

¿EQUIDAD EN LA CONTIENDA ELECTORAL?

EL DINERO INVERTIDO POR LOS PARTIDOS SALVADOREÑOS EN LA CAMPAÑA ELECTORAL 2021.



Centro de Monitoreo de Transparencia y Democracia.
Copyrigh®. Todos los derechos reservados.

¿Equidad en la contienda electoral? El dinero invertido por los partidos salvadoreños en la campaña electoral 2021.

San Salvador, El Salvador, octubre de 2021.

Informe elaborado por:
Acción Ciudadana – Centro de Monitoreo de Transparencia y Democracia.

Coordinador general de la investigación: Eduardo Escobar.

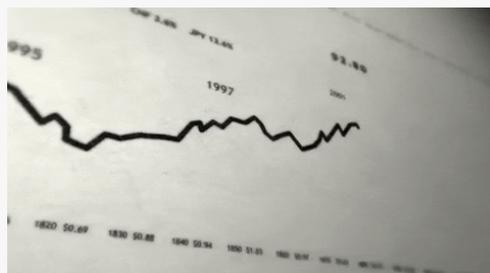
Coordinadora del Centro de Monitoreo de Transparencia y Democracia:
Denisse Siliézar.

Investigadora: Denisse Siliézar.

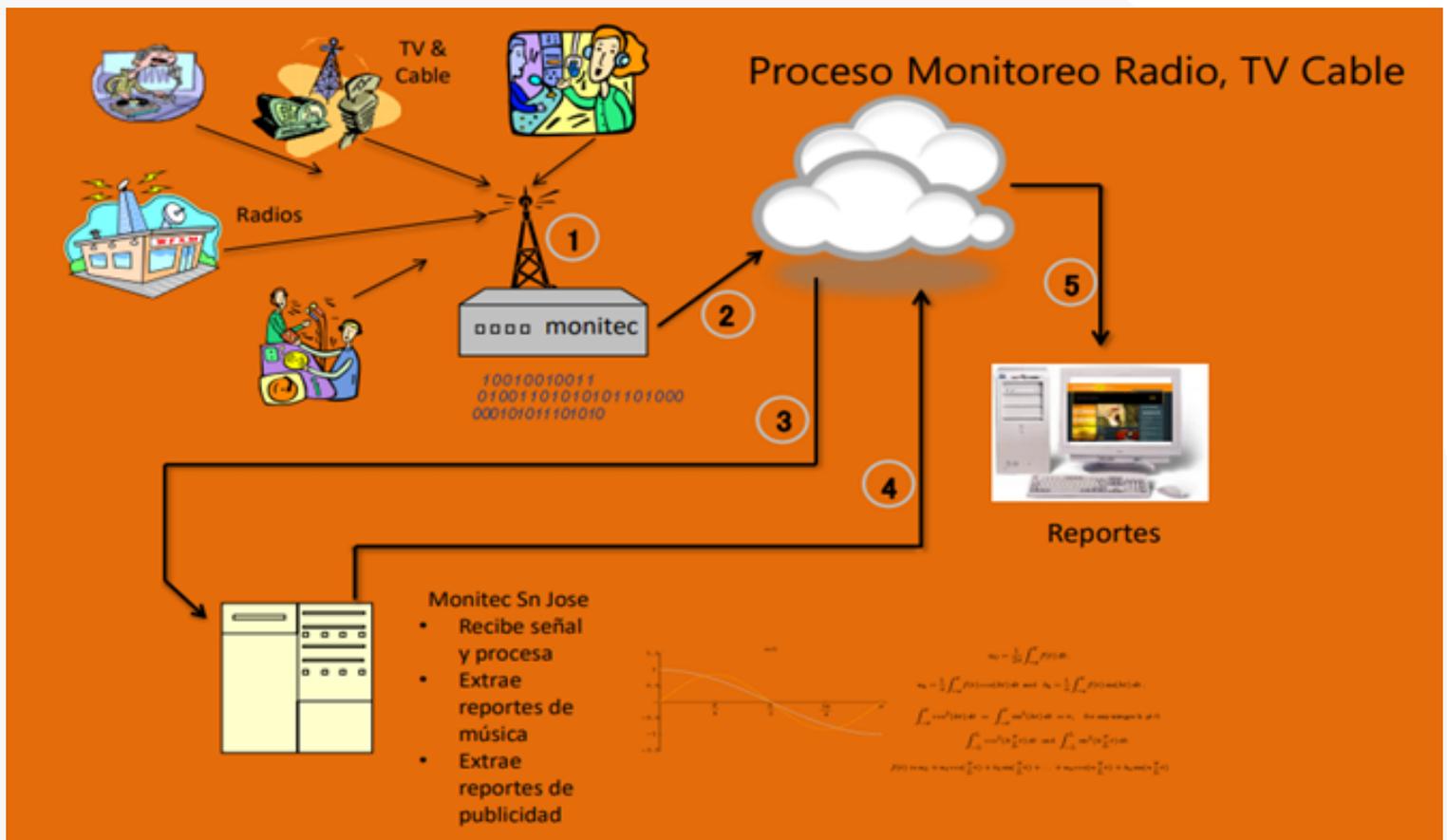
Este estudio ha sido posible gracias al apoyo de OSF (Open Society Foundations). Los puntos de vista/opiniones de este documento son responsabilidad de la Asociación Acción Ciudadana y no reflejan necesariamente los del Open Society Foundations.

METODOLOGÍA: OBTENCIÓN DE DATOS EN RADIO Y TV

- * Se utilizó la plataforma de la empresa Monitoreo Tecnológico de Medios S.A. (MONITEC).
- * La plataforma monitorea medios a fin de comprobar transmisión de pauta, soporte de facturación y rendición de cuentas.
- * En cada plaza a monitorear, se coloca una estación de “escucha” (hardware = cajas de sintonía y captura de señal) que hace la búsqueda de la pauta contenida entre toda la programación (stream) de cada medio.
- * El sistema graba toda la transmisión de cada medio monitoreado las 24 horas al día, la digitaliza, comprime y envía por Internet al centro de procesamiento Monitec en Costa Rica.
- * Para que el sistema realice la búsqueda, debe tener una copia digital de los spots y cuñas a buscar. (Huella digital).
- * El sistema realiza la grabación del medio, procesamiento, detección e identificación de la pauta, y armado de base de datos de resultados en forma automática y autónoma; no existe intervención humana en todo el proceso que pueda alterar los datos o resultados.
- * El sistema reporta solo aquellas pautas que fueron detectadas, indicando el nombre, partido político, medio en que se detectó la transmisión, la fecha/hora/minuto/segundo en que se detectó, y la duración de la pauta en segundos.
- * Manualmente se agrega la tarifa correspondiente a la pauta detectada.



METODOLOGÍA: OBTENCIÓN DE DATOS EN RADIO Y TV



Fuente: MONITEC.

METODOLOGÍA: OBTENCIÓN DE DATOS DE PUBLICIDAD EXTERIOR

* Se realizaron dos levantamientos por mes, sobre rutas predefinidas de alto tráfico.

* Se hicieron recorridos de inspección durante los cuales se documentó la cantidad de medios utilizados, se les tomó fotografía para documentar la publicación.

* El monitoreo se realizó en las 21 calles y avenidas más transitadas del área metropolitana:

Panamericana, Autopista Aeropuerto, Paseo Gral. Escalón, Alameda Roosevelt, Alameda Manuel Enrique Araujo, Av. Masferrer, Calle El Mirador, Boulevard Los Héroes, Boulevard Constitución, Boulevard del Ejército, Boulevard Monseñor Romero, Boulevard Santa Elena, San Benito, 75 av. Norte, Boulevard Los Próceres, Av. Jerusalén, Boulevard Arturo Castellanos, Calle Chiltiupán, Alameda Juan Pablo II, Calle El Pedregal, 49 av. Sur.



METODOLOGÍA: OBTENCIÓN DE DATOS DE REDES (INTERNET)

El monitoreo se realiza mediante una plataforma tecnológica que navega de manera persistente, durante todos los días del año las 24hs del día, más de 16,000 sitios web desde los cuales descarga cada anuncio para una posterior clasificación. Este universo de sitios compone la muestra sobre la cual se proyecta y estima la actividad publicitaria online. Las preguntas a las que responde el resultados de este monitoreo son:

1. ¿Quién está pautando?
2. ¿Dónde?
3. ¿Con qué formatos pautan?
4. ¿Con qué productos?
5. ¿Con qué creatividad pautan?
6. ¿Cuánto invierten?

El cálculo de costos o inversión por anunciante se compone de 2 pasos:

El primero consiste en un modelo de proyección* que permite, a partir de la muestra generada, proyectar las impresiones obtenidas y, como segundo paso: estimar valores de inversión correspondientes al universo del ecosistema digital.

La actividad publicitaria en Internet no sigue un esquema tradicional de compra de medios, donde se compran "spots". En Internet se compran "impresiones" (o "vistas"), y se paga por la cantidad de veces que un anuncio es visto. De ahí que la cuantificación de Impresiones es la base para calcular la inversión. Para establecer las tarifas se emplea un Sistema de Publishers Classes que clasifica los medios en diferentes segmentos a partir de sus tarifas CPM (costo por mil impresiones) promedio

(* El modelo de proyección utilizado es un modelo estadístico compuesto por un algoritmo basado en una regresión lineal multivariada que se define a partir de casos concretos (planes de medios reales) y permite proyectar resultados para el resto de los casos (La muestra utilizada).

LIMITACIONES DEL SISTEMA DE MONITOREO

- * Se calcula que el grado de acierto de detección de pauta es del 96% del tiempo monitoreado. Las situaciones que afectan el grado de acierto son las siguientes:
- * Interrupciones en la transmisión por causas imputables al medio.
- * Condiciones climatológicas (fuertes lluvias, vientos, destellos solares) que afectan o distorsionan las ondas hertzianas.
- * Caídas del sistema por falta de energía o internet.

ACLARACIONES METODOLÓGICAS

- * Para asignar el costo de los anuncios pautados de cada candidato se utiliza la TARIFA PLENA declarada por cada medio de comunicación.
- * El monitoreo no toma en consideración bonos o regalías que puedan recibir los partidos políticos al comprar pautas publicitarias en medios de comunicación.
- * La propaganda detectada por cada candidato es asignada al partido o partidos en los cuales está inscrita la persona para competir por el cargo.
- * Se han tomado en consideración aquellos mensajes publicados por el Gobierno de El Salvador, que buscan influir en la decisión electoral.
- * Los resultados son presentados de manera alfabética según cada partido. Los datos reportados en el monitoreo comprenden desde el 27 de noviembre de 2020 hasta el 24 de febrero de 2021.



ASPECTOS GENERALES SOBRE EL MONITOREO DE PROPAGANDA ELECTORAL

(NOV 2020 - FEB 2021)



9 PARTIDOS POLÍTICOS EMITIERON PROPAGANDA:

ARENA, CD, FMLN, GANA, PCN, PDC, NI, NT, VAMOS



PUBLICIDAD ADICIONAL:

TAMBIÉN SE DETECTÓ PUBLICIDAD GUBERNAMENTAL CON FINES ELECTORALES.



5 TIPOS DE MEDIOS DE COMUNICACIÓN MONITOREADOS:

RADIO, TELEVISIÓN, PRENSA ESCRITA, VALLAS E INTERNET.



