

**INFORME FINAL DEL CUMPLIMIENTO DE LA
PAUTA PARITARIA EN RADIO Y TELEVISIÓN POR
PARTE DE LOS PARTIDOS POLÍTICOS Y LAS
COALICIONES DURANTE LA ETAPA DE
CAMPAÑA DEL PROCESO ELECTORAL LOCAL
2025-2026 EN EL ESTADO DE COAHUILA DE
ZARAGOZA, CONFORME A LO ESTABLECIDO EN
EL ACUERDO INE/CG87/2026**

Junio de 2026



INSTITUTO ELECTORAL DE COAHUILA

Índice

Abreviaturas y acrónimos	2
I. Objetivo.....	2
II. Normativa.....	2
III. Principios.....	3
IV. Clasificación de materiales por cargo y género	7
V. Asignación de los espacios en pauta por actor político	8
Resultados de la verificación para el cargo de diputaciones locales	9
VI. Análisis adicional a la verificación del cumplimiento.....	17

Abreviaturas y acrónimos

CPEUM / Constitución	Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos
INE / Instituto	Instituto Nacional Electoral
DEPPP	Dirección Ejecutiva de Prerrogativas y Partidos Políticos
LGIPE	Ley General de Instituciones y Procedimientos Electorales
LGPP	Ley General de Partidos Políticos
Lineamientos sobre VPMRG	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
OPL	Organismo(s) Público(s) Local(es)
IEC	Instituto Electoral de Coahuila
PEL	Proceso Electoral Local
PPN	Partido(s) Político(s) Nacional(es)
PPL	Partido(s) Local(es)
RRTME	Reglamento de Radio y Televisión en Materia Electoral

I. Objetivo

El presente documento tiene como propósito verificar que el tiempo en radio y televisión para la obtención del voto de las candidatas a diputaciones locales no sea menor al 50% del destinado por cada actor político al total de sus candidaturas a dicho cargo durante la etapa de campaña del PEL 2025-2026. Lo anterior, en cumplimiento al artículo 14, fracción XV, de los Lineamientos sobre VPMRG.

II. Normativa

Ordenamiento jurídico		Vínculos
CPEUM	Publicada el 5 de febrero de 1917, con última reforma del 2 de junio de 2026.	
LGIPE	Publicada el 23 de mayo de 2014, con última reforma del 2 de junio de 2026.	
Lineamientos sobre VPMRG	Aprobados el 28 de octubre de 2020 mediante Acuerdo identificado con la clave INE/CG517/2020 y modificados el 26 de octubre de 2023 mediante el diverso INE/CG591/2023.	 

RRTME	Última modificación aprobada el 20 de julio de 2023, mediante el Acuerdo INE/CG445/2023.	
-------	--	---

III. Principios

A continuación, se presentan las disposiciones generales para la evaluación del acceso paritario a la pauta en radio y televisión durante la etapa de campaña del PEL 2025-2026, conforme a la normativa vigente.

1. Los OPL son las autoridades responsables de verificar el cumplimiento de las obligaciones en materia de género que tienen los partidos políticos durante los PEL

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

«Artículo 41, fracción V, Apartado C.

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

Asimismo, conforme a lo establecido en el artículo 104, numeral 1, inciso a) de la LGIPE, los OPL deberán aplicar los Lineamientos que, en ejercicio de sus facultades, emita el INE:

«Artículo 104.

1. Corresponde a los Organismos Públicos Locales ejercer funciones en las siguientes materias:

- a) Aplicar las disposiciones generales, reglas, lineamientos, criterios y formatos que, en ejercicio de las facultades que le confiere la Constitución y esta Ley, establezca el Instituto».

En ese sentido, y en apego al artículo 6 de la LGIPE, los OPL deberán garantizar el principio de paridad de género en el ejercicio de los derechos políticos y electorales, así como el respeto a los derechos humanos de las mujeres. En consecuencia, dichos organismos son las autoridades responsables de verificar el cumplimiento de los partidos políticos respecto de su obligación de garantizar que las candidatas tengan un acceso paritario a la prerrogativa en radio y televisión durante las campañas electorales en el ámbito local, en los términos del artículo 14, fracción XV, de los Lineamientos.

