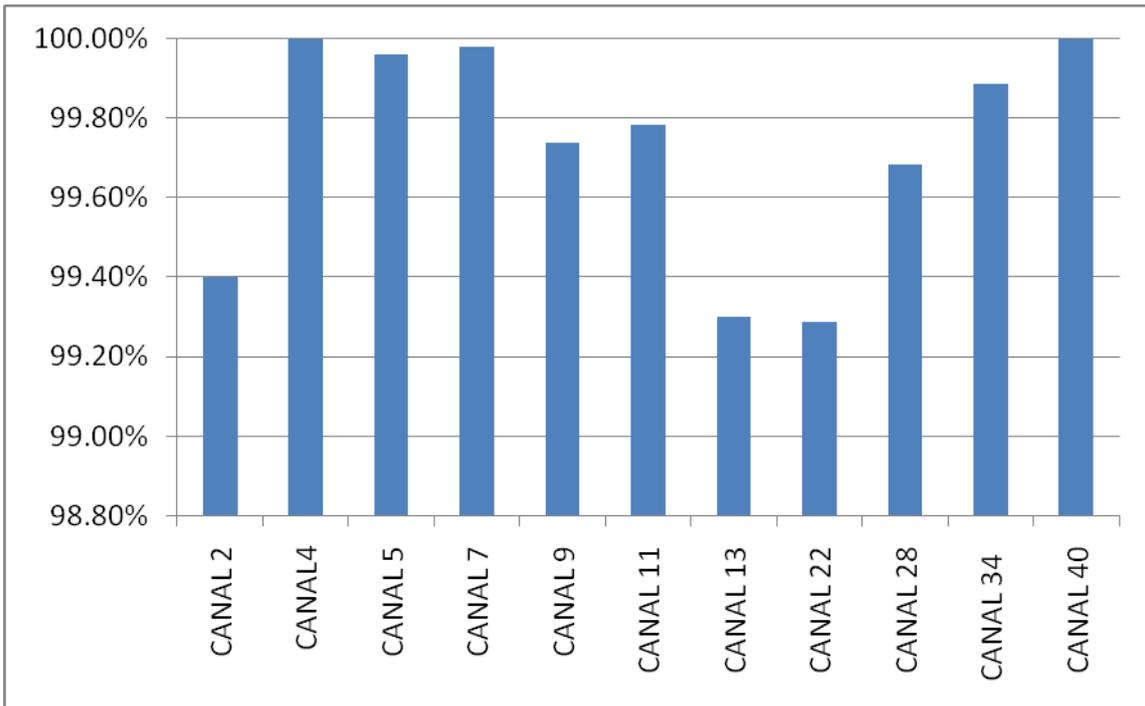
Durante los 40 días de precampaña federal, el IFE monitoreo 11 canales de Televisión en el Distrito Federal y verificó el cumplimiento de las transmisiones ordenadas por esta autoridad administrativa federal. Los resultados fueron los siguientes:

**Verificación de transmisiones en el Distrito Federal
Porcentaje de promocionales transmitidos y no transmitidos**

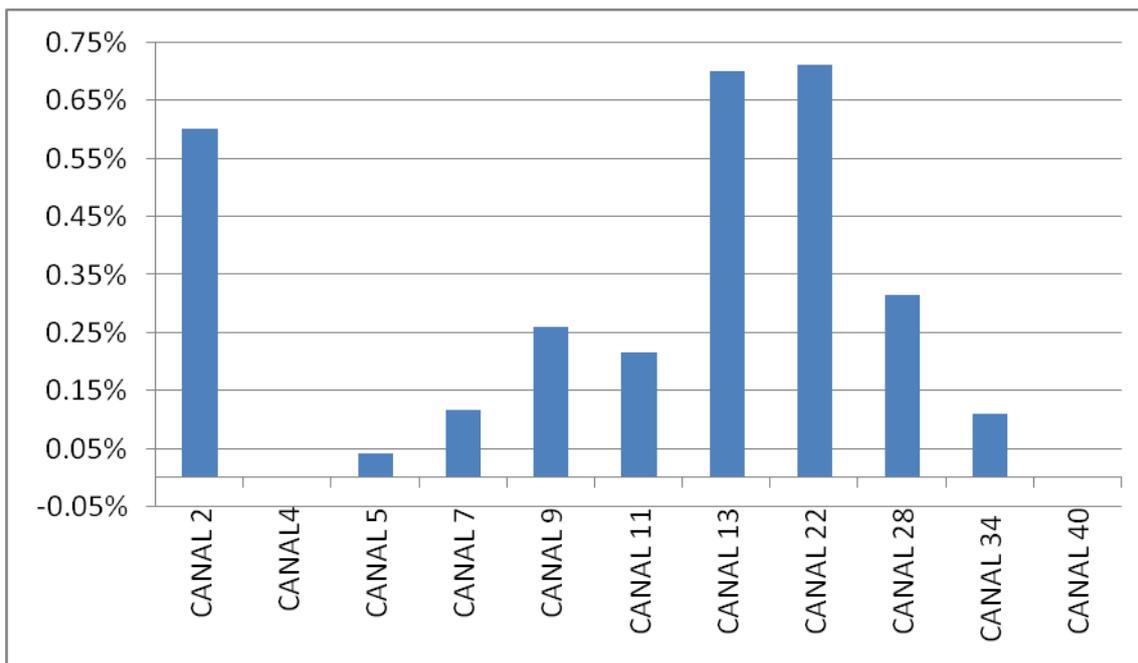
Canal de Televisión en el Distrito Federal	Porcentaje de promocionales transmitidos	Porcentaje de promocionales no transmitidos
CANAL 2	99,40%	0,60%
CANAL 4	100%	0%
CANAL 5	99,96%	0,04%
CANAL 7	99,98%	0,12%
CANAL 9	99,74%	0,26%
CANAL 11	99,78%	0,22%
CANAL 13	99,30%	0,70%
CANAL 22	99,29%	0,71%
CANAL 28	99,68%	0,32%
CANAL 34	99,89%	0,11%
CANAL 40	100%	0%

Conclusión: Los once canales de televisión monitoreados en el Distrito Federal transmitieron más de 99% de los promocionales ordenados por el IFE durante toda la precampaña federal.

**Canales de Televisión
Porcentaje de promocionales transmitidos en el DF**



Canales de Televisión
Porcentaje de promocionales no transmitidos en el DF

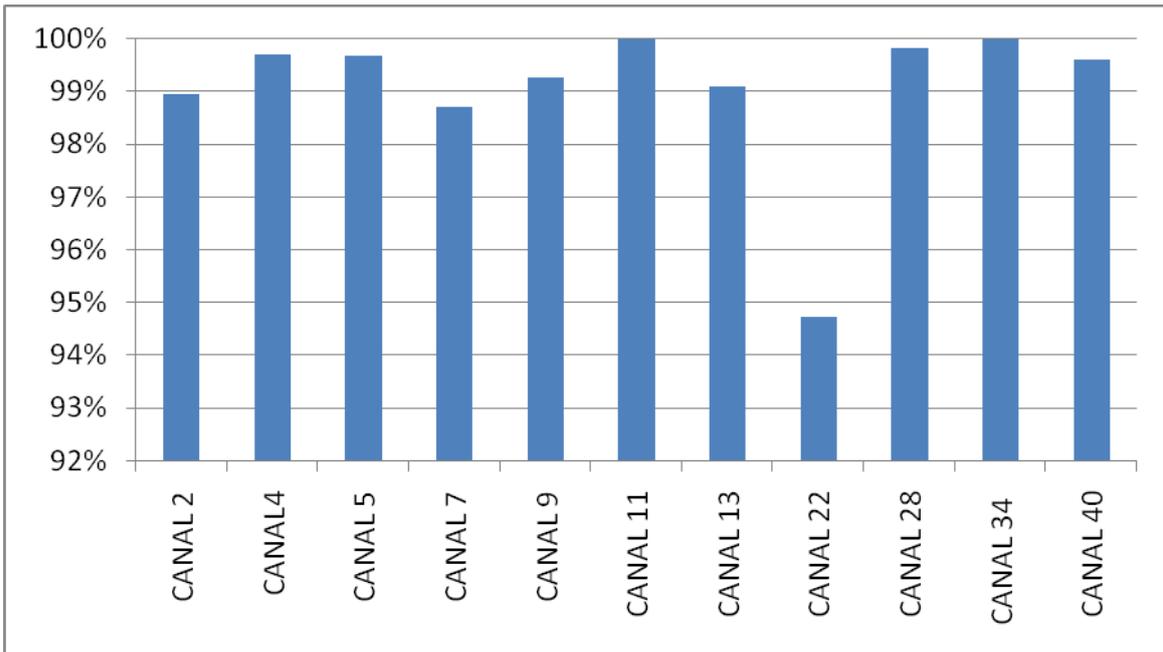


Verificación de transmisiones en el Distrito Federal
Porcentaje de promocionales transmitidos conforme a la pauta