PERÍODO MONITOREO ELECTORAL:

27 NOVIEMBRE 2020 - 24 FEBRERO 2021



TIEMPO AIRE DE LA PAUTA PUBLICITARIA DETECTADA:

30.47 DÍAS = 731.26 HORAS = 43,875.6 MINUTOS



Nº DE VECES QUE SE TRANSMITIERON MENSAJES EN RADIO Y TV:

78,668 MENSAJES MONITOREADOS



ALGUNOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN MONITOREADOS:

Cool Fm, Abc, Súper Estrella, La Urbana, Cuscatlán, Vox, Mi Chero, Sonora, Canal 33, Canal 21, Corazón, Globo, Canal 4, TCS, Canal 2, Canal 6, Canal 12, Canal 35, Canal 19, La Prensa Gráfica, Fuego, Vive FM, Qué Buena, Diario El Salvador

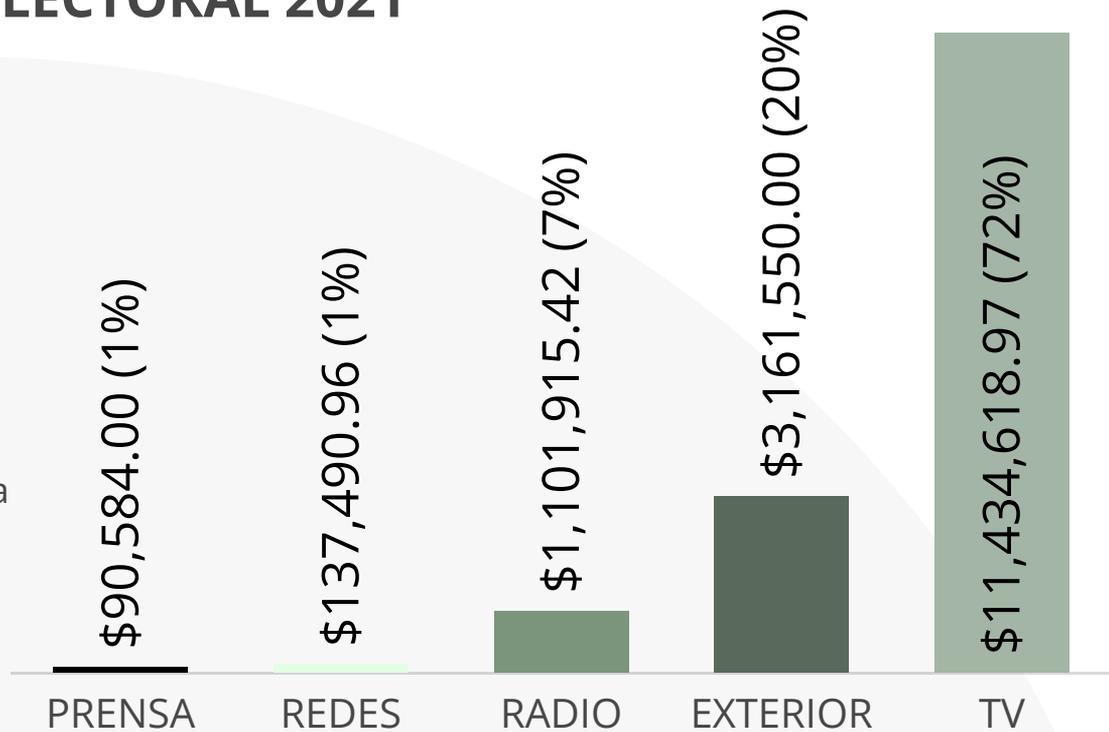
PARTIDOS POLÍTICOS: ESTIMACIÓN DEL VALOR DE LA PROPAGANDA ELECTORAL 2021

El valor estimado de la propaganda electoral 2021 en radio, televisión, prensa escrita, vallas del exterior e internet, asciende a:

\$15,926,159.34

El **72%** del valor estimado de propaganda corresponde a la televisión. El monto asciende a:

\$11,434,618.97



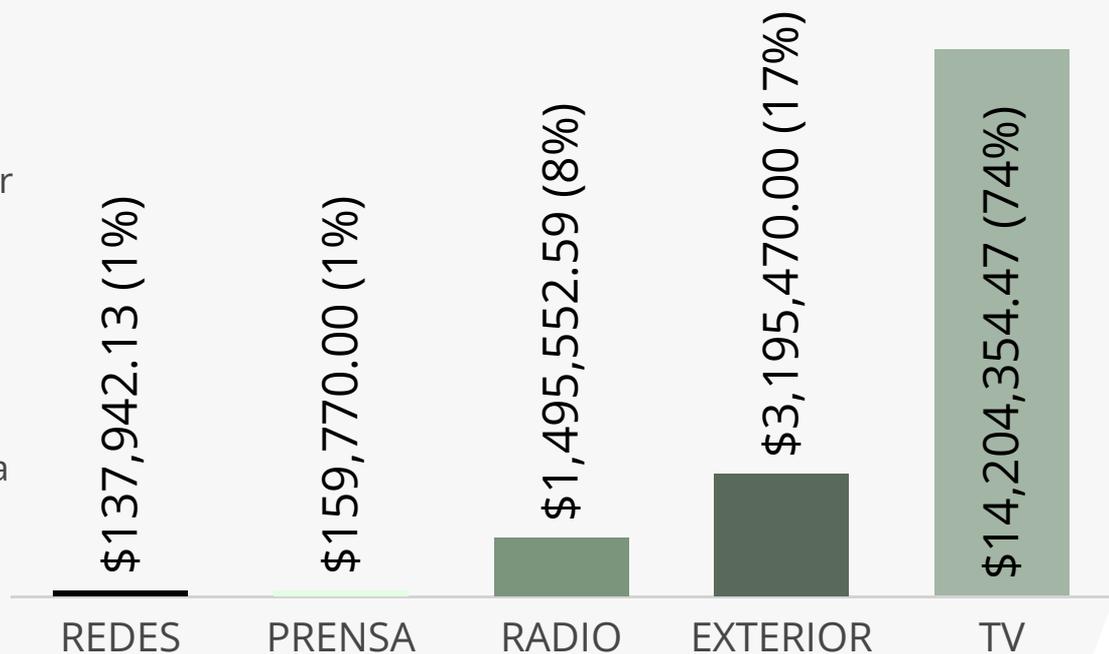
PARTIDOS POLÍTICOS Y GOBIERNO: ESTIMACIÓN DEL VALOR DE LA PROPAGANDA ELECTORAL 2021 Y PUBLICIDAD GUBERNAMENTAL CON FINES ELECTORALES

El valor estimado de la propaganda 2021 en radio, televisión, prensa escrita, vallas del exterior e internet, asciende a:

\$19,193,089.18

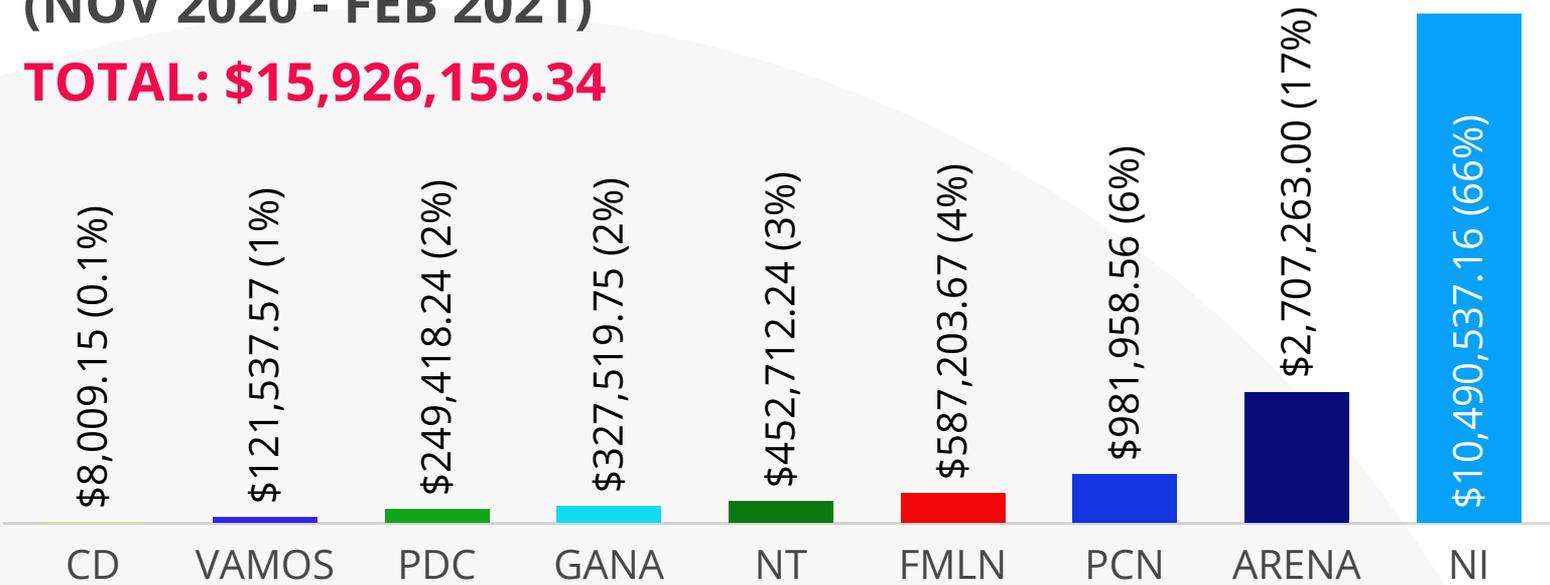
El **74%** del valor estimado de propaganda corresponde a la televisión. El monto asciende a:

\$14,204,354.47



PARTIDOS POLÍTICOS: ESTIMACIÓN DEL VALOR DE LA PROPAGANDA ELECTORAL 2021 POR PARTIDO (NOV 2020 - FEB 2021)

TOTAL: \$15,926,159.34



El partido político que posee el mayor valor en propaganda electoral fue NUEVAS IDEAS, con **\$10,490,537.16 (66%)**, seguido de ARENA con **\$2,707,263.00 (17%)**, y el PCN con **\$981,958.56 (6%)**. El 11% restante es concentrado por 6 partidos políticos.

En la campaña electoral 2018, el 91% del valor de propaganda fue concentrado por los partidos **ARENA (\$3,090,731.92; 42%)** y **FMLN (\$3,605,438.19; 49%)**.

PARTIDOS POLÍTICOS: ESTIMACIÓN DEL VALOR DE LA PROPAGANDA ELECTORAL 2021 POR PARTIDO Y MEDIO DE COMUNICACIÓN

	Prensa	Radio	Televisión	Exterior	Redes	Total
Arena	\$29,013.00	\$414,778.75	\$1,202,636.30	\$1,015,150.00	\$45,684.95	\$2,707,263.00
Fmln	\$0.00	\$12,458.00	\$409,610.67	\$157,300.00	\$7,835.00	\$587,203.67
Cd	\$0.00	\$1,605.33	\$0.00	\$6,100.00	\$303.82	\$8,009.15
Gana	\$0.00	\$18,098.33	\$161,076.00	\$147,450.00	\$895.42	\$327,519.75
Pcn	\$2,280.00	\$150,780.92	\$500,742.83	\$312,920.00	\$15,234.81	\$981,958.56
Pdc	\$5,740.00	\$56,291.83	\$101,428.00	\$83,500.00	\$2,458.41	\$249,418.24
Nuevas Ideas	\$17,583.00	\$406,906.58	\$8,976,074.67	\$1,030,700.00	\$59,272.91	\$10,490,537.16
Nuestro Tiempo	\$4,360.00	\$27,782.00	\$61,908.50	\$355,340.00	\$3,321.74	\$452,712.24
Vamos	\$31,608.00	\$13,213.67	\$21,142.00	\$53,090.00	\$2,483.90	\$121,537.57
Total	\$90,584.00	\$1,101,915.42	\$11,434,618.97	\$3,161,550.00	\$137,490.96	\$15,926,159.34

Fuente: elaboración propia con base datos proporcionados por MONITEC.