Para tal efecto, los OPL deberán elaborar un Informe que dé cuenta del cumplimiento de los actores políticos a dicha disposición normativa, mismo que su

órgano máximo de dirección deberá aprobar y remitir a la DEPPP para los efectos legales a los que haya lugar.

2. El cumplimiento de la obligación de los partidos políticos y, en su caso, coaliciones totales de asignar, al menos, 50% del tiempo para candidatas se determina por cargo

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

«Artículo 14, fracción XV:

[...] 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 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.

Para el PEL 2025-2026 en el estado de Coahuila de Zaragoza, la evaluación se realizará únicamente considerando el total de impactos de la pauta estatal que los partidos políticos hayan asignado a las candidaturas a diputaciones locales.

De conformidad con el artículo 174 de la LGIPE, que señala:

«Artículo 174.

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.¹ En consecuencia, si estos no asignan promocionales al cargo a evaluar no será posible determinar el cumplimiento de dicha disposición normativa.

¹ 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. Si los actores políticos deciden no utilizar su prerrogativa en radio y televisión durante la campaña no será posible evaluar el cumplimiento del artículo 14 fracción XV, de los Lineamientos

El artículo 43, numerales 8, 9 y 10 del RRTME dispone que, para garantizar la prerrogativa de acceso a radio y televisión ante cualquier eventualidad técnica, material o jurídica, los partidos políticos, las candidaturas independientes y coaliciones totales podrán entregar al Instituto, antes del inicio de la etapa electoral, por lo menos un material genérico de audio y video. No obstante, en ejercicio de su libertad, los actores políticos pueden optar por no usar esta prerrogativa constitucional. En estos casos, no será posible determinar el cumplimiento de la obligación referida pues no existen elementos objetivos para que la autoridad evalúe el acceso paritario a la pauta.

Sin embargo, es importante enfatizar que lo anterior de ninguna manera implica afirmar que dichos actores cumplieron o incumplieron con el porcentaje mínimo de distribución de promocionales en razón de género. Lo anterior, debido a que no existen elementos materiales para evaluar dicha disposición normativa.

4. El tiempo en radio y televisión que los partidos políticos y, en su caso, coaliciones totales asignen a las candidatas se cuantificará con base en el número de impactos de cada promocional pautado

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

«Artículo 14, fracción XV:

[...] 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 y no por la cantidad de materiales producidos por los actores políticos o por el número de candidatas que aparecen en el promocional. El universo de materiales producidos o el número de candidatas que aparecen en un promocional no demuestra el tiempo de exposición que tuvieron las candidatas. Lo anterior, porque cada material cuenta con su propio tiempo de exposición; es decir, los diferentes materiales no se transmiten el mismo número de veces ya que depende de la estrategia que cada actor político indica a través de las órdenes de

transmisión correspondientes. Por tanto, evaluar el número de materiales producidos no atendería las obligaciones señaladas en los Lineamientos.

Por consiguiente, el número de impactos de cada promocional es el medio para conocer el tiempo de exposición que tuvo cada persona candidata.

5. 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:

«Artículo 167, párrafo 2 inciso a):

[...] 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 RRTME, las candidaturas comunes² 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.³ 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 coaligado accederá a su respectiva prerrogativa en radio y televisión, ejerciendo sus derechos por separado [...]»

² 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.

³ En concordancia con la tesis XXIV/2009 de rubro: "RADIO Y TELEVISIÓN. LA DISTRIBUCIÓN DEL PORCENTAJE DEL TIEMPO DEL ESTADO QUE DEBE ASIGNARSE DE MANERA IGUALITARIA, EN EL CASO DE FRENTES QUE POSTULEN CANDIDATOS COMUNES TOTALES DEBE HACERSE COMO SI FUERA UN SOLO PARTIDO (Legislación del estado de Colima)." Gaceta de Jurisprudencia y Tesis en materia electoral, Tribunal Electoral del Poder Judicial de la Federación, Año 3, Número 5, 2010, páginas 69 y 70.