Canal de Televisión en el Distrito Federal	Porcentaje de promocionales transmitidos conforme a la pauta	Porcentaje de promocionales no transmitidos conforme a la pauta
CANAL 2	98,96%	1,04%
CANAL 4	99,70%	0,30%
CANAL 5	99,67%	0,33%
CANAL 7	98,72%	1,28%
CANAL 9	99,26%	0,74%
CANAL 11	100,00%	0,00%
CANAL 13	99,09%	0,91%
CANAL 22	94,72%	5,28%
CANAL 28	99,84%	0,16%
CANAL 34	100,00%	0,00%
CANAL 40	99,61%	0,39%

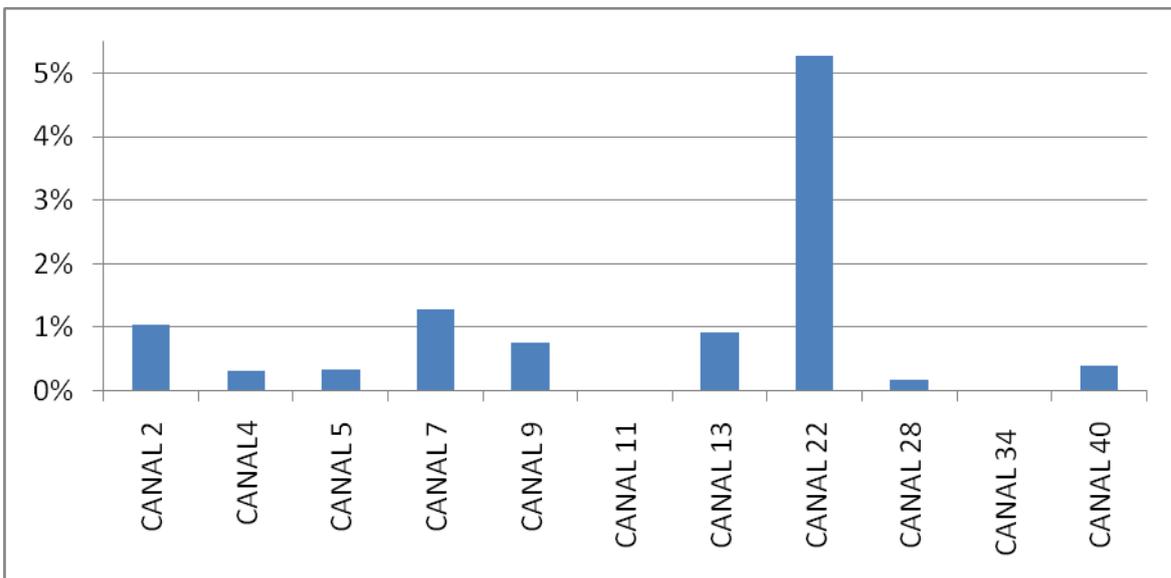
Conclusión: De los once canales de televisión monitoreados en el Distrito Federal, 10 transmitieron más de 98% de los promocionales ordenados por el IFE durante toda la precampaña federal conforme a la pauta aprobada, tanto por el Comité de Radio y Televisión como por la Junta General Ejecutiva. El canal restante (Canal 22), transmitió casi 95% de los promocionales ordenados por el IFE durante toda la precampaña federal conforme a la pauta aprobada.

Canales de Televisión
Porcentaje de promocionales transmitidos conforme a la pauta en el DF



Nota: Esta gráfica considera conforme a la pauta las primeras transmisiones de algunas televisoras que agruparon sistemáticamente los promocionales durante los primeros días de precampaña.

Canales de Televisión
Porcentaje de promocionales no transmitidos conforme a la pauta en el DF



Por otra parte, en materia de radio en el Distrito Federal, es importante destacar que los criterios que se siguieron para la verificación de señales fueron los siguientes:

- Al inicio de la precampaña se revisaron 7 estaciones, por un periodo de 1 hora al día;
- A mediados de febrero se revisaron 10 estaciones, por 3 o más horas al día;
- Al cierre de la precampaña se verificaron 40 estaciones a la semana por 9 o más horas al día;
- Se verificaron 7,338 impactos;

- Se detectó que 1,136 no fueron transmitidos o se transmitieron fuera de pauta;
- Se encontró que el nivel de cumplimiento promedio de las emisoras de radio en el Distrito Federal fue superior al 85%; y,
- El caso de Radio UNAM, resuelto por el Consejo General mostró el menor índice de cumplimiento durante las precampañas.

b) Nuevo León

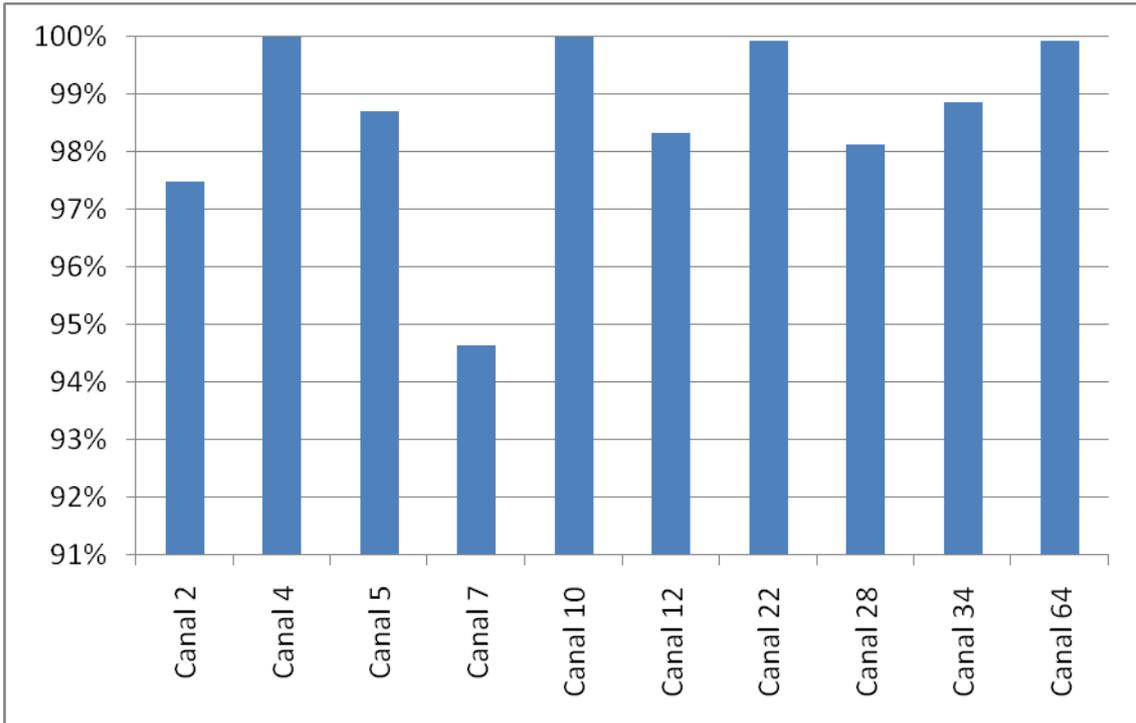
Durante los 40 días de precampaña federal, el IFE monitoreo 10 canales de Televisión en Nuevo León y verificó el cumplimiento de las transmisiones ordenadas por esta autoridad administrativa federal. Los resultados fueron los siguientes:

Verificación de transmisiones en Nuevo León Porcentaje de promocionales transmitidos y no transmitidos