PROPAGANDA ELECTORAL POR MES (NOV 2020 - FEB 2021)

TOTAL:
\$15,926,159.34

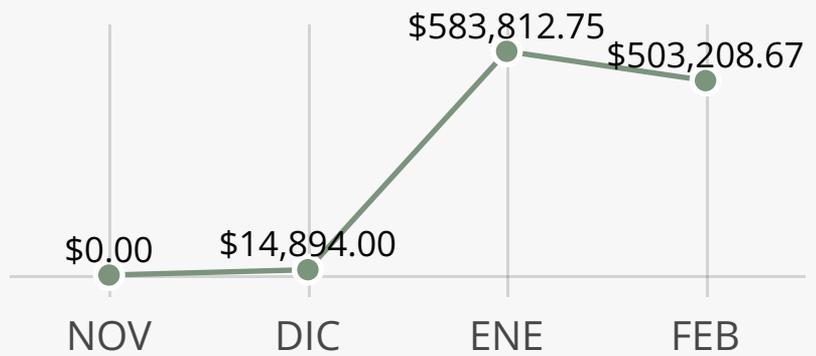


PROPAGANDA ELECTORAL POR MES Y MEDIO DE COMUNICACIÓN (NOV 2020 - FEB 2021)

TOTAL PRENSA:
\$90,584.00



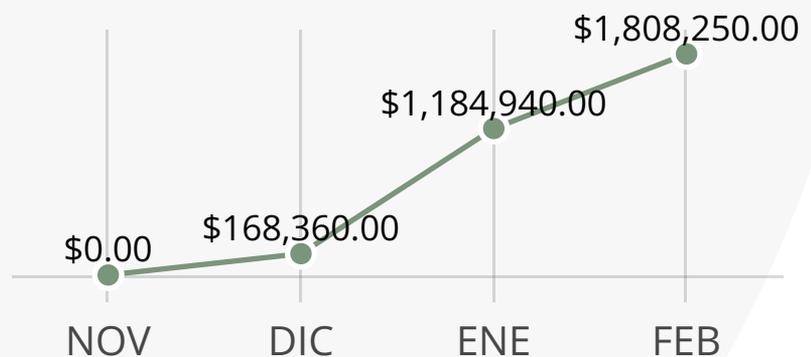
TOTAL RADIO:
\$1,101,915.42



TOTAL REDES:
\$137,490.96



TOTAL EXTERIOR:
\$3,161,550.00



PROPAGANDA ELECTORAL POR MES Y MEDIO DE COMUNICACIÓN

(NOV 2020 - FEB 2021)

TOTAL TV:
\$11,434,618.97



* Los datos señalan que la televisión y las redes sociales fueron los únicos medios utilizados desde el inicio del monitoreo (nov 2020). En el caso de la prensa, radio y vallas del exterior, estos comenzaron a utilizarse a partir de diciembre.

* Las inversiones de los partidos se concentraron mayoritariamente en televisión, vallas del exterior y radio.

PARTIDOS POLÍTICOS: ESTIMACIÓN DEL VALOR DE LA PROPAGANDA ELECTORAL 2021 POR MES Y MEDIO DE COMUNICACIÓN

	Prensa	Radio	Televisión	Exterior	Redes	Total
Noviembre	\$0.00	\$0.00	\$35,749.00	\$0.00	\$237.63	\$35,986.63
Diciembre	\$4,965.00	\$14,894.00	\$1,714,937.30	\$168,360.00	\$5,086.42	\$1,908,242.72
Enero	\$19,221.00	\$583,812.75	\$3,390,314.67	\$1,184,940.00	\$44,841.15	\$5,223,129.57
Febrero	\$66,398.00	\$503,208.67	\$6,293,618.00	\$1,808,250.00	\$87,325.76	\$8,758,800.43
Total	\$90,584.00	\$1,101,915.42	\$11,434,618.97	\$3,161,550.00	\$137,490.96	\$15,926,159.34

DIFERENCIA ENTRE GASTOS GLOBALES 2020 Y CAMPAÑA ELECTORAL 2021

GASTOS GLOBALES:



\$3,977,060.47

PROPAGANDA 2021:



\$15,926,159.34

DIFERENCIA



-\$11,949,098.87

Los partidos declararon en sus estados de resultados gastos globales por 3.9 millones de dólares en 2020.

La diferencia entre los gastos y el monitoreo de propaganda, puede obedecer a regalías o bonificaciones otorgadas por los medios, así como al pago de su campaña por cada candidatura.

PARTIDOS: N° DE VECES QUE SE TRANSMITIERON LOS MENSAJES EN RADIO Y TELEVISIÓN

(NOV 2020 - FEB 2021)

**TOTAL MENSAJES:
75,989**

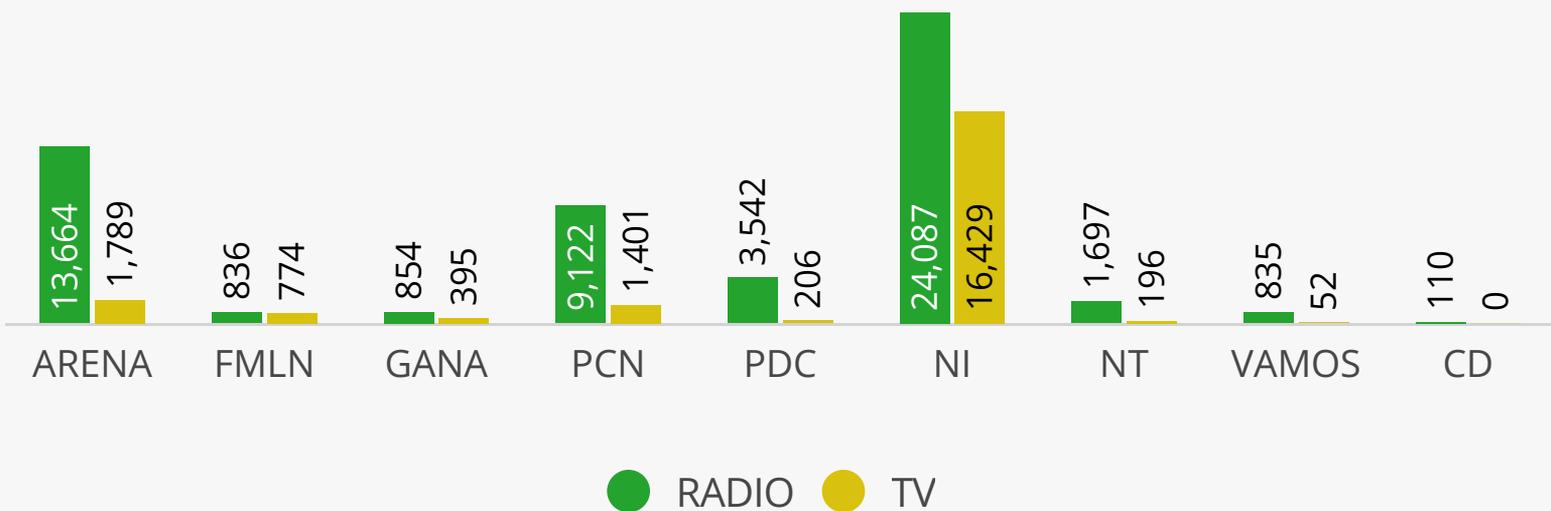


	RADIO	TV	TOTAL
NOVIEMBRE	0	108	108
DICIEMBRE	1,071	2,729	3,800
ENERO	30,660	6,569	37,229
FEBRERO	23,016	11,836	34,852
TOTAL	54,747	21,242	75,989

- * El 72% de los mensajes se transmitieron en radio, mientras que el 28% en TV.
- * El 95% de los mensajes en radio y TV se publicaron en enero (49%) y febrero (46%).

N° DE VECES QUE SE TRANSMITIERON LOS MENSAJES EN RADIO Y TELEVISIÓN POR PARTIDO POLÍTICO

(NOV 2020 - FEB 2021)

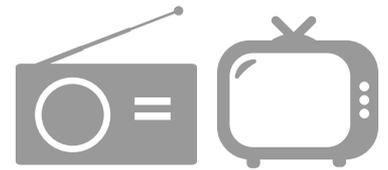


- * El 88% de los mensajes en radio y TV corresponden a los partidos NI, ARENA y PCN.
- * NI publicó más de la mitad del total de anuncios durante la campaña (53%).
- * El 59% de los anuncios de NI fueron publicados en radio, 41% corresponde a TV.
- * ARENA publicó el 88% de sus anuncios en radio, 12% corresponde a TV.
- * PCN publicó el 87% de sus anuncios en radio, 13% corresponde a TV.

PARTIDOS: N° DE VECES QUE SE TRANSMITIERON LOS MENSAJES EN RADIO Y TELEVISIÓN

(NOV 2020 - FEB 2021)

**TOTAL MENSAJES:
75,989**



ARENA				FMLN				GANA			
	RADIO	TV	TOTAL		RADIO	TV	TOTAL		RADIO	TV	TOTAL
NOV	0	0	0	NOV	0	0	0	NOV	0	0	0
DIC	0	67	67	DIC	0	0	0	DIC	0	0	0
ENE	8,587	306	8,893	ENE	0	0	0	ENE	405	95	500
FEB	5,077	1,416	6,493	FEB	836	774	1,610	FEB	449	300	749
TOTAL	13,664	1,789	15,453	TOTAL	836	774	1,610	TOTAL	854	395	1,249

PCN				PDC				NUEVAS IDEAS			
	RADIO	TV	TOTAL		RADIO	TV	TOTAL		RADIO	TV	TOTAL
NOV	0	0	0	NOV	0	0	0	NOV	0	63	63
DIC	0	2	2	DIC	0	0	0	DIC	0	2,541	2,541
ENE	5,575	397	5,972	ENE	1,539	0	1,539	ENE	13,778	5,771	19,549
FEB	3,547	1,002	4,549	FEB	2,003	206	2,209	FEB	10,309	8,054	18,363
TOTAL	9,122	1,401	10,523	TOTAL	3,542	206	3,748	TOTAL	24,087	16,429	40,516

NUESTRO TIEMPO				VAMOS				CD			
	RADIO	TV	TOTAL		RADIO	TV	TOTAL		RADIO	TV	TOTAL
NOV	0	45	45	NOV	0	0	0	NOV	0	0	0
DIC	1071	119	1,190	DIC	0	0	0	DIC	0	0	0
ENE	522	0	522	ENE	144	0	144	ENE	110	0	110
FEB	104	32	136	FEB	691	52	743	FEB	0	0	0
TOTAL	1697	196	1,893	TOTAL	835	52	887	TOTAL	110	0	110

PARTIDOS: TIEMPO AIRE DE LOS MENSAJES PUBLICADOS EN RADIO Y TV

(NOV 2020 - FEB 2021)

**TOTAL TIEMPO AIRE:
28.18 DÍAS**

El tiempo aire de transmisión es la suma del tiempo de duración de los mensajes publicados en radio y televisión durante la campaña electoral.

En 2021, el tiempo aire de la publicidad emitida por los partidos ascendió a **28.18 días**, es decir, **676.31 horas**, o **40,578.88 minutos**.

Por medio de comunicación, el mayor tiempo aire lo concentran los medios radiales con el **72%**, mientras que en los medios televisivos el tiempo aire fue menor (**28%**).