IV. Clasificación de materiales por cargo y género

Los materiales pautados por los partidos políticos y, en su caso, coaliciones totales, deberán clasificarse conforme a los siguientes criterios:

Clasificación por cargo

Se identifica cuál es el **cargo** de las candidaturas que aparecen en el promocional y se cataloga el material de acuerdo con la siguiente clasificación:

Tabla 1. Clasificación de materiales por cargo

Cargo	Definición
Diputaciones	Aparecen exclusivamente candidaturas al Congreso Local
Sin identificar	No hay aparición o mención del cargo de candidatas o candidatos

Clasificación por género

Una vez clasificado el cargo, se identifica el **género** de las personas candidatas que se mencionan o participan en el promocional, según la siguiente clasificación:

Tabla 2. Clasificación de materiales por género

Clasificación*	Definición
Candidata	Se hace mención / aparición de una candidata Se menciona cargo y nombre de la candidata
Candidato	Se hace mención / aparición de un candidato Se menciona cargo y nombre del candidato
Varias candidatas	Se hace mención / aparición de dos o más candidatas
Varios candidatos	Se hace mención / aparición de dos o más candidatos No se utiliza lenguaje incluyente
Varias candidaturas (mixto)	Se menciona en específico a un grupo de candidatas o candidatos. Se invita a votar por: - Candidatas y candidatos - Candidaturas
Genérico	No hay aparición o mención de candidatas o candidatos, se invita a votar por un partido político en particular

En este caso, la clasificación por género únicamente se realizará de los promocionales de los cuales se identificó el cargo. Es decir, si de la revisión del material no es posible identificar el cargo que se está promocionando, resulta infructuosa su clasificación por género, ya que no será considerado dentro del universo para verificar el cumplimiento.

V. Asignación de los espacios en pauta por actor político

En el período comprendido entre el 5 de mayo y el 3 de junio de 2026, el Instituto Electoral de Coahuila, en acompañamiento con la DEPPP, realizó la clasificación de **86** materiales pautados en radio y televisión para el cargo de diputaciones locales.

De estos materiales pautados por seis PPN, tres PPL y dos coaliciones, tuvieron en conjunto **459,934** impactos, como se indica a continuación:

**Tabla 3. Número de impactos pautados por PPN, PPL y coaliciones
(5 de mayo al 3 de junio de 2026)**

Actor político	Número de materiales pautados	Impactos
PAN	2	41,892
PRI	2	158,562
PT	16	31,517
PVEM	4	34,257
Movimiento Ciudadano	3	18,010
morena	4	95,138
NI, Nuevas Ideas	32	18,010
MAC, México Avante Coahuila	7	15,175
UDC, Unidad Democrática de Coahuila	4	11,353
ACXS, Alianza Ciudadana por la Seguridad	6	18,010
SHHC, Sigamos Haciendo Historia en Coahuila	6	18,010
Total	86	459,934

Del total de impactos pautados, **46,481 (10.11%)** correspondieron a **promocionales Sin identificar**, los cuales se excluyeron del universo de impactos a evaluar.

Los impactos de **los promocionales asignados a la difusión de candidaturas a diputaciones locales** ascienden a **413,453** lo que corresponde al **89.89%** del tiempo disponible en radio y televisión, sobre el cual fue evaluado el cumplimiento de la pauta paritaria.

A continuación, se muestra el **número total de materiales** pautados por partido político y coaliciones de los materiales con **cargo y género identificables**, así como de los clasificados como **Sin identificar** (fuera del análisis).

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

Actor político	Materiales con cargo y género identificables	Fuera de análisis	Total
PAN	2	0	2
PRI	2	0	2
PT	16	0	16
PVEM	2	2	4
Movimiento Ciudadano	3	0	3
morena	4	0	4
NI	30	2	32
MAC	6	1	7
UDC	4	0	4
ACXS	4	2	6
SHHC	2	4	6
Total	75	11	86
	87.21%	12.79%	100%

Como se puede observar, **NI** fue el partido político que mayor número de materiales pautó dentro del universo de análisis para el cargo de diputaciones locales (**30**), seguido del **PT (16)**; mientras que el **PAN, PRI, PVEM** y la coalición **SHHC** fueron los actores políticos con menor número de materiales pautados (**2**).