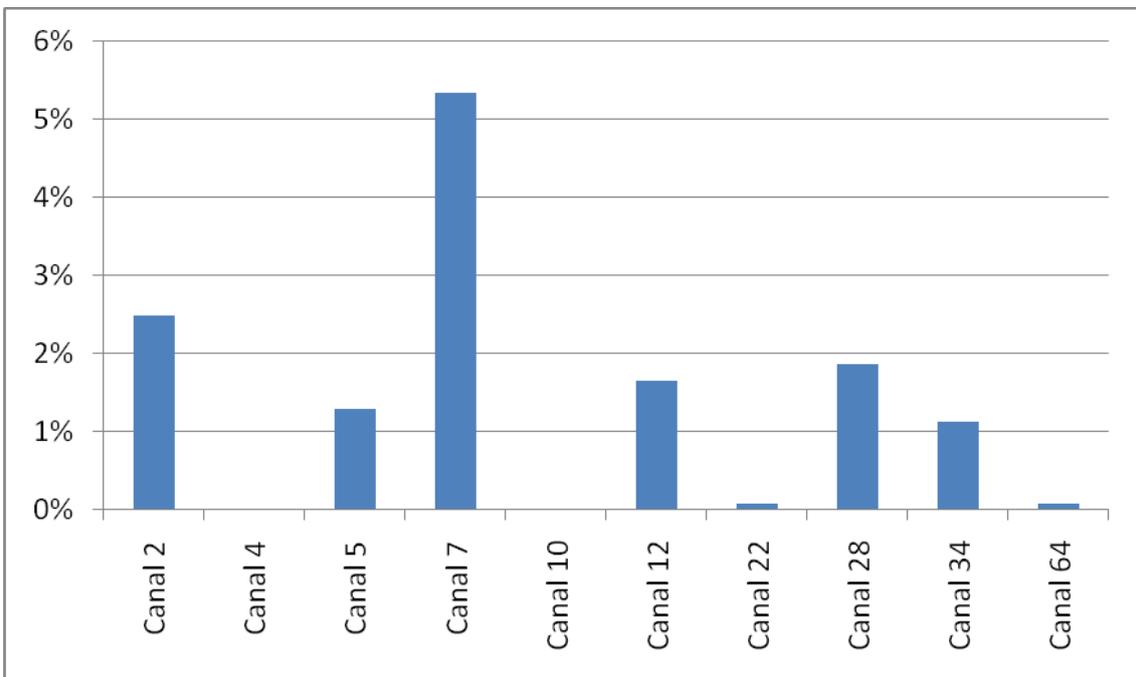
Canal de Televisión en el Nuevo León	Porcentaje de promocionales transmitidos	Porcentaje de promocionales no transmitidos
CANAL 2	97,50%	2,50%
CANAL 4	100,00%	0,00%
CANAL 5	98,71%	1,29%
CANAL 7	94,65%	5,35%
CANAL 10	100,00%	0,00%
CANAL 12	98,34%	1,66%
CANAL 22	99,93%	0,07%
CANAL 28	98,14%	1,86%
CANAL 34	98,87%	1,13%
CANAL 64	99,93%	0,07%

Conclusión: De los diez canales de televisión monitoreados en Nuevo León, nueve transmitieron más de 97,50% de los promocionales ordenados por el IFE durante toda la precampaña federal. El canal restante, (Canal 7) transmitió 94,65% de los promocionales ordenados por el IFE.

Canales de Televisión Porcentaje de promocionales transmitidos en Nuevo León



Canales de Televisión
Porcentaje de promocionales no transmitidos en Nuevo León

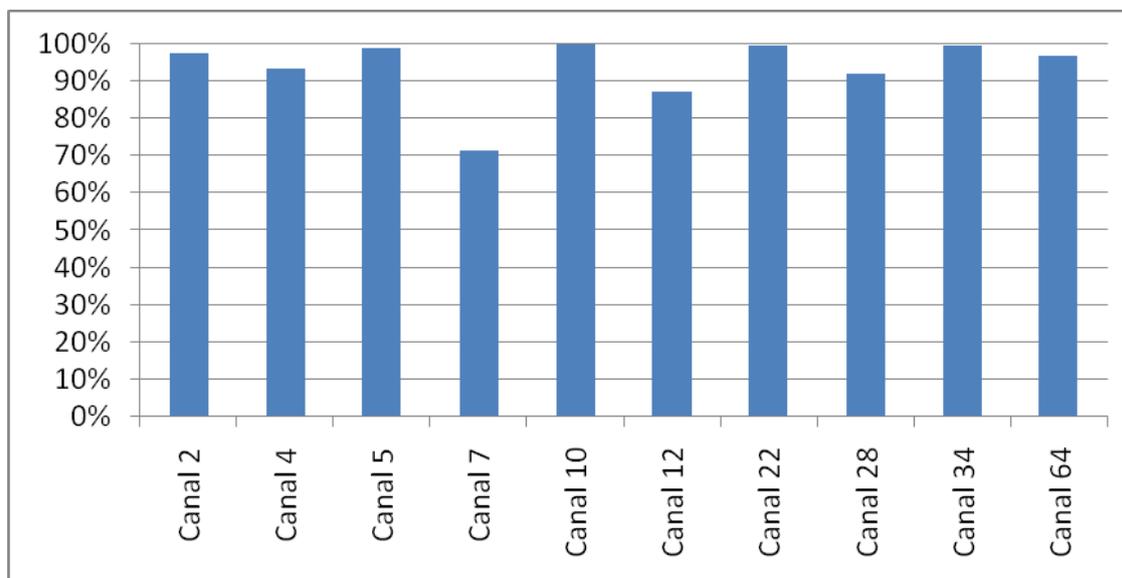


Verificación de transmisiones en Nuevo León
Porcentaje de promocionales transmitidos conforme a la pauta

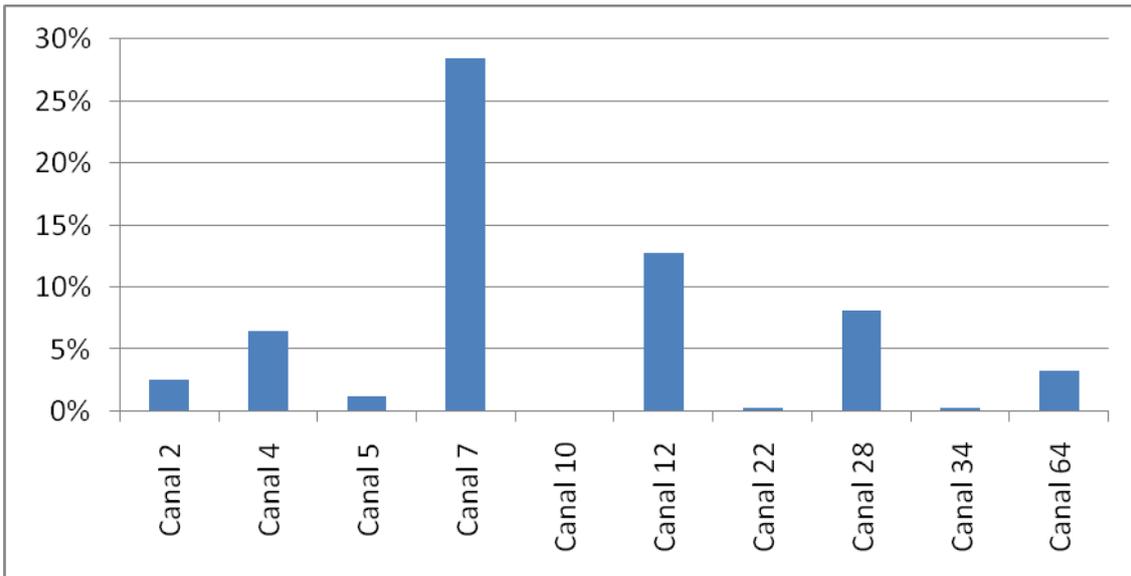
Canal de Televisión en el Nuevo León	Porcentaje de promocionales transmitidos conforme a la pauta	Porcentaje de promocionales no transmitidos conforme a la pauta
CANAL 2	97,50%	2,50%
CANAL 4	93,56%	6,44%
CANAL 5	98,85%	1,15%
CANAL 7	71,59%	28,41%
CANAL 10	99,96%	0,04%
CANAL 12	87,22%	12,78%
CANAL 22	99,78%	0,22%
CANAL 28	91,94%	8,06%
CANAL 34	99,71%	0,29%
CANAL 64	96,81%	3,19%

Conclusión: De los diez canales de televisión monitoreados en Nuevo León, 6 transmitieron más de 95% de los promocionales ordenados por el IFE durante toda la precampaña federal conforme a la pauta aprobada, tanto por el Comité de Radio y Televisión como por la Junta General Ejecutiva. Los canales restantes, es decir, Canal 4, Canal 7, Canal 12 y Canal 28, transmitieron 93,56%, 71,59%, 87,22% y 91,94%, respectivamente, de los promocionales ordenados por el IFE durante toda la precampaña federal conforme a la pauta aprobada.