TIEMPO AIRE PARTIDOS EN RADIO Y TV (2021)

	SEGUNDOS		MINUTOS		HORAS		DÍAS	
	RADIO	TV	RADIO	TV	RADIO	TV	RADIO	TV
TIEMPO	1,743,413	691,320	29,056.88	11,522	484.28	192.03	20.18	8.00
TOTAL	2,434,733		40,578.88		676.31		28.18	

TIEMPO AIRE EN RADIO Y TV (DÍAS)

	RADIO	TV	TOTAL	%
ARENA	5.33	0.57	5.90	21%
FMLN	0.29	0.27	0.56	2%
GANA	0.39	0.14	0.53	2%
PCN	3.10	0.52	3.63	13%
PDC	1.11	0.07	1.19	4%
NI	9.00	6.35	15.35	54%
NT	0.58	0.06	0.64	2%
VAMOS	0.32	0.02	0.34	1%
CD	0.04	0.00	0.04	0%
TOTAL	20.18	8.00	28.18	100%

* NUEVAS IDEAS acumula el mayor tiempo aire (15.35 días; 54%) en radio y televisión en 2021, seguido del partido ARENA con el 21% (5.90 días).

* NUEVAS IDEAS posee el mayor tiempo aire en radio (9 días), seguido de ARENA (5.33 días) y PCN (3.10 días).

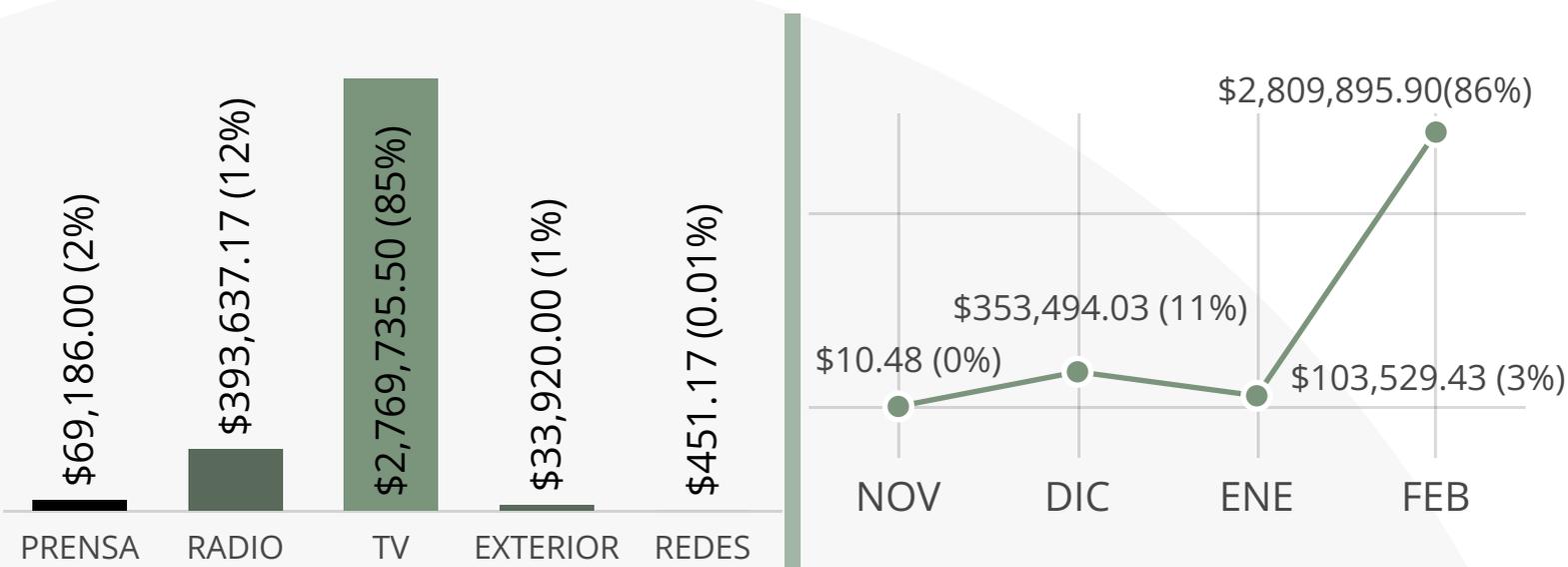
* El 80% del tiempo aire en televisión corresponde a NUEVAS IDEAS. La suma del tiempo de los mensajes publicados en medios televisivos asciende a 6.35 días.

PUBLICIDAD GUBERNAMENTAL CON FINES ELECTORALES

(NOV 2020 - FEB 2021)



VALOR TOTAL DE LA PUBLICIDAD GUBERNAMENTAL: \$3,266,929.84



POR MES

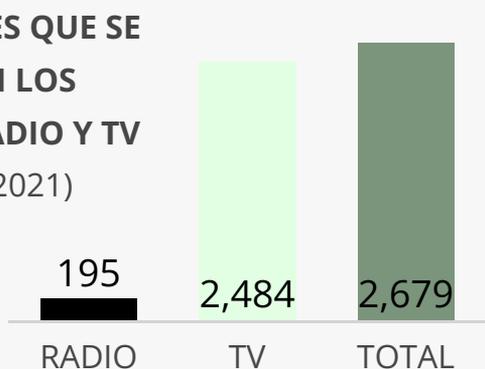
(NOV 2020 - FEB 2021)

	Prensa	Radio	Televisión	Exterior	Redes	Total
Noviembre	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$10.48	\$10.48
Diciembre	\$61,698.00	\$0.00	\$258,879.00	\$32,720.00	\$197.03	\$353,494.03
Enero	\$3,588.00	\$0.00	\$98,574.00	\$1,200.00	\$167.43	\$103,529.43
Febrero	\$3,900.00	\$393,637.17	\$2,412,282.50	\$0.00	\$76.23	\$2,809,895.90
Total	\$69,186.00	\$393,637.17	\$2,769,735.50	\$33,920.00	\$451.17	\$3,266,929.84

IMPORTANTE: El valor de la publicidad gubernamental con fines electorales (\$3,266,929.84) supera el valor de la propaganda del partido ARENA (\$2,707,263.00).

GOB: N° DE VECES QUE SE TRANSMITIERON LOS MENSAJES EN RADIO Y TV
(NOV 2020 - FEB 2021)

TOTAL: 2,679 MSJS



GOBIERNO: TIEMPO AIRE EN RADIO Y TV (DÍAS)

	RADIO	TV	TOTAL
GOBIERNO	0.32	1.97	2.29

El 86% del tiempo aire se concentró en TV (1.97 DÍAS), el 14% corresponde a mensajes publicados en medios radiales.

Fuente: elaboración propia con base datos proporcionados por MONITEC.

DIFERENCIAS ENTRE LA CAMPAÑA ELECTORAL 2018 Y CAMPAÑA ELECTORAL 2021, SEGÚN MONITOREO DE PROPAGANDA DE ACCIÓN CIUDADANA

ELECCIÓN 2018

PERÍODO MONITOREADO:
03 ENERO - 28 FEBRERO 2018

TOTAL ESTIMADO DEL VALOR DE LA
PROPAGANDA EMITIDA POR PARTIDOS Y
CANDIDATURAS:

\$7,417,773.36

90% DEL VALOR CORRESPONDE A DOS PARTIDOS
POLÍTICOS: ARENA (42%) Y FMLN (48%)

ELECCIÓN 2021

PERÍODO MONITOREADO:
27 NOVIEMBRE 2020 - 24 FEBRERO 2021

\$15,926,159.34

TOTAL ESTIMADO DEL VALOR DE LA
PROPAGANDA EMITIDA POR PARTIDOS Y
CANDIDATURAS:

EL 66% DEL VALOR CORRESPONDE A UN SOLO
PARTIDO POLÍTICO: NUEVAS IDEAS

**DIFERENCIA ENTRE AMBAS ELECCIONES:
-\$8,508,385.98**

(AMBOS DATOS NO INCLUYEN PUBLICIDAD FIRMADA POR GOBIERNOS DE TURNO)

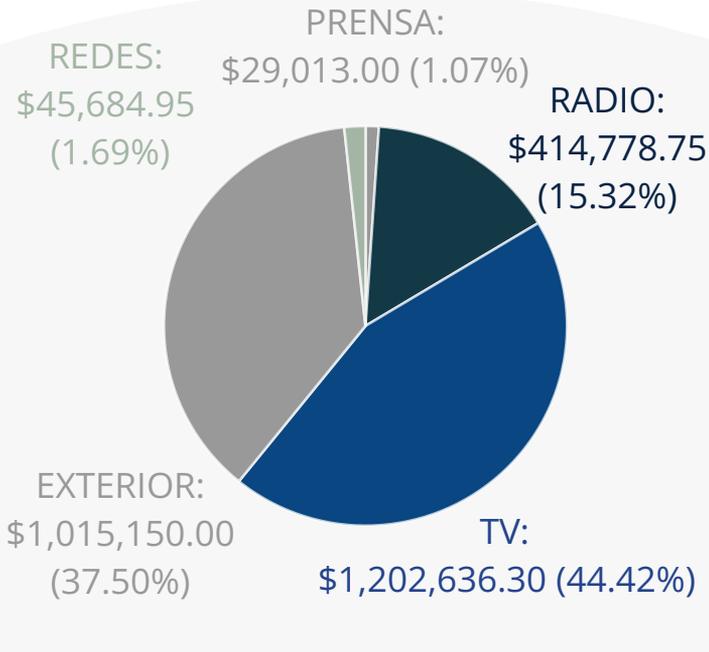
Fuente: elaboración propia con base datos proporcionados por MONITEC.



PROPAGANDA ELECTORAL POR PARTIDO POLÍTICO: ARENA

(NOV 2020 - FEB 2021)

VALOR TOTAL: \$2,707,263.00



PROPAGANDA ELECTORAL POR MEDIO Y MES: ARENA

(NOV 2020 - FEB 2021)

	Prensa	Radio	Televisión	Exterior	Redes	Total
Noviembre	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$125.80	\$125.80
Diciembre	\$4,965.00	\$0.00	\$32,582.47	\$139,460.00	\$3,494.77	\$180,502.24
Enero	\$0.00	\$172,438.67	\$182,854.17	\$362,200.00	\$8,166.76	\$725,659.59
Febrero	\$24,048.00	\$242,340.08	\$987,199.67	\$513,490.00	\$33,897.62	\$1,800,975.37
Total	\$29,013.00	\$414,778.75	\$1,202,636.30	\$1,015,150.00	\$45,684.95	\$2,707,263.00