Resultados de la verificación para el cargo de diputaciones locales

Una vez analizadas las estrategias de transmisión ingresadas por los PPN, los PPL y las coaliciones, a continuación, se presenta la distribución de los impactos por género para el cargo de diputaciones locales:

Tabla 5. Impactos asignados a la promoción de candidaturas e impactos fuera de análisis para la verificación del cumplimiento de la pauta paritaria

Actor Político	Candidatas mujeres*	Candidatos hombres**	Varias candidaturas (mixto)***	Fuera de análisis	Total
PAN	0	0	41,892	0	41,892
PRI	0	0	158,562	0	158,562
PT	4,502	0	27,015	0	31,517
PVEM	0	0	12,333	21,924	34,257
Movimiento Ciudadano	0	0	18,010	0	18,010
morena	0	0	95,138	0	95,138
NI	8,468	8,217	0	1,325	18,010
MAC	2,757	1,720	9,782	916	15,175
UDC	8,614	0	2,739	0	11,353

Actor Político	Candidatas mujeres*	Candidatos hombres**	Varias candidaturas (mixto)	Fuera de análisis	Total
ACXS	0	0	4,699	13,311	18,010
SHHC	9,005	0	0	9,005	18,010
Total	33,346	9,937	370,170	46,481	459,934

*Se considera la clasificación de Candidata y Varias Candidatas

**Se considera la clasificación de Candidato y Varios Candidatos

***Los impactos clasificados como "Varias candidaturas (mixto)" se distribuyen proporcionalmente entre candidatas y candidatos para la verificación del cumplimiento

De los 413,453 impactos destinados a diputaciones locales, **33,346 (8.07%)** se destinaron para promocionar candidatas, en contraste con **9,937 (2.40%)** que fueron asignados para candidatos. Asimismo, **370,170 (89.53%)** se destinaron para promocionar tanto a candidatas como a candidatos (*Varias candidaturas (mixto)*).

Cumplimiento para el cargo de diputaciones locales

De la verificación realizada, se destaca que **la totalidad de partidos políticos y coaliciones destinaron una proporción igual o superior al 50%** de sus prerrogativas en radio y televisión para la promoción de sus candidatas.

Tabla 6. Porcentaje de cumplimiento de los PPN, los PPL y las coaliciones a la pauta paritaria

Actor Político	Candidatas mujeres (%)	Candidatos hombres (%)
PAN	50%	50%
PRI	50%	50%
PT	57.14%	42.86%
PVEM	50%	50%
Movimiento Ciudadano	50%	50%
morena	50%	50%
NI	50.75%	49.25%
MAC	53.64%	46.36%
UDC	87.94%	12.06%
ACXS	50%	50%
SHHC	100%	0%

A continuación, se desglosa el cumplimiento de la pauta paritaria por los PPN, los PPL y las coaliciones:



Partido Acción Nacional

- De los 41,892 impactos evaluados, 20,946 se asignaron a candidatas mujeres.

PAN	Acceso*	Impactos	Cumplimiento
Candidatas mujeres	Diferenciado	0	50%
	Igualitario	20,946	
	Total, mujeres	20,946	
Candidatos hombres	Diferenciado	0	50%
	Igualitario	20,946	
	Total, hombres	20,946	

Diferenciado: Promocionales asignados a un sólo género.

Igualitario: Promocionales asignados a ambos géneros.



Partido Revolucionario Institucional

- De los 158,562 impactos evaluados, 79,281 se asignaron a candidatas mujeres.

PRI	Acceso*	Impactos	Cumplimiento
Candidatas mujeres	Diferenciado	0	50%
	Igualitario	79,281	
	Total, mujeres	79,281	
Candidatos hombres	Diferenciado	0	50%
	Igualitario	79,281	
	Total, hombres	79,281	

Diferenciado: Promocionales asignados a un sólo género.

Igualitario: Promocionales asignados a ambos géneros.



Partido del Trabajo

- De los 31,517 impactos evaluados, 18,009.5 se asignaron a candidatas mujeres.

PT	Acceso*	Impactos	Cumplimiento
Candidatas mujeres	Diferenciado	4,502	57.14%
	Igualitario	13,507.5	
	Total, mujeres	18,009.5	
Candidatos hombres	Diferenciado	0	42.86%
	Igualitario	13,507.5	
	Total, hombres	13,507.5	

Diferenciado: Promocionales asignados a un sólo género.

Igualitario: Promocionales asignados a ambos géneros.



Partido Verde Ecologista de México

- De los 12,333 impactos evaluados, 6,166.5 se asignaron a candidatas mujeres.