Canales de Televisión
Porcentaje de promocionales transmitidos conforme a la pauta en Nuevo León



Canales de Televisión
Porcentaje de promocionales no transmitidos conforme a la pauta en Nuevo León



Por otra parte, en materia de radio en Nuevo León, es importante destacar que los criterios que se siguieron para la verificación de señales fueron los siguientes:

- Se seleccionaron 10 emisoras de radio de 44 emisoras (24 de AM y 20 de FM) existentes del estado de Nuevo León para realizar un monitoreo aleatorio en el rango de las 6:00 a 24:00 horas;
- Se verificaron 1,848 impactos;
- Se detectó que 75 no fueron transmitidos o se transmitieron fuera de pauta; y,
- Se encontró que el nivel de cumplimiento promedio de las emisoras de radio en el Nuevo León fue superior al 95%.

c) Jalisco

Durante los 40 días de precampaña federal, el IFE monitoreo 8 canales de Televisión en Jalisco y verificó el cumplimiento de las transmisiones ordenadas por esta autoridad administrativa federal. Los resultados fueron los siguientes:

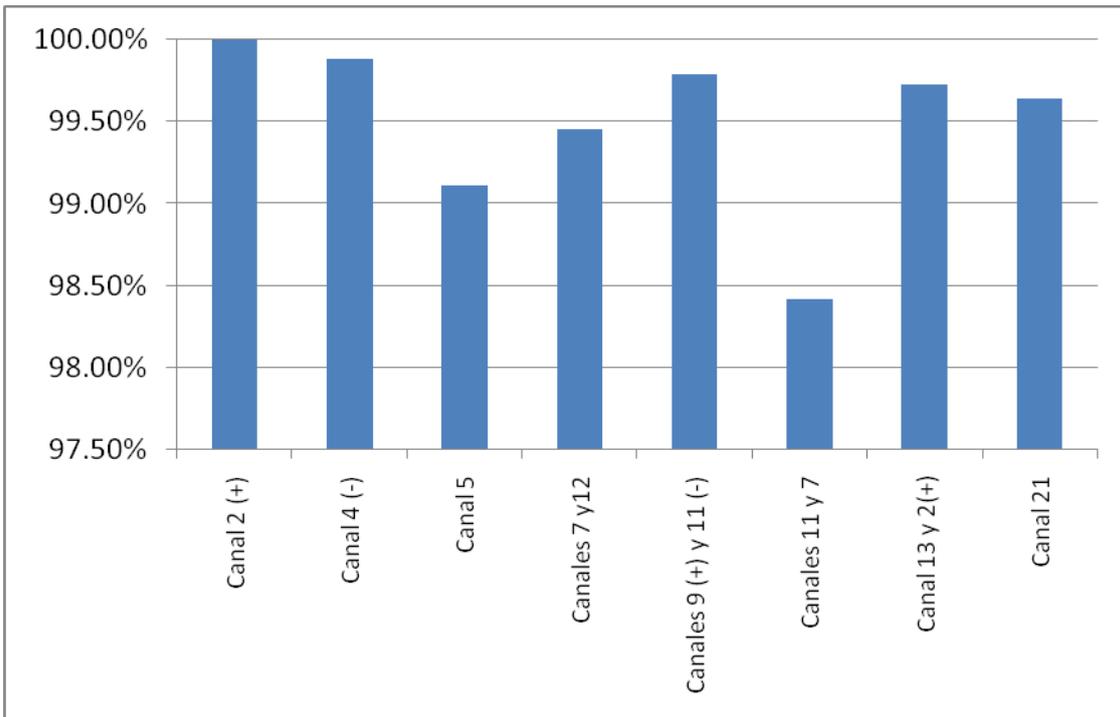
Verificación de transmisiones en Jalisco Porcentaje de promocionales transmitidos y no transmitidos

Canal de Televisión en el Jalisco	Porcentaje de promocionales transmitidos	Porcentaje de promocionales no transmitidos
CANAL 2 (+)	100,00%	0,00%
CANAL 4 (-)	99,88%	0,12%
CANAL 5	99,11%	0,89%
CANALES 7 Y 12	99,45%	0,55%
CANALES 9 (+) Y 11 (-)	99,79%	0,21%
CANALES 11 Y 7	98,42%	1,58%
CANAL 13 Y 2(+)	99,73%	0,27%

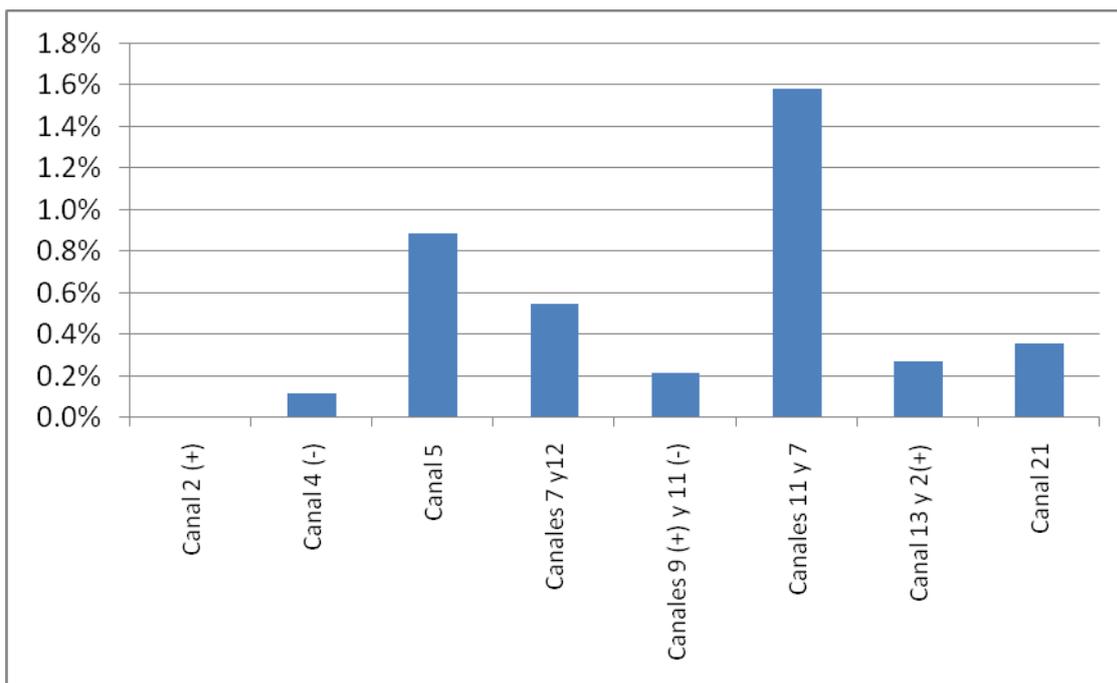
Canal de Televisión en el Jalisco	Porcentaje de promocionales transmitidos	Porcentaje de promocionales no transmitidos
CANAL 21	99,64%	0,36%

Conclusión: Los ocho canales de televisión monitoreados en Jalisco transmitieron más de 98,42% de los promocionales ordenados por el IFE durante toda la precampaña federal.