TIEMPO AIRE DE LOS MENSAJES PUBLICADOS EN RADIO Y TV:
5.90 DÍAS

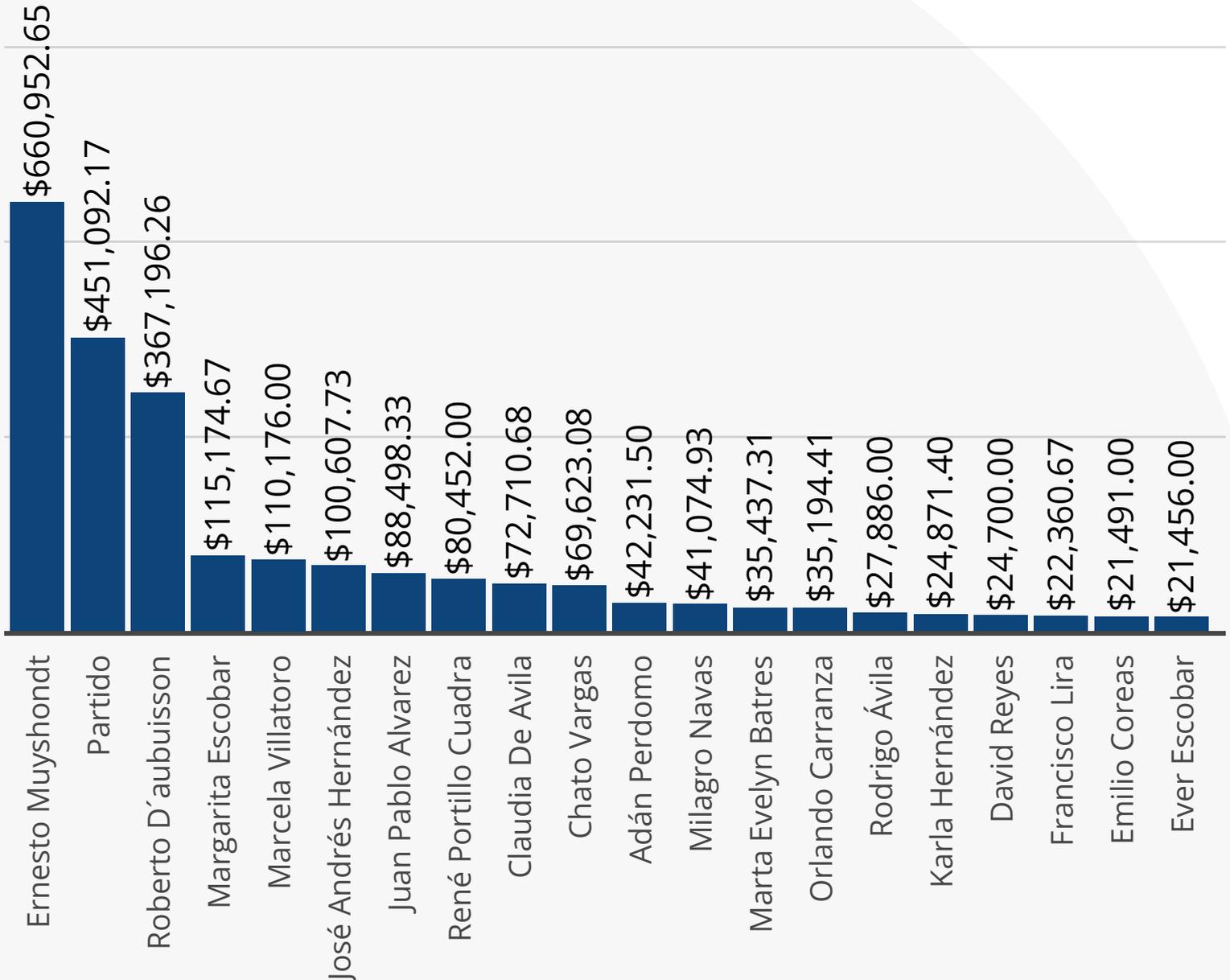
Nº DE VECES QUE SE TRANSMITIERON LOS MENSAJES EN RADIO Y TV:
15,453 VECES.

PROPAGANDA ELECTORAL POR PARTIDO POLÍTICO: ARENA

(NOV 2020 - FEB 2021)



LOS 20 MAYORES VALORES DE PROPAGANDA ELECTORAL:



* Los 20 mayores valores de propaganda suman **\$2,413,186.78**, correspondientes al **89%** del valor total de propaganda (\$2,707,263.00).

* El 24% de la propaganda corresponde a publicidad firmada por Ernesto Muyshondt.

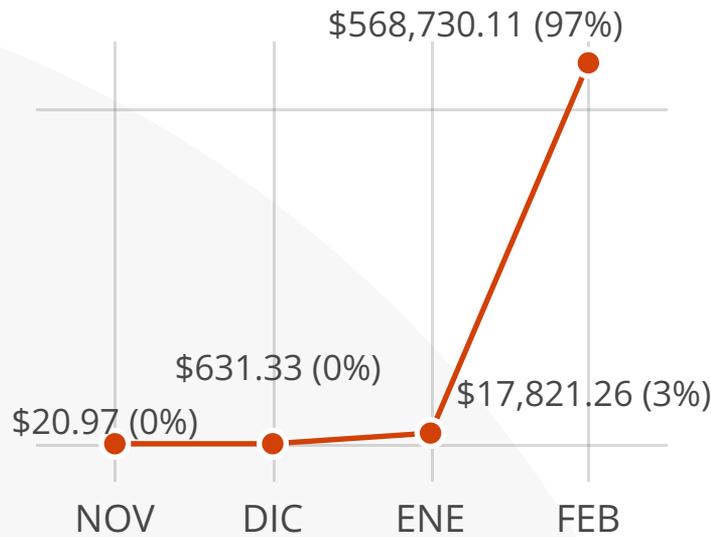
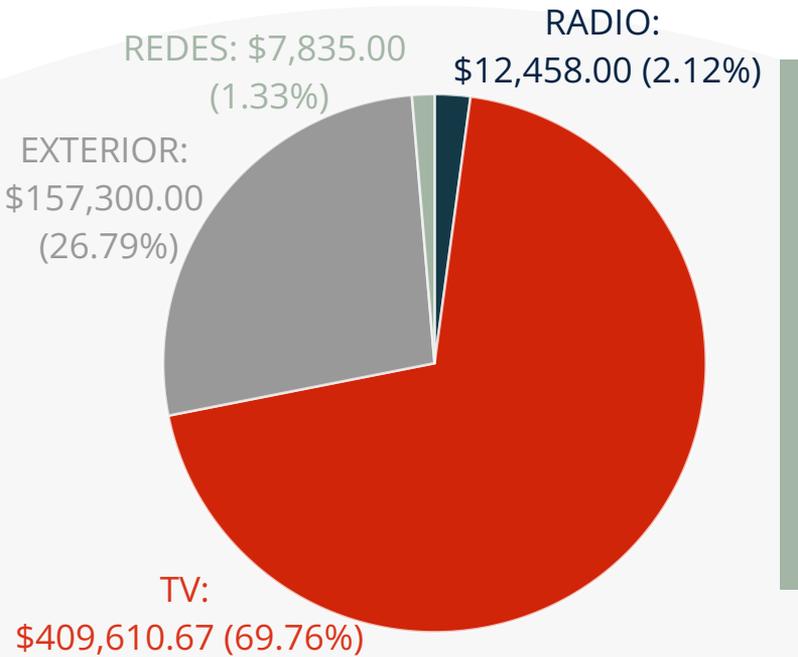
* El 17% de la propaganda corresponde a publicidad firmada por el partido.



PROPAGANDA ELECTORAL POR PARTIDO POLÍTICO: FMLN

(NOV 2020 - FEB 2021)

VALOR TOTAL: \$587,203.67



PROPAGANDA ELECTORAL POR MEDIO Y MES: FMLN

(NOV 2020 - FEB 2021)

	Prensa	Radio	Televisión	Exterior	Redes	Total
Noviembre	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$20.97	\$20.97
Diciembre	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$631.33	\$631.33
Enero	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$15,600.00	\$2,221.26	\$17,821.26
Febrero	\$0.00	\$12,458.00	\$409,610.67	\$141,700.00	\$4,961.44	\$568,730.11
Total	\$0.00	\$12,458.00	\$409,610.67	\$157,300.00	\$7,835.00	\$587,203.67

TIEMPO AIRE DE LOS MENSAJES PUBLICADOS EN RADIO Y TV:
0.56 DÍAS

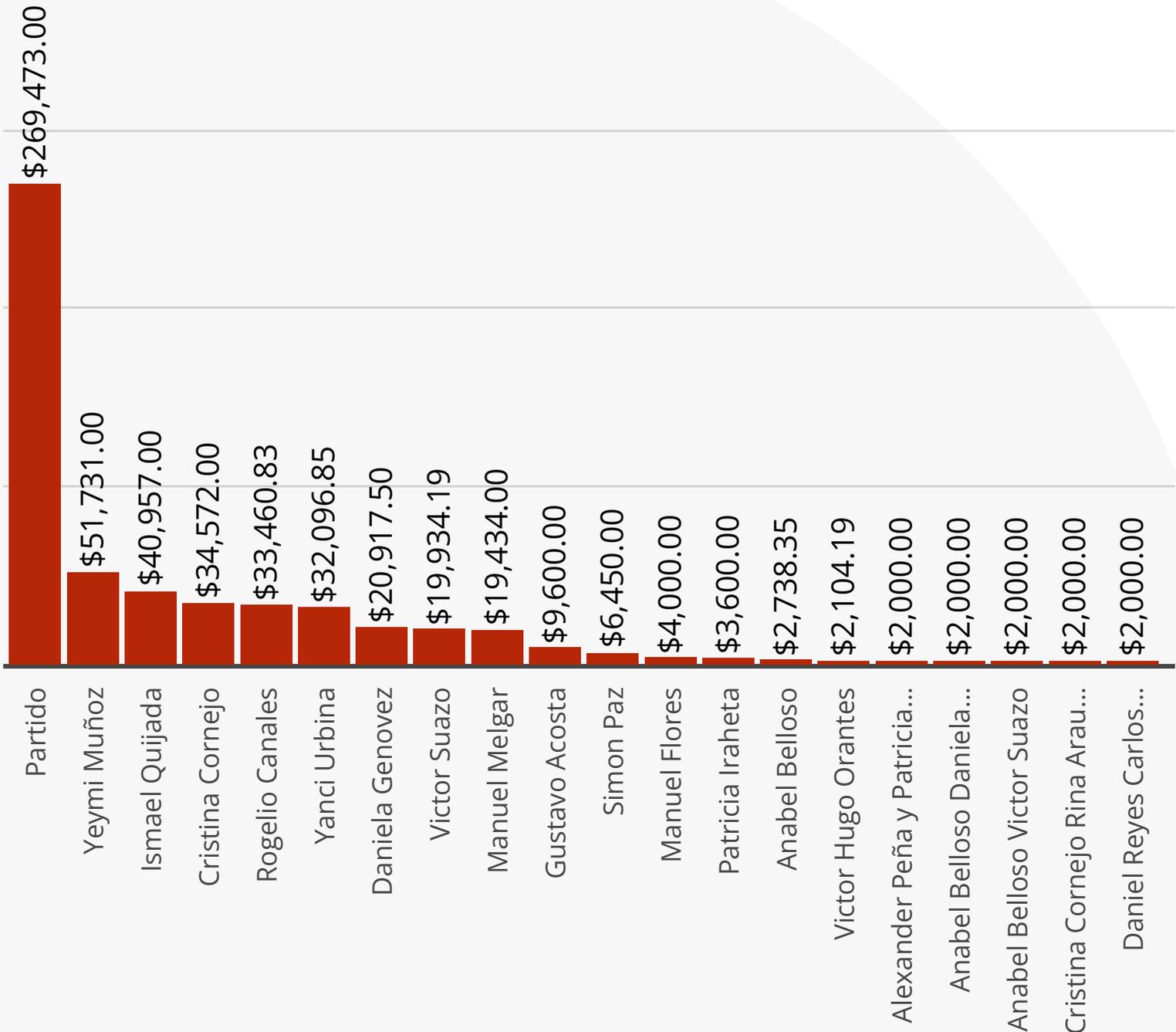
N° DE VECES QUE SE TRANSMITIERON LOS MENSAJES EN RADIO Y TV:
1,610 VECES.