PVEM	Acceso*	Impactos	Cumplimiento
Candidatas mujeres	Diferenciado	0	50%
	Igualitario	6,166.5	
	Total, mujeres	6,166.5	
Candidatos hombres	Diferenciado	0	50%
	Igualitario	6,166.5	
	Total, hombres	6,166.5	

Diferenciado: Promocionales asignados a un sólo género.

Igualitario: Promocionales asignados a ambos géneros.



Movimiento Ciudadano

- De los 18,010 impactos evaluados, 9,005 se asignaron a candidatas mujeres.

MC	Acceso*	Impactos	Cumplimiento
Candidatas mujeres	Diferenciado	0	50%
	Igualitario	9,005	
	Total, mujeres	9,005	
Candidatos hombres	Diferenciado	0	50%
	Igualitario	9,005	
	Total, hombres	9,005	

Diferenciado: Promocionales asignados a un sólo género.

Igualitario: Promocionales asignados a ambos géneros.

morena

morena

- De los 95,138 impactos evaluados, 47,569 se asignaron a candidatas mujeres.

morena	Acceso*	Impactos	Cumplimiento
Candidatas mujeres	Diferenciado	0	50%
	Igualitario	47,569	
	Total, mujeres	47,569	
Candidatos hombres	Diferenciado	0	50%
	Igualitario	47,569	
	Total, hombres	47,569	

Diferenciado: Promocionales asignados a un sólo género.

Igualitario: Promocionales asignados a ambos géneros.



Nuevas Ideas

- De los 16,685 impactos evaluados, 8,468 se asignaron a candidatas mujeres.

NI	Acceso*	Impactos	Cumplimiento
Candidatas mujeres	Diferenciado	8,468	50.75%
	Igualitario	0	
	Total, mujeres	8,468	
Candidatos hombres	Diferenciado	8,217	49.25%
	Igualitario	0	
	Total, hombres	8,217	

Diferenciado: Promocionales asignados a un sólo género.

Igualitario: Promocionales asignados a ambos géneros.



México Avante Coahuila

- De los 14,259 impactos evaluados, 7,648 se asignaron a candidatas mujeres.

MAC	Acceso*	Impactos	Cumplimiento
Candidatas mujeres	Diferenciado	2,757	53.64%
	Igualitario	4,891	
	Total, mujeres	7,648	
Candidatos hombres	Diferenciado	1,720	46.36%
	Igualitario	4,891	
	Total, hombres	6,611	

Diferenciado: Promocionales asignados a un sólo género.

Igualitario: Promocionales asignados a ambos géneros.



Unidad Democrática de Coahuila

- De los 11,353 impactos evaluados, 9,983.5 se asignaron a candidatas mujeres.

UDC	Acceso*	Impactos	Cumplimiento
Candidatas mujeres	Diferenciado	8,614	87.94%
	Igualitario	1,369.5	
	Total, mujeres	9,983.5	
Candidatos hombres	Diferenciado	0	12.06%
	Igualitario	1,369.5	
	Total, hombres	1,369.5	

Diferenciado: Promocionales asignados a un sólo género.

Igualitario: Promocionales asignados a ambos géneros.



Alianza Ciudadana por la Seguridad

- De los 4,699 impactos evaluados, 2,349.5 se asignaron a candidatas mujeres.

ACXS	Acceso*	Impactos	Cumplimiento
Candidatas mujeres	Diferenciado	0	50%
	Igualitario	2,349.5	
	Total, mujeres	2,349.5	
Candidatos hombres	Diferenciado	0	50%
	Igualitario	2,349.5	
	Total, hombres	2,349.5	

Diferenciado: Promocionales asignados a un sólo género.

Igualitario: Promocionales asignados a ambos géneros.



Sigamos Haciendo Historia en Coahuila

- De los 9,005 impactos evaluados, la totalidad (9,005) fue asignada a candidatas mujeres.

SHHC	Acceso*	Impactos	Cumplimiento
Candidatas mujeres	Diferenciado	9,005	100%
	Igualitario	0	
	Total, mujeres	9,005	
Candidatos hombres	Diferenciado	0	0%
	Igualitario	0	
	Total, hombres	0	

Diferenciado: Promocionales asignados a un sólo género.