**Canales de Televisión
Porcentaje de promocionales transmitidos en Jalisco**



**Canales de Televisión
Porcentaje de promocionales no transmitidos en Jalisco**

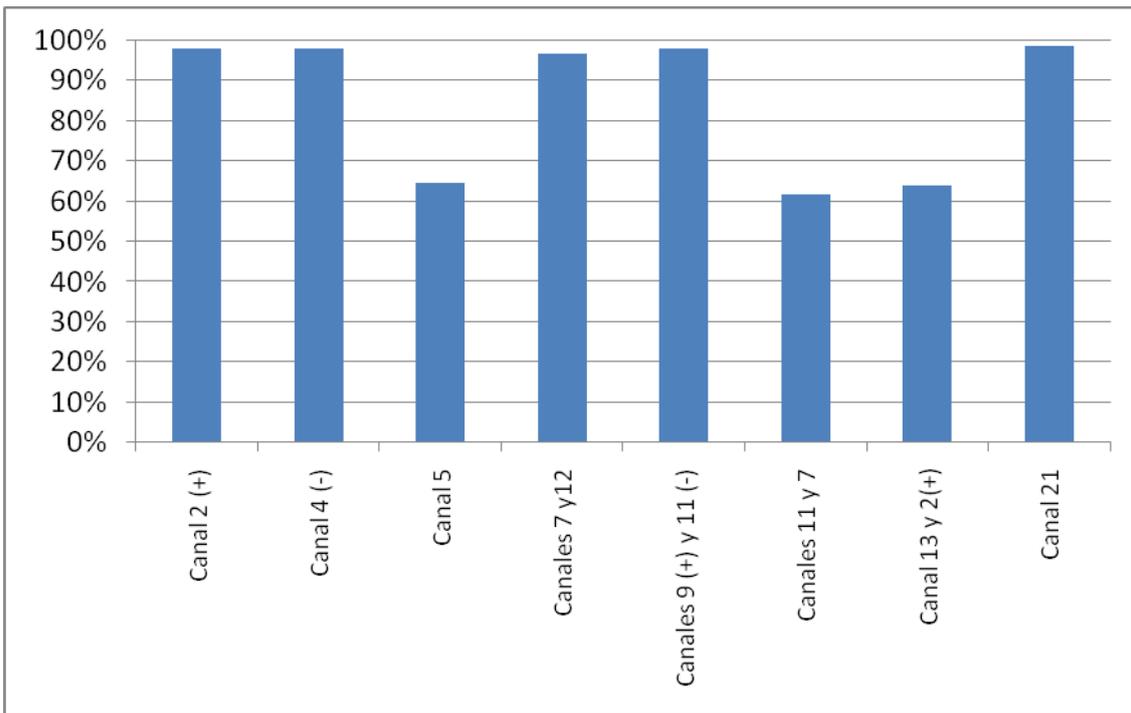


Verificación de transmisiones en Jalisco
Porcentaje de promocionales transmitidos conforme a la pauta

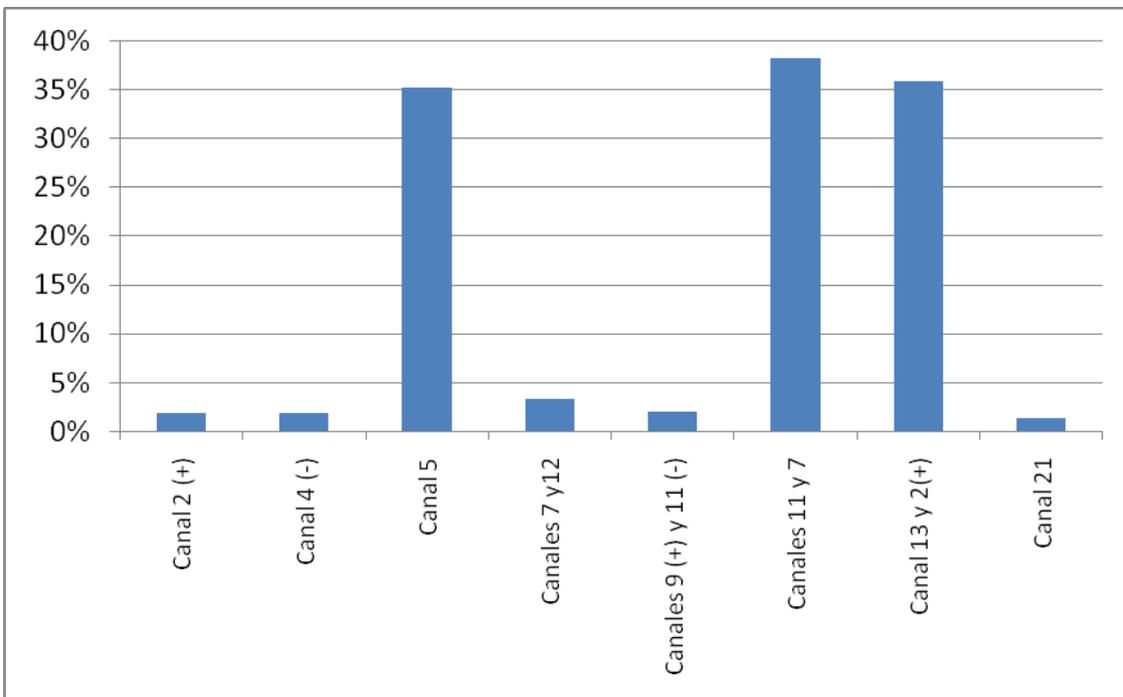
Canal de Televisión en el Jalisco	Porcentaje de promocionales transmitidos conforme a la pauta	Porcentaje de promocionales no transmitidos conforme a la pauta
CANAL 2 (+)	98,20%	1,80%
CANAL 4 (-)	98,21%	1,79%
CANAL 5	64,69%	35,31%
CANALES 7 Y 12	96,69%	3,31%
CANALES 9 (+) Y 11 (-)	98,00%	2,00%
CANALES 11 Y 7	61,78%	38,22%
CANALES 13 Y 2(+)	64,02%	35,98%
CANAL 21	98,65%	1,35%

Conclusión: De los ocho canales de televisión monitoreados en Jalisco, 5 transmitieron más de 96,69% de los promocionales ordenados por el IFE durante toda la precampaña federal conforme a la pauta aprobada, tanto por el Comité de Radio y Televisión como por la Junta General Ejecutiva. Los canales restantes, es decir, Canal 5, Canales 11 y 7, y Canal 13 Y 2(+), transmitieron 64,69%, 61,78% y 64,02%, respectivamente, de los promocionales ordenados por el IFE durante toda la precampaña federal conforme a la pauta aprobada.

Canales de Televisión
Porcentaje de promocionales transmitidos conforme a la pauta en Jalisco



Canales de Televisión
Porcentaje de promocionales no transmitidos conforme a la pauta en Jalisco



Por otra parte, en materia de radio en Jalisco, es importante destacar que los criterios que se siguieron para la verificación de señales fueron los siguientes:

- Se seleccionaron 10 emisoras de radio para realizar un monitoreo aleatorio en el rango de las 11:00 a 12:00 horas;
- Se verificaron 924 impactos;
- Se detectó que 33 no fueron transmitidos o se transmitieron fuera de pauta; y,
- Se encontró que el nivel de cumplimiento promedio de las emisoras de radio en el Jalisco fue superior al 96%.

d) Conclusiones generales

- **La instrumentación del nuevo modelo de comunicación político-electoral administrado por el IFE, ha representado uno de los mayores esfuerzos institucionales en toda su historia.**

Las Direcciones Ejecutivas de Prerrogativas y Partidos Políticos, de Administración, del Registro Federal de Electores, la Unidad Técnica de Servicios de Informática y la Dirección Jurídica, bajo la coordinación de la Secretaría Ejecutiva han desplegado un trabajo de alcance nacional en los últimos seis meses, a partir de la entrega de la ampliación presupuestal concedida por la Secretaría de Hacienda (3 de septiembre de 2008).

El propósito consistió en que el IFE cuente con las condiciones materiales, tecnológicas y humanas exigidas por la Constitución y la ley, y para ello han colaborado coordinadamente cientos de funcionarios, técnicos y empresas para una implementación eficiente y transparente del nuevo modelo de competencia y comunicación políticas (ver informe implementación del SIATE).

- **Durante la precampaña, el país constató un aprendizaje colectivo y un acomodo paulatino de permisionarios y concesionarios a las nuevas normas constitucionales en materia de radio y televisión, es decir, constatamos una regularización progresiva y firme de las transmisiones electorales hasta llegar a niveles superiores al 95% de cumplimiento en radio y televisión.**

Con base en los resultados preliminares del monitoreo, se puede ver que en televisión se transmitieron más del 98% de los promocionales y más del 92% de éstos fueron conforme a la pauta. De igual forma, en radio se muestra que desde el inicio de la precampaña se transmitieron más del 85% de los promocionales y, a partir de la cuarta semana se mejoró en este aspecto hasta llegar a niveles superiores al 95%.

- **La televisión ha mostrado un grado de cumplimiento más alto que la radio.**

Como consecuencia de los datos antes expuestos, es posible señalar que la televisión mexicana ha tenido un mejor desempeño en el cumplimiento de la ley. Esto tiene diversas explicaciones que van desde el equipamiento tecnológico, los horarios de transmisión y las muy diversas modalidades programáticas que exhibe la radio permisionada de México. Esta situación, inédita para la regulación del ramo, fue atendida por el Consejo General

mediante la emisión de criterios especiales aprobados por el Comité de Radio y Televisión.