PROPAGANDA ELECTORAL POR PARTIDO POLÍTICO: FMLN

(NOV 2020 - FEB 2021)

LOS 20 MAYORES VALORES DE PROPAGANDA ELECTORAL:



* Los 20 mayores valores de propaganda suman **\$561,068.92** correspondientes al **96%** del valor total de propaganda (\$587,203.67).

* El 46% de la propaganda corresponde a publicidad firmada por el partido.

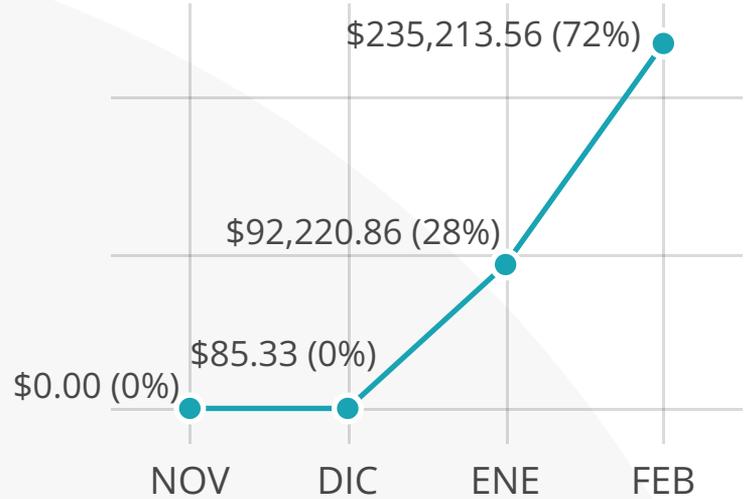
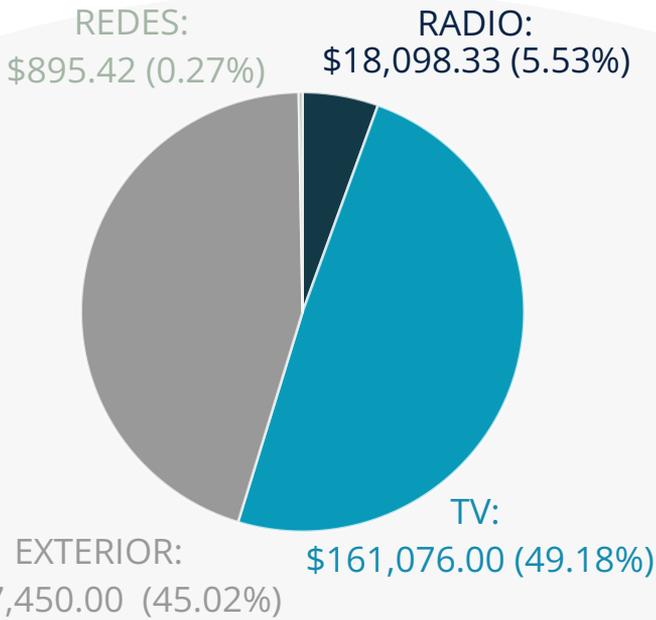
* El 9% de la propaganda corresponde a publicidad firmada por Yeymi Muñoz.



PROPAGANDA ELECTORAL POR PARTIDO POLÍTICO: GANA

(NOV 2020 - FEB 2021)

VALOR TOTAL: \$327,519.75



PROPAGANDA ELECTORAL POR MEDIO Y MES: GANA

(NOV 2020 - FEB 2021)

	Prensa	Radio	Televisión	Exterior	Redes	Total
Noviembre	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00
Diciembre	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$85.33	\$85.33
Enero	\$0.00	\$11,741.33	\$41,017.00	\$39,030.00	\$432.53	\$92,220.86
Febrero	\$0.00	\$6,357.00	\$120,059.00	\$108,420.00	\$377.56	\$235,213.56
Total	\$0.00	\$18,098.33	\$161,076.00	\$147,450.00	\$895.42	\$327,519.75

TIEMPO AIRE DE LOS MENSAJES PUBLICADOS EN RADIO Y TV:
0.53 DÍAS

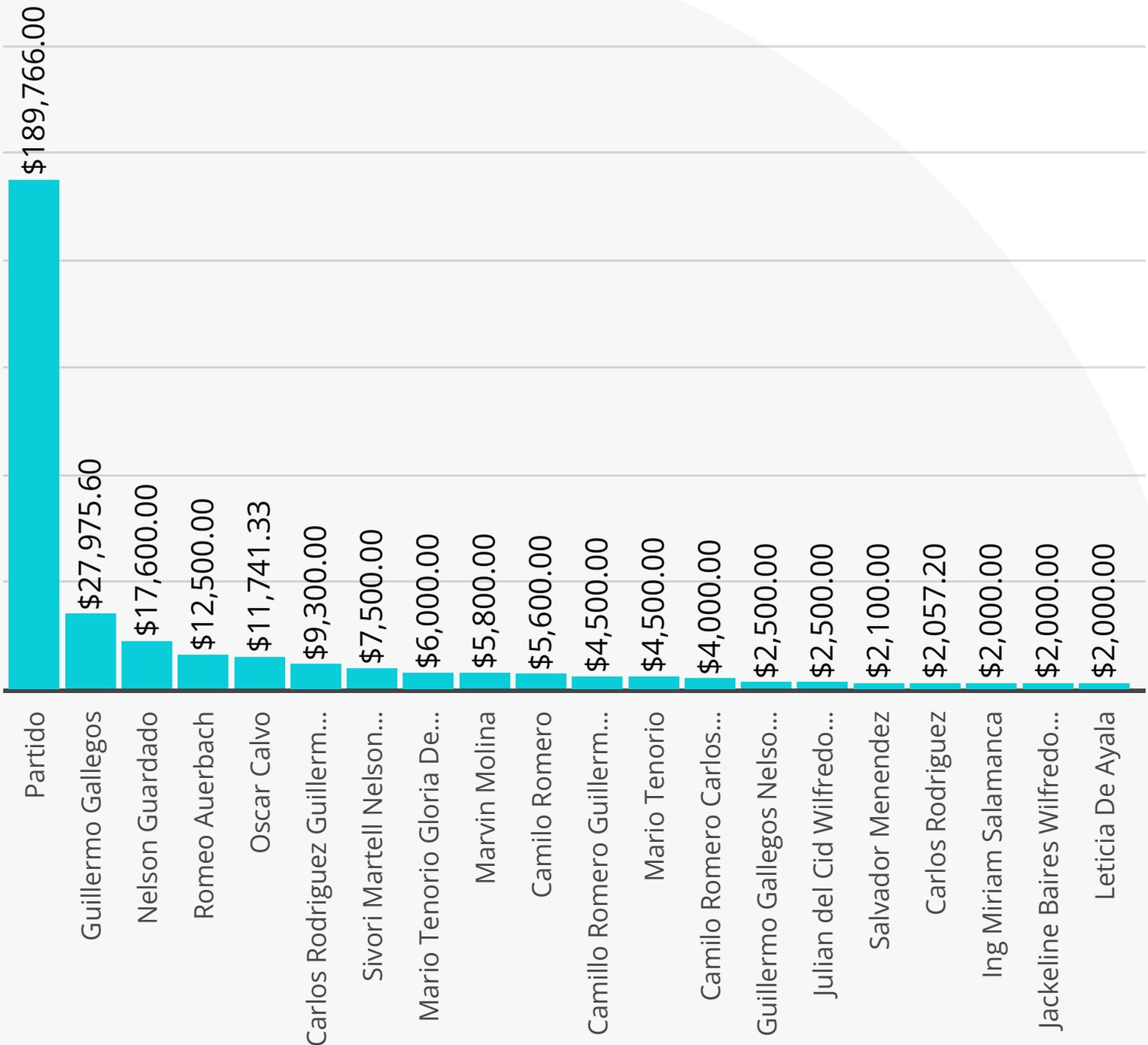
Nº DE VECES QUE SE TRANSMITIERON LOS MENSAJES EN RADIO Y TV:
1,249 VECES.



PROPAGANDA ELECTORAL POR PARTIDO POLÍTICO: GANA

(NOV 2020 - FEB 2021)

LOS 20 MAYORES VALORES DE PROPAGANDA ELECTORAL:



* Los 20 mayores valores de propaganda suman **\$321,940.13** correspondientes al **98%** del valor total de propaganda (\$327,519.75).

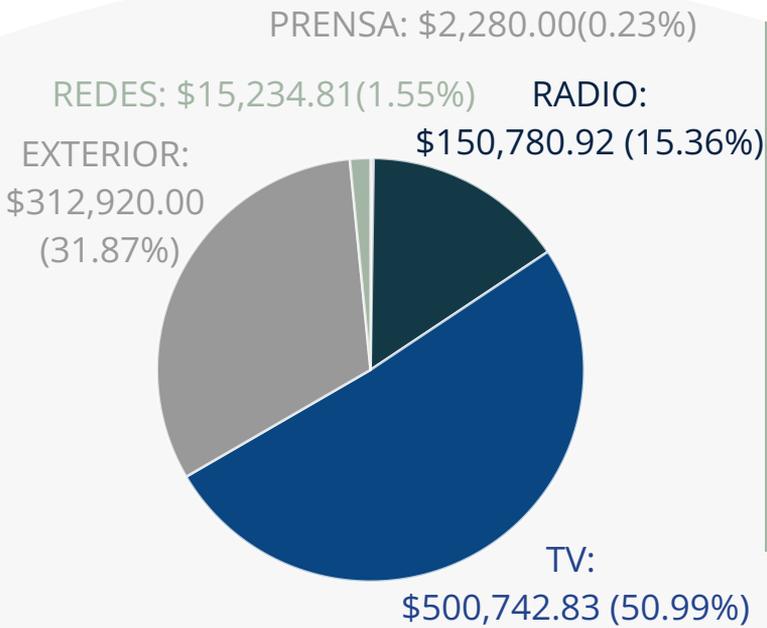
* El 58% de la propaganda corresponde a publicidad firmada por el partido.

* El 9% de la propaganda corresponde a publicidad firmada por Guillermo Gallegos.