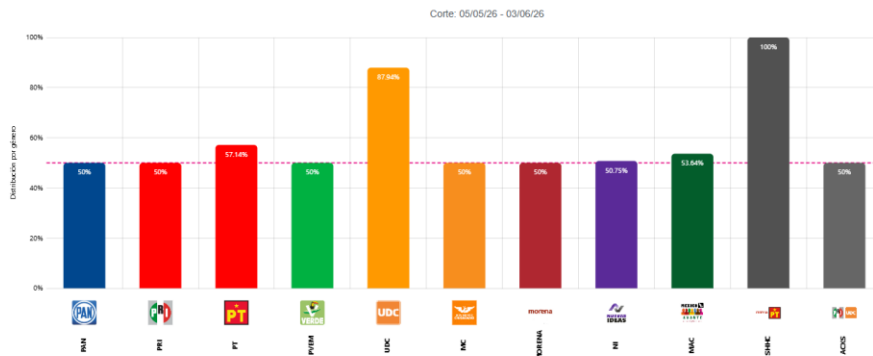
Igualitario: Promocionales asignados a ambos géneros.

A continuación, se presentan los **porcentajes finales de cumplimiento de la pauta paritaria** para el cargo de diputaciones locales, correspondientes al período de campaña del **5 de mayo al 3 de junio de 2026**:

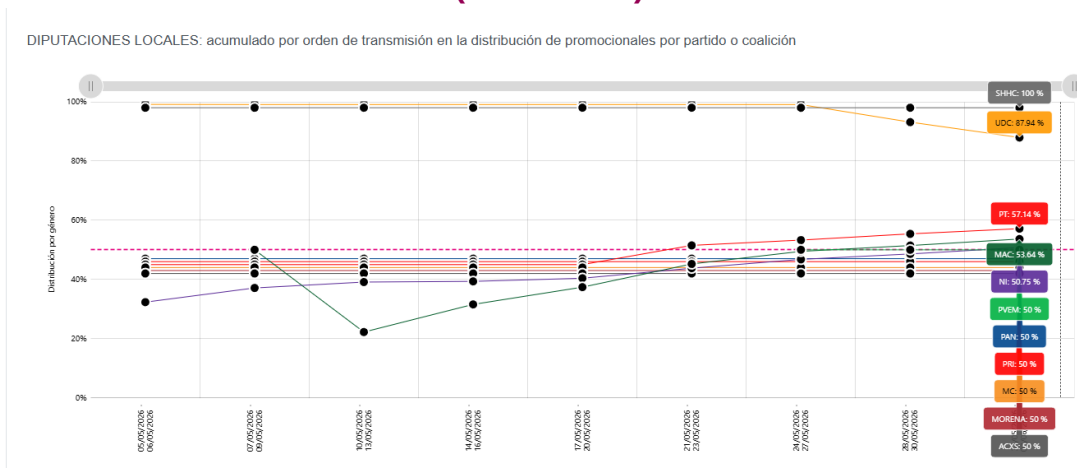
Gráfica 1. Cumplimiento para el cargo de diputaciones locales (cumplimiento)

Proceso Electoral Local del estado de COAHUILA, 2026

DIPUTACIONES LOCALES: acumulado de la distribución de promocionales por partido o coalición



Gráfica 2. Cumplimiento para el cargo de diputaciones locales (acumulado)



Esta información puede consultarse en el portal de **Resultados de la Verificación de Pauta Paritaria en Radio y Televisión del Instituto**, disponible en la siguiente liga electrónica: <https://pauta-paritaria.ine.mx/>

VI. Análisis adicional a la verificación del cumplimiento

Con el objetivo de generar información pública relevante que coadyuve en la tarea de las autoridades electorales de garantizar el pleno ejercicio de los derechos políticos-electorales de las candidatas mujeres en condiciones de igualdad sustantiva, se presenta el siguiente análisis complementario sobre el tipo de participación que tuvieron las candidatas mujeres en los promocionales de radio y televisión durante la campaña del PEL 2025-2026 en el estado de Coahuila de Zaragoza.

El comportamiento de los partidos políticos en el PEL 2025-2026 en Coahuila de Zaragoza muestra que la principal estrategia para promocionar a las mujeres fue la difusión conjunta, es decir, presentar a candidatas y candidatos en los mismos anuncios. Esta fórmula compartida acumuló la mayor parte del tiempo al aire con 370,170 transmisiones, representando casi el (89.53%) del total de la campaña para diputaciones locales.