- **Una de las más grandes televisoras nacionales (TV Azteca) no realizó bloqueos durante el curso de los procesos locales.**

Desde el inicio de la precampaña, TV Azteca (Canal 13 en Jalisco y Nuevo León, según consta en los testigos del IFE) transmitió en esas entidades, la señal nacional y no realizó “bloqueos” para la transmisión de promocionales locales. Esta situación puede generar inconformidad entre los partidos políticos contendientes, pues se deja sin personalidad propia a candidatos y fuerzas locales. De suyo, puede considerarse el principal foco de atención a resolver para las campañas electorales.

- **No se detectó compra de tiempo en radio y/o televisión con fines electorales.**

Una de las premisas fundamentales del nuevo modelo de comunicación política electoral es la prohibición de carácter mercantil, para la adquisición, compra o venta de espacios de radio y televisión con fines electorales. Durante las precampañas, ni los testigos con los que cuenta el IFE, sus verificaciones y/o denuncias de los partidos políticos, dan cuenta de esas conductas (sobre ese tema, existe una denuncia en el estado de Quintana Roo, que está por resolverse).

- **Lo más importante: se verificó un aumento muy importante en el conocimiento ciudadano de la celebración de la elección federal, hasta el 62.1%.**

Las evidencias demoscópicas más serias, dan cuenta del ascenso del conocimiento ciudadano acerca de la celebración de la elección federal. En diciembre de 2008, ese conocimiento alcanzaba apenas al 20 por ciento de la población mexicana; para principios de marzo –luego de las seis semanas de precampaña- esa cifra se había triplicado para llegar al 62.1 por ciento. Este es uno de los mejores resultados del IFE en su historia reciente, y sobre todo, constituye una de las premisas que aumentan significativamente la probabilidad de participación de la ciudadanía en las elecciones.

- **En resumen: el modelo de comunicación político electoral funciona y está dando buenos resultados.**

Puede decirse que un número bien circunscrito de quejas y denuncias a propósito de casos particulares en períodos delimitados, han opacado la realidad de una implantación generalizada de la ley y de las disposiciones constitucionales entre todos los actores durante las precampañas: partidos políticos, concesionarios y permisionarios de radio y televisión, autoridades electorales de todo el país, etcétera.

Como se demuestra en este informe, el IFE ha hecho uno de los esfuerzos institucionales más grandes en su historia; para eso, ha contado además con la colaboración de los concesionarios y permisionarios de la radio y la televisión en toda la República, y gracias a ella, los niveles de cumplimiento se han normalizado y se han maximizado consistentemente. Los partidos políticos han asumido sus nuevas responsabilidades y a través del IFE, han colocado y difundido sus mensajes para toda la ciudadanía. A su vez, los mexicanos han sido receptivos a esa precampaña y hoy saben que en julio se celebrarán sus elecciones federales.

Si esta cooperación social e institucional se mantiene, y se multiplica la eficacia del modelo merced a sus nuevos instrumentos tecnológicos, las elecciones federales del año 2009 bajo un nuevo esquema de comunicación, están cabalmente aseguradas.

II. El estado que guarda la implementación del Sistema Integral para la Administración del Tiempo del Estado (SIATE) y los compromisos institucionales frente a la etapa de campaña electoral.

La reforma electoral 2007 – 2008 otorgó al Instituto Federal Electoral complejas e innovadoras atribuciones en cuanto a la administración de los tiempos del Estado en radio y televisión para los partidos políticos y autoridades electorales.

Lo anterior, produjo necesidades presupuestales adicionales para esta autoridad electoral, con motivo del diseño e implementación de las medidas necesarias para dar cumplimiento a la normatividad electoral, requiriendo para ello de recursos humanos, materiales y financieros de forma inmediata para vigilar el cumplimiento del mandato recibido y, de esta manera, garantizar el uso de las prerrogativas en la materia para las entidades y autoridades mencionadas.

En correspondencia con las nuevas atribuciones que el COFIPE señala para el Instituto, en materia de acceso a la radio y televisión y al ser la única autoridad para administrar el tiempo del Estado en materia electoral, tanto para los partidos políticos como para sus propios fines y de los demás organismos electorales, las principales funciones a realizar son:

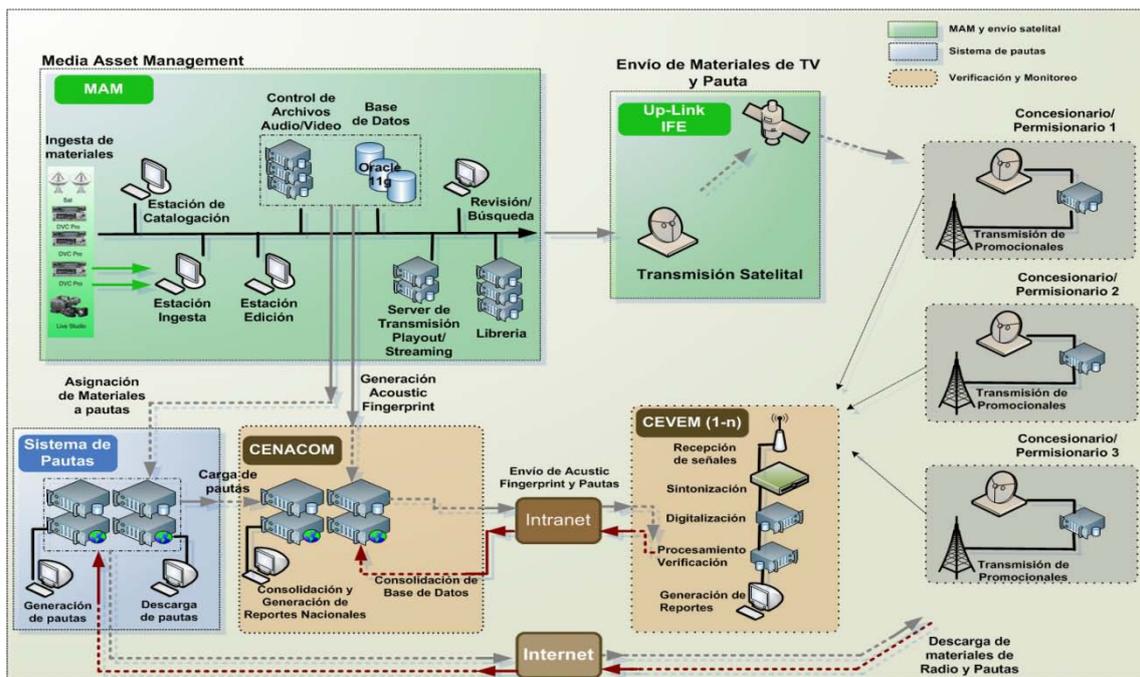
- a) En el ámbito de sus atribuciones, ejercer las facultades que corresponden al Instituto en materia de administración de tiempos del Estado en radio y televisión;
- b) Establecer los mecanismos que permitan garantizar que los partidos políticos tengan acceso a tiempo en radio y televisión, de conformidad con las disposiciones constitucionales y legales aplicables; e,
- c) Implementar las herramientas que permitan verificar el correcto uso de los tiempos en radio y televisión por parte de las autoridades electorales federales y locales, así como los partidos políticos.

Con el propósito de materializar las atribuciones del IFE en materia de radio y televisión, la Secretaría Ejecutiva ha coordinado el trabajo de distintas áreas del IFE (Dirección Ejecutiva de Prerrogativas y Partidos Políticos, Dirección Ejecutiva de Administración, Dirección Ejecutiva del Registro Federal de Electores, Unidad Técnica de Servicios de Informática y Dirección Jurídica) y ha gestionado apoyo para contar con las condiciones materiales, técnicas, financieras y humanas que requiere la implementación eficiente, de calidad y transparente del nuevo modelo de competencia y comunicación políticas.

En síntesis, las facultades del IFE en materia de radio y televisión, se cumplen a través del Sistema Integral para la Administración del Tiempo del Estado (SIATE), compuesto por cinco subsistemas:

- a) **Subsistema de Ingesta y Catalogación de Materiales (SIATE-ICM)**
Digitalización, ingesta, calificación, edición, catalogación y acervo de programas y promocionales.
- b) **Subsistema de Generación de Pautas (SIATE-GP)**
Generación automatizada de pautas de radio y televisión.
- c) **Subsistema de Transmisión de Materiales (SIATE-TS)**
Envío de materiales a los concesionarios y permisionarios de radio y televisión.
- d) **Subsistema de Verificación y Monitoreo (SIATE-VM)**
Verificación y monitoreo de las transmisiones de los promocionales electorales.
- e) **Subsistema de Monitoreo de Contenidos (SIATE-MC)**
Monitoreo de espacios noticiosos.