PROPAGANDA ELECTORAL POR PARTIDO POLÍTICO: PCN

(NOV 2020 - FEB 2021)

VALOR TOTAL: \$981,958.56



PROPAGANDA ELECTORAL POR MEDIO Y MES: PCN

(NOV 2020 - FEB 2021)

	Prensa	Radio	Televisión	Exterior	Redes	Total
Noviembre	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00
Diciembre	\$0.00	\$0.00	\$1,500.00	\$0.00	\$304.45	\$1,804.45
Enero	\$0.00	\$100,972.00	\$148,733.33	\$174,560.00	\$9,703.57	\$433,968.90
Febrero	\$2,280.00	\$49,808.92	\$350,509.50	\$138,360.00	\$5,226.79	\$546,185.21
Total	\$2,280.00	\$150,780.92	\$500,742.83	\$312,920.00	\$15,234.81	\$981,958.56

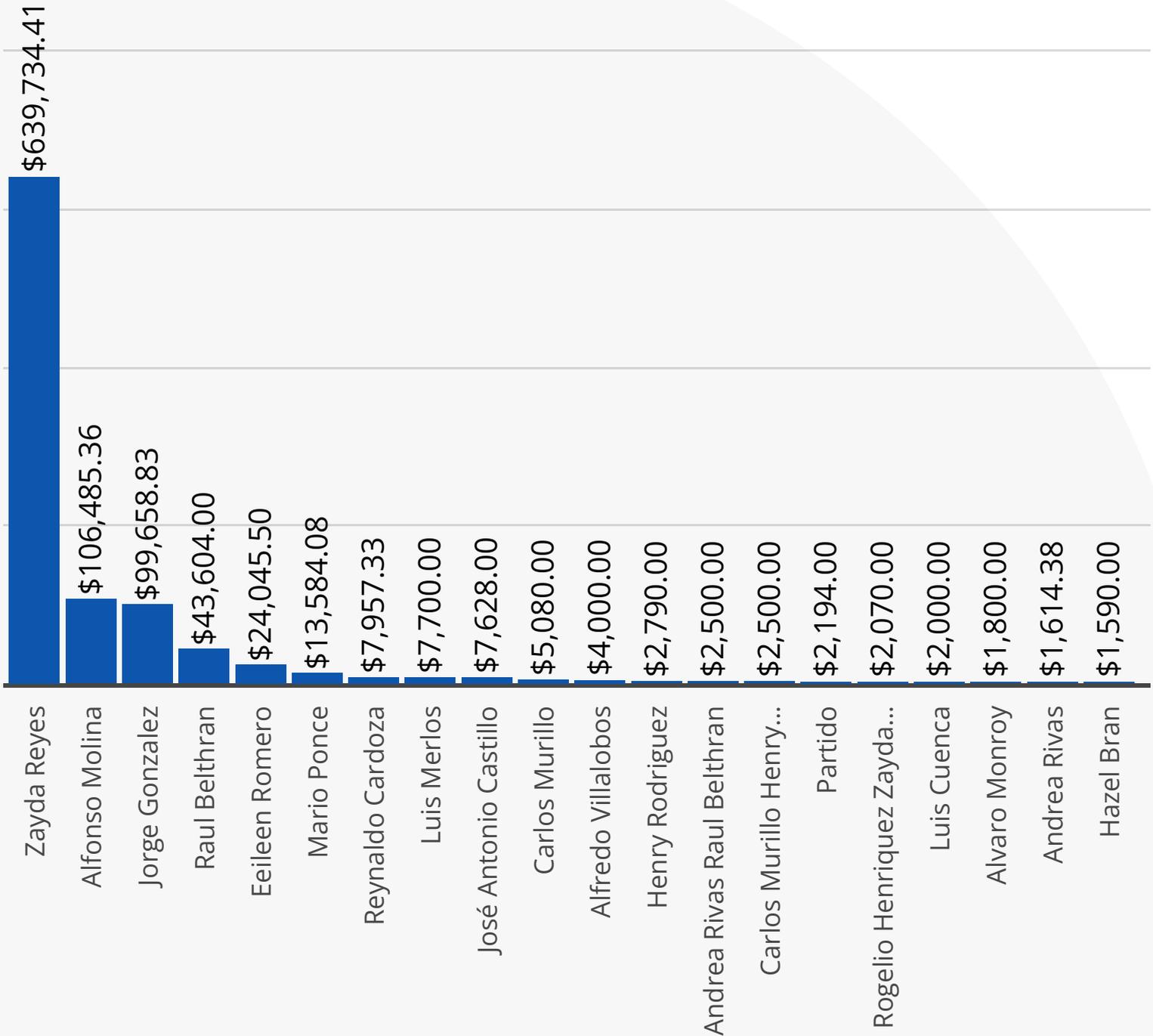
TIEMPO AIRE DE LOS MENSAJES PUBLICADOS EN RADIO Y TV: 3.63 DÍAS

Nº DE VECES QUE SE TRANSMITIERON LOS MENSAJES EN RADIO Y TV: 10,523 VECES.

PROPAGANDA ELECTORAL POR PARTIDO POLÍTICO: PCN

(NOV 2020 - FEB 2021)

LOS 20 MAYORES VALORES DE PROPAGANDA ELECTORAL:



* Los 20 mayores valores de propaganda suman **\$978,535.89** correspondientes al **99%** del valor total de propaganda (\$981,958.56).

* El 65% de la propaganda corresponde a publicidad firmada por Zayda Reyes.

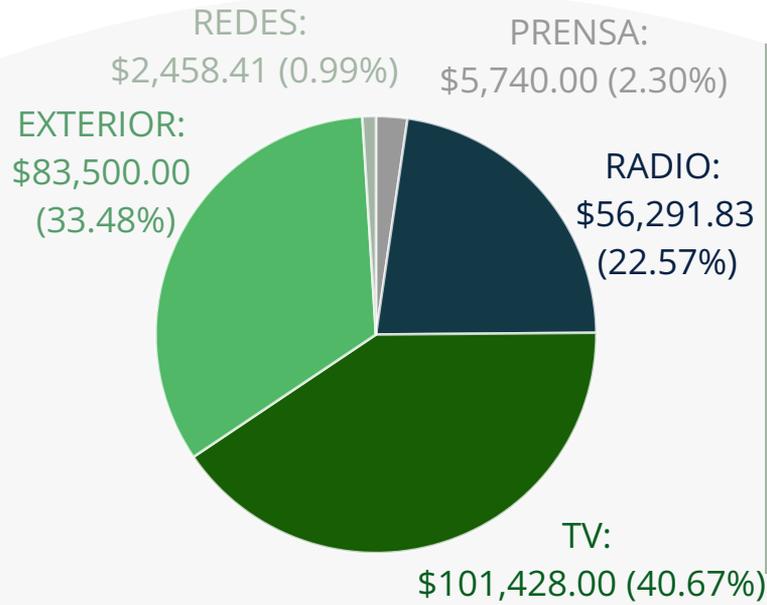
* El 11% de la propaganda corresponde a publicidad firmada por Alfonso Molina.



PROPAGANDA ELECTORAL POR PARTIDO POLÍTICO: PDC

(NOV 2020 - FEB 2021)

VALOR TOTAL: \$249,418.24



PROPAGANDA ELECTORAL POR MEDIO Y MES: PDC

(NOV 2020 - FEB 2021)

	Prensa	Radio	Televisión	Exterior	Redes	Total
Noviembre	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00
Diciembre	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00
Enero	\$0.00	\$29,116.17	\$0.00	\$48,280.00	\$620.89	\$78,017.06
Febrero	\$5,740.00	\$27,175.67	\$101,428.00	\$35,220.00	\$1,837.52	\$171,401.19
Total	\$5,740.00	\$56,291.83	\$101,428.00	\$83,500.00	\$2,458.41	\$249,418.24

TIEMPO AIRE DE LOS MENSAJES PUBLICADOS EN RADIO Y TV: 1.19 DÍAS

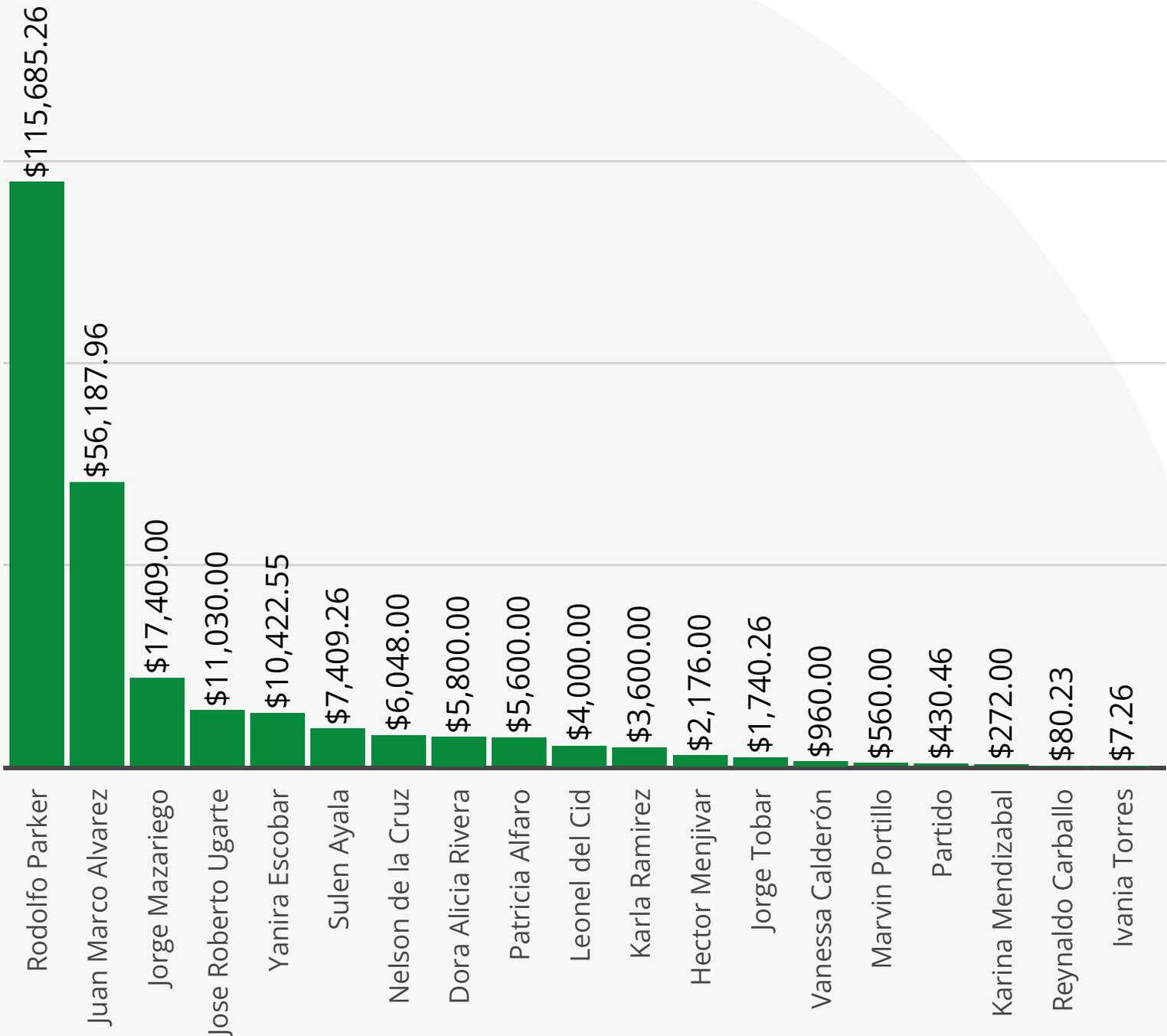
Nº DE VECES QUE SE TRANSMITIERON LOS MENSAJES EN RADIO Y TV: 3,748 VECES.