De los 413,453 impactos destinados a diputaciones locales, 33,346 (8.07%) se destinaron para promocionar candidatas, en contraste con 9,937 (2.40%) que fueron asignados para candidatos.

Las estrategias se dividieron en tres grupos: Primero, los partidos que tuvieron todos los anuncios compartidos (PAN, PRI, PVEM, Movimiento Ciudadano, morena y la coalición ACXS), quienes lograron un reparto equitativo del 50% para ambos géneros. Segundo, partidos que dieron un impulso extra a las mujeres combinando anuncios compartidos con mensajes individuales; aquí destaca el partido Unidad Democrática de Coahuila (UDC), donde las mujeres concentraron el 87.94% de su tiempo, junto con el PT y México Avante Coahuila (MAC), que otorgaron a las candidatas el 57.14% y 53.64% de sus espacios, respectivamente.

Por último, el tercer grupo, el partido Nuevas Ideas (NI) dividió casi a la mitad sus transmisiones para dar spots propios a las candidatas y candidatos, logrando un equilibrio personalizado. Por su parte, la coalición Sigamos Haciendo Historia en Coahuila (SHHC) tomó una medida directa y dedicó el 100% de sus 9,005 transmisiones exclusivamente a promover a sus candidatas.

Si bien la pauta conjunta (mixta) garantizó de forma automatizada el piso mínimo de paridad para la mayoría de los partidos, el uso estratégico de mensajes diferenciados sirvió como una herramienta para difundir a las candidatas.

En este punto conviene precisar un elemento metodológico relevante. De acuerdo con la nota explicativa de la Tabla 5, los impactos clasificados como Varias candidaturas (mixto) se distribuyen proporcionalmente —en términos prácticos, al 50%— entre candidatas y candidatos para efectos de la verificación del cumplimiento. Ello implica que, para los seis actores políticos cuyos materiales pautados correspondieron en su totalidad a este formato conjunto (PAN, PRI, PVEM, Movimiento Ciudadano, morena y la coalición ACXS), el cumplimiento del 50% se alcanzó de manera aritmética, sin que ello haya requerido la producción o transmisión de un solo material individual dedicado exclusivamente a sus candidatas.

Lo anterior cobra relevancia si se observa que, del total de 413,453 impactos evaluados para el cargo de diputaciones locales, únicamente 33,346 (8.07%) correspondieron a materiales en los que se promovió de manera exclusiva a las candidatas, frente a 370,170 (89.53%) transmitidos en formato conjunto. La metodología de verificación, centrada en el conteo de impactos y en la regla de distribución proporcional, permite constatar el cumplimiento cuantitativo del piso

mínimo de paridad; sin embargo, no fue diseñada para medir aspectos cualitativos de la exposición mediática, tales como el tiempo de aparición en pantalla, el uso de la voz, el orden de mención o el protagonismo narrativo que cada candidata tuvo dentro de los materiales compartidos.

En contraste, los actores políticos que optaron por individualizar, total o parcialmente, sus mensajes a favor de las candidatas —SHHC, UDC, PT, MAC y, en menor medida, NI— lo hicieron como una decisión estratégica que excedió el umbral mínimo exigido por la normativa. Ello sugiere que fue la diferenciación de mensajes, y no la difusión conjunta por sí misma, la vía que permitió una promoción más directa de las candidatas dentro de la pauta evaluada.

Estos hallazgos permiten concluir que, si bien la totalidad de los partidos políticos y coaliciones cumplieron formalmente con el porcentaje mínimo de paridad establecido en el artículo 14, fracción XV, de los Lineamientos sobre VPMRG, dicho cumplimiento se sostuvo mayoritariamente en el formato de difusión conjunta, cuya estructura garantiza de manera automática la distribución igualitaria del tiempo entre géneros, con independencia del grado de protagonismo o visibilidad individual que las candidatas hayan tenido dentro de cada promocional. Queda, por tanto, como un aspecto pendiente de profundizar —y de seguimiento por parte de esta autoridad electoral en futuros procesos— si la preponderancia de la pauta conjunta se traduce efectivamente en una mayor visibilidad sustantiva de las mujeres candidatas, o si, por el contrario, opera como un mecanismo que permite a los partidos políticos y/o coaliciones satisfacer el requisito normativo sin modificar de fondo sus estrategias de comunicación política en razón de género.