Modelo general del SIATE



Con mayor detalle, a continuación se presenta el estado que guarda cada uno de los subsistemas:

a) Subsistema de Ingesta y Catalogación de Materiales (SIATE-ICM)

1. Centro de Producción Digital

Es el proyecto base de la plataforma tecnológica de este Subsistema, y permitirá la revisión del cumplimiento de las normas técnicas *broadcast* de los promocionales (control de calidad) y la duración de los materiales de forma digital.

Con su implementación se podrán optimizar los tiempos de multicopiado de materiales para diversos propósitos, principalmente de las autoridades electorales que se distribuyen para todo el país.

El Centro de Producción Digital está integrado por:

- Master
- Estudio de Grabación de Audio
- Salas de Control de Calidad
- Islas de Edición No Lineal
- Grabadoras HDV
- *Work Station* para Masterización

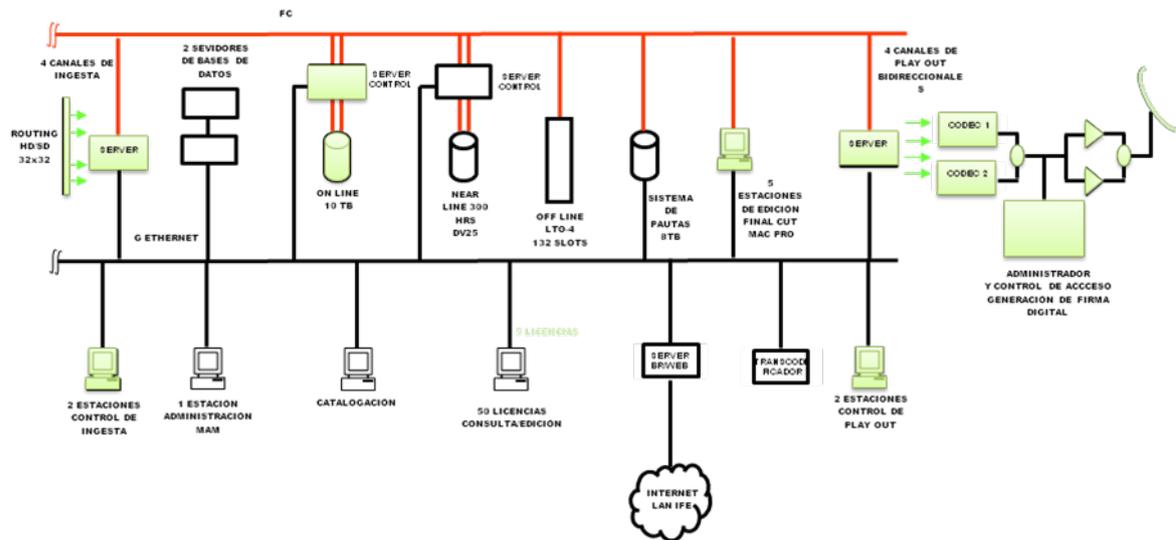
2. Media Asset Management (MAM)

El MAM constituye una solución integral que permitirá la digitalización, administración, catalogación, almacenamiento, edición, búsqueda y *play out* de materiales de audio y video, a partir de un sistema que tendrá por objeto administrar los materiales entregados al Instituto por parte de los partidos políticos y las autoridades electorales, que serán transmitidos en las estaciones de radio y televisión.

En síntesis, es la parte del Centro de Producción del IFE que permitirá almacenar en formatos digitales los programas y promocionales de radio y televisión que se deban distribuir a los concesionarios y permisionarios. Por ello, contará con tres interconexiones estratégicas con:

- El Subsistema de Pautas;
- El Subsistema de transmisiones (envío satelital); y,
- El Subsistema de Verificación y Monitoreo

Diagrama del Sistema



El inicio de operaciones de este sistema está programado para el 12 de abril de 2009.

b) Subsistema de Generación de Pautas (SIATE-GP)

De manera general, este subsistema tiene los siguientes objetivos:

1. Generar las bases de datos de la información general para la generación de cualquier tipo de pautas;
2. Capturar las premisas específicas de los diversos tipos de pautas y procesarlas paso a paso hasta obtener un patrón que pueda replicarse de manera en todas las emisoras o en algunas en específico;
3. Llevar el control de los materiales desde su ingreso en al centro de producción de radio y televisión del IFE para control de calidad hasta su asignación a los espacios específicos que indiquen los partidos políticos dentro de la pauta de cada medio de comunicación (órdenes de transmisión); y,
4. Generar de manera automática de los diversos oficios de notificación o modificación de las pautas, la entrega y/o cambios de materiales a transmitir a partir de los modelos utilizados actualmente en la Dirección Ejecutiva, y contar con reportes de seguimiento desde la notificación hasta su entrada al aire, a partir de la captura de la información de los acuses de recibo.

Este componente del modelo tecnológico que adoptó el IFE fue desarrollado conforme al siguiente cronograma de trabajo y estará en operaciones a partir del 4 de abril de 2009.

Cronograma del para el desarrollo del Subsistema de Generación de Pautas, Control y Seguimiento de Materiales

	Inicio	Conclusión	Responsables
--	--------	------------	--------------

	Inicio	Conclusión	Responsables
Versión 0.2	03/06/2008	26/11/2008	
Definición de requerimientos	03/06/2008	28/10/2008	
Reunión de trabajo 1	03/06/2008	03/06/2008	DEPPP-UNICOM
Reunión de trabajo 2	05/06/2008	05/06/2008	DEPPP-UNICOM
Reunión de trabajo 3	08/08/2008	08/08/2008	DEPPP-UNICOM
Reunión de trabajo 4	14/08/2008	14/08/2008	DEPPP-UNICOM
Reunión de trabajo 5	23/09/2008	23/09/2008	DEPPP-UNICOM
Reunión de trabajo 6	24/09/2008	24/09/2008	DEPPP-UNICOM
Reunión de trabajo 7	03/10/2008	03/10/2008	DEPPP-UNICOM
Reunión de trabajo 8	16/10/2008	16/10/2008	DEPPP-UNICOM
Reunión de trabajo 9	17/10/2008	17/10/2008	DEPPP-UNICOM
Reunión de trabajo 10	23/10/2008	23/10/2008	DEPPP-UNICOM
Reunión de trabajo 11	28/10/2008	28/10/2008	DEPPP-UNICOM
Análisis de sistema	03/06/2008	28/10/2008	UNICOM
Diseño del sistema	17/06/2008	28/10/2008	UNICOM
Desarrollo del sistema	27/10/2008	26/11/2008	UNICOM
Versión 1.0	17/12/2008	02/04/2009	
Entrega de la especificación final de requerimientos	17/12/2008	17/12/2008	DEPPP-UNICOM
Definición de requerimientos para integrar los sistemas: Pautas y MAM	18/12/2008	18/12/2008	DEPPP-UNICOM
Definición de requerimientos para integrar los sistemas: Pautas y Verificación	26/12/2008	09/01/2009	DEPPP-UNICOM-G. TECNO
Reunión de trabajo 12	26/12/2008	26/12/2008	DEPPP-UNICOM-G. TECNO
Reunión de trabajo 13	06/01/2009	06/01/2009	DEPPP-UNICOM-G. TECNO
Reunión de trabajo 14	09/01/2009	09/01/2009	DEPPP-UNICOM-G. TECNO
Análisis de sistema	18/12/2008	05/03/2009	UNICOM
Diseño del sistema	18/12/2008	05/03/2009	UNICOM
Desarrollo del sistema	15/01/2009	23/03/2009	UNICOM
Pruebas del área usuaria	24/03/2009	31/03/2009	
Revisión del sistema por el área usuaria (Ambiente de producción)	24/03/2009	26/03/2009	DEPPP
Ajustar el sistema y corrección de defectos	27/03/2009	30/03/2009	UNICOM
Liberación del sistema por el Área usuaria	31/03/2009	31/03/2009	DEPPP-UNICOM
Liberación	01/04/2009	02/04/2009	
Instalación del sistema en el ambiente de operación	01/04/2009	01/04/2009	UNICOM