PROPAGANDA ELECTORAL POR PARTIDO POLÍTICO: PDC

(NOV 2020 - FEB 2021)

LOS 20 MAYORES VALORES DE PROPAGANDA ELECTORAL:



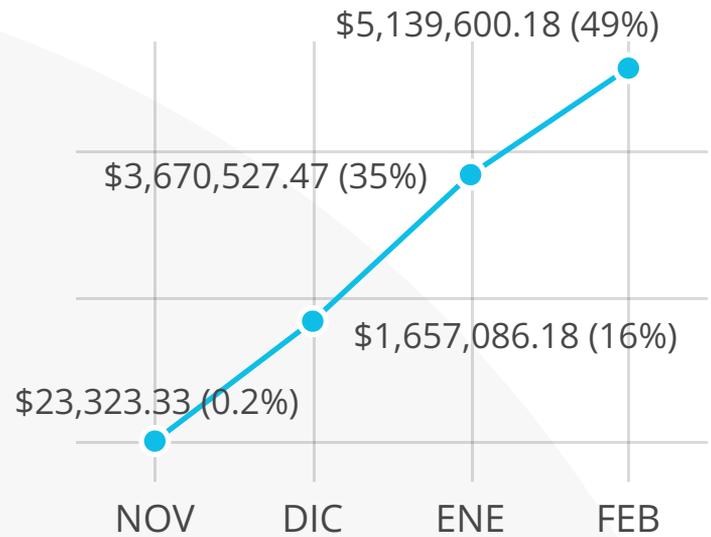
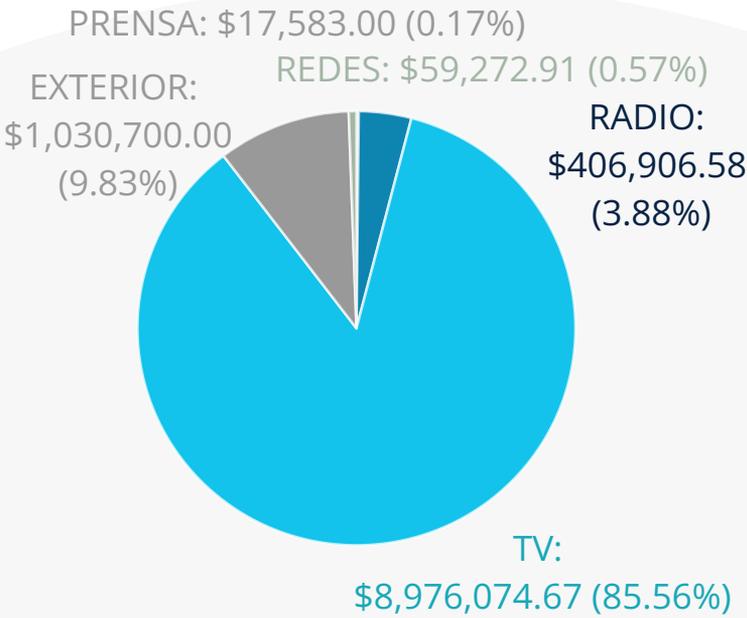
- * Solamente se detectó publicidad de 19 candidaturas y partido, por **\$249,418.24**.
- * El 46% de la propaganda corresponde a publicidad firmada por Rodolfo Parker.
- * El 23% de la propaganda corresponde a publicidad firmada por Juan Marco Alvarez.



PROPAGANDA ELECTORAL POR PARTIDO POLÍTICO: NUEVAS IDEAS

(NOV 2020 - FEB 2021)

VALOR TOTAL: \$10,490,537.16



PROPAGANDA ELECTORAL POR MEDIO Y MES: NUEVAS IDEAS

(NOV 2020 - FEB 2021)

	Prensa	Radio	Televisión	Exterior	Redes	Total
Noviembre	\$0.00	\$0.00	\$23,323.33	\$0.00	\$0.00	\$23,323.33
Diciembre	\$0.00	\$0.00	\$1,648,622.00	\$7,900.00	\$564.18	\$1,657,086.18
Enero	\$8,613.00	\$253,435.25	\$3,017,710.17	\$368,960.00	\$21,809.05	\$3,670,527.47
Febrero	\$8,970.00	\$153,471.33	\$4,286,419.17	\$653,840.00	\$36,899.68	\$5,139,600.18
Total	\$17,583.00	\$406,906.58	\$8,976,074.67	\$1,030,700.00	\$59,272.91	\$10,490,537.16

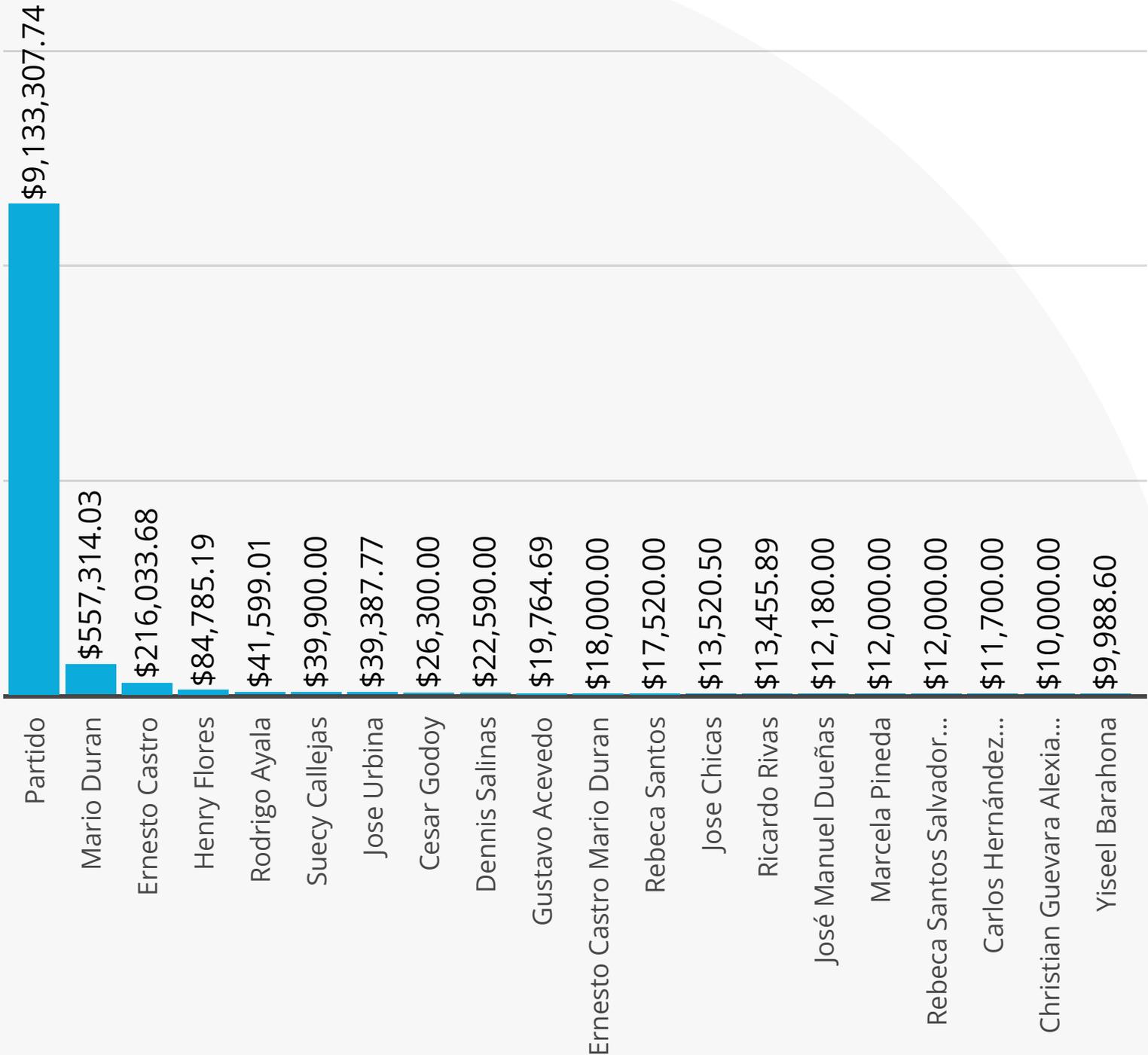
TIEMPO AIRE DE LOS MENSAJES PUBLICADOS EN RADIO Y TV: 15.35 DÍAS

Nº DE VECES QUE SE TRANSMITIERON LOS MENSAJES EN RADIO Y TV: 40,516 VECES.

PROPAGANDA ELECTORAL POR PARTIDO POLÍTICO: NUEVAS IDEAS

(NOV 2020 - FEB 2021)

LOS 20 MAYORES VALORES DE PROPAGANDA ELECTORAL:



* Los 20 mayores valores de propaganda suman **\$10,311,347.11** correspondientes al **98%** del valor total de propaganda (\$10,490,537.16).

* El 87% de la propaganda corresponde a publicidad firmada por el partido.

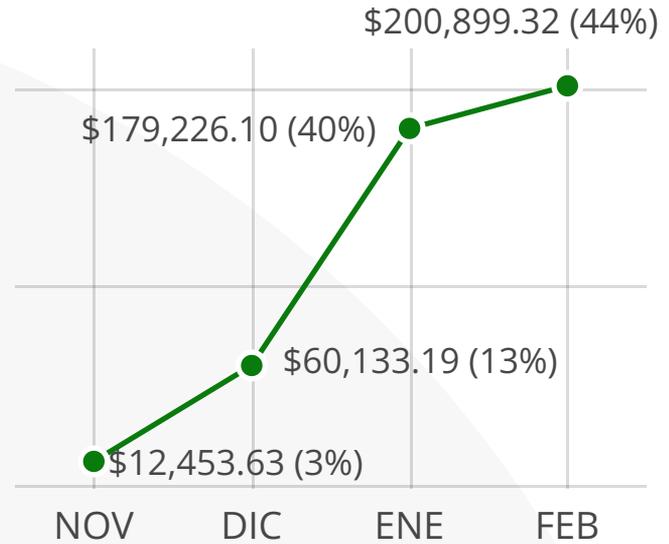
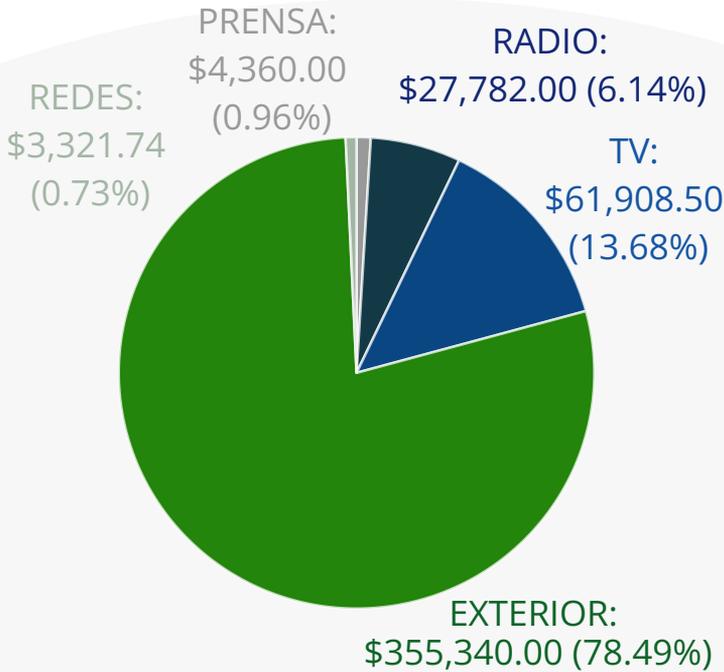
* El 5% de la propaganda corresponde a publicidad firmada por Mario Durán.

PROPAGANDA ELECTORAL POR PARTIDO POLÍTICO: NUESTRO TIEMPO

(NOV 2020 - FEB 2021)



VALOR TOTAL: \$452,712.24



PROPAGANDA ELECTORAL POR MEDIO Y MES: NUESTRO TIEMPO

(NOV 2020 - FEB 2021)

	Prensa	Radio	Televisión	Exterior	Redes	Total
Noviembre	\$0.00	\$0.00	\$12,425.67	\$0.00	\$27.96	\$12,453.63
Diciembre	\$0.00	\$14,894.00	\$32,232.83	\$13,000.00	\$6.36	\$60,133.19
Enero	\$0.00	\$11,772.00	\$0.00	\$166,310.00	\$1,144.10	\$179,226.10
Febrero	\$4,360.00	\$1,116.00	\$17,250.00	\$176,030.00	\$2,143.32	\$200,899.32
Total	\$4,360.00	\$27,782.00	\$61,908.50	\$355,340.00	\$3,321.74	\$452,712.24

TIEMPO AIRE DE LOS MENSAJES PUBLICADOS EN RADIO Y TV: 0.64 DÍAS