	Inicio	Conclusión	Responsables
Liberación del sistema para iniciar el periodo de operación	02/04/2009	02/04/2009	UNICOM

c) **Subsistema de Transmisión de Materiales (SIATE-TS)**

Con respecto a esta etapa, en lo que respecta al esquema de transmisión satelital, el 20 de abril de 2009 entrarán en operaciones 99 equipos distribuidos de la siguiente manera:

Ubicación	Número de Equipos
Juntas Locales Ejecutivas	32
Juntas Distritales Ejecutivas	22
Sistemas de Radio y Televisión Estatales	22
IFE (Central)	23
CENACOM	2
Consejeros Electorales	9
Comité de Radio y TV	1
Secretaría Ejecutiva	1
Monitoreo de Transmisión	1
DEPPP	1
Televisa	5
TV Azteca	3
Total	99

Con mayor detalle, la distribución por Juntas Locales y Distritales Ejecutivas es la siguiente:

a) Juntas Locales Ejecutivas

Número	Entidad	Sede	Responsable de los canales
1.	AGUASCALIENTES	Aguascalientes	XHCGA-TV
2.	BAJA CALIFORNIA	Mexicali	XHILA-TV
3.	BAJA CALIFORNIA SUR	Paz, La	XHK-TV XHBZC-TV
4.	CAMPECHE	Campeche	XHCCA-TV
5.	CHIAPAS	Tuxtla Gutiérrez	XHTTG-TV XHTX-TV
6.	CHIHUAHUA	Chihuahua	XHABC-TV
7.	COAHUILA	Saltillo	XHRCG-TV
8.	COLIMA	Colima	XHAMO-TV
9.	DISTRITO FEDERAL	México	XEIMT-TV XEIPN-TV
10.	DURANGO	Durango	XHA-TV XHUNES-TV

Número	Entidad	Sede	Responsable de los canales
			XHND-TV
11.	GUANAJUATO	León	XHLGT-TV XHLEG-TV
12.	GUERRERO	Chilpancingo de los Bravo	XHHCG-TV XHCHN-TV
13.	HIDALGO	Pachuca de Soto	XHPAH-TV
14.	JALISCO	Guadalajara	XEWO-TV XHGJG-TV
15.	MEXICO	Toluca	XHPTP-TV XHGEM-TV
16.	MICHOACÁN	Morelia	XHMOR-TV
17.	MORELOS	Cuernavaca	XHCMO-TV XHMZE-TV
18.	NAYARIT	Tepic	XHTPG-TV XHKG-TV
19.	NUEVO LEÓN	Monterrey	XHMNL-TV XHAW-TV
20.	OAXACA	Oaxaca de Juárez	XHAOX-TV XHBO-TV
21.	PUEBLA	Puebla	XHPUE-TV XHP-TV
22.	QUERÉTARO	Querétaro	TRANSMISIONES IFE
23.	QUINTANA ROO	Othón P. Blanco	XHLQR-TV
24.	SAN LUIS POTOSÍ	San Luis Potosí	XHSLV-TV XHDE-TV XHSLT-TV
25.	SINALOA	Culiacán	XHQ-TV XHMZ-TV
26.	SONORA	Hermosillo	XEWH-TV XHHMA-TV XHUS-TV
27.	TABASCO	Centro	XHTVL-TV XHSTA-TV
28.	TAMAULIPAS	Ciudad Victoria	XHVTU-TV
29.	TLAXCALA	Tlaxcala	XHTLX-TV
30.	VERACRUZ	Jalapa	XHGV-TV
31.	YUCATÁN	Mérida	XHST-TV XHY-TV
32.	ZACATECAS	Zacatecas	TRANSMISIONES IFE

b) Juntas Distritales Ejecutivas

Número	Entidad	Distrito	Cabecera	Canal
1.	BAJA CALIFORNIA	03	Ensenada	XHENB-TV XHDTV-TV
2.	BAJA CALIFORNIA	04	Tijuana	XHAS-TV XHBJ-TV
3.	CHIHUAHUA	3	Juárez	XHIJ-TV XEPM-TV
4.	CHIHUAHUA	09	Hidalgo del Parral	XHMH-TV
5.	COAHUILA	01	Piedras Negras	XHPNW-TV
6.	COAHUILA	03	Monclova	XHSDD-TV
7.	COAHUILA	05	Torreón	XHOAH-TV
8.	GUANAJUATO	04	Guanajuato	XHGCM-TV
9.	GUANAJUATO	12	Celaya	XHCEP-TV
10.	GUERRERO	04	Acapulco de Juárez	XHAP-TV
11.	JALISCO	03	Tepatitlán de Morelos	XHARJ-TV
12.	MICHOACÁN	09	Uruapan	XHBG-TV
13.	QUINTANA ROO	03	Benito Juárez	XHENB-TV XHDTV-TV
14.	QUINTANA ROO	01	Playa del Carmen	XHAS-TV XHBJ-TV
15.	SAN LUIS POTOSÍ	04	Ciudad Valles	XHIJ-TV XEPM-TV
16.	SAN LUIS POTOSÍ	07	Tamazunchale	XHMH-TV
17.	SONORA	06	Cd. Obregón	XHPNW-TV
18.	TAMAULIPAS	01	Nuevo Laredo	XHSDD-TV
19.	TAMAULIPAS	04	Matamoros	XHOAH-TV
20.	TAMAULIPAS	03	Río Bravo	XHGCM-TV
21.	TAMAULIPAS	08	Tampico	XHCEP-TV

d) Subsistema de Verificación y Monitoreo (SIATE-VM)

El 24 de abril estarán en operación los 150 CEVEM (Centros de Verificación y Monitoreo).

1. Adecuaciones a inmuebles

- Todas las Juntas Ejecutivas que serán sedes de CEVEM cuentan ya con los recursos y guías técnicas para la contratación y ejecución de los trabajos respectivos a las adecuaciones de los espacios físicos en los sitios donde quedarán instalados los 150 CEVEM.
- Al 31 de marzo, 134 Juntas Ejecutivas concluirán con los trabajos de adecuaciones físicas.

- Existen 11 Juntas Ejecutivas que están en proceso de ratificación de espacios, mismas que concluirán los trabajos a principios del mes abril.

2. Integración y envío de equipos

- A partir del mes de febrero se instrumentó de forma centralizada el armado de gabinetes, montado y configuración de equipos;
- Al 31 de marzo estarán en operación 16 CEVEM:

Fechas de conclusión	Sedes
CEVEM en precampaña	DF Guadalajara2 Monterrey 1 Monterrey 2
CEVEM concluidos al 28 de marzo de 2009	Guadalajara 1 Saltillo2 Monclova Pachuca Mazatlán 1 Nogales La Paz
CEVEM concluidos al 30 de marzo	Colima Saltillo1 Piedras Negras Mazatlán 2 Hermosillo1
Total	16

- A la fecha de presentación del Informe, se han cubierto 102 sitios con el envío y ubicación de equipos y 33 más se encuentran en proceso de integración y envío.
- En síntesis, los 145 CEVEM adicionales a la primera fase iniciarán operaciones de la siguiente manera:

No.	Periodo	No. de CEVEM	Acumulado
1	30 de marzo al 5 de abril	44	44*
2	6 al 12 de abril	28	72
3	13 al 19 de abril	36	108
4	20 al 24 de abril	37	145

*Incluye 11 CEVEM que ya entraron en operación antes del 30 de marzo y que están referidos en el cuadro anterior (Saltillo2, Monclova, Pachuca, Mazatlán 1, Nogales, La Paz, Colima, Saltillo1, Piedras Negras, Mazatlán 2 y Hermosillo1).

- Por último, es relevante destacar que todas las elecciones locales contarán con CEVEM operando para llevar a cabo el monitoreo respectivo.

3. Proceso de reclutamiento de personal

- El proceso de contratación de personal para operar y supervisar los 150 CEVEM y el CENACOM inició con la instalación de los primeros 4 CEVEM. A partir de esa fecha, se han contratado a 71 técnicos. El resto del personal se incorporará al IFE con cada CEVEM puesto en operación, por lo que el proceso de contratación concluirá, a más tardar, la última semana de abril;
- A mediados del mes de marzo inició el proceso de reclutamiento de forma simultánea en 12 entidades que integran la fase 3 del proyecto, mismo que concluirá a finales del mes de marzo; y, a partir de la semana entrante, de forma paralela en 8 entidades iniciará el proceso de reclutamiento y concluirá a finales de abril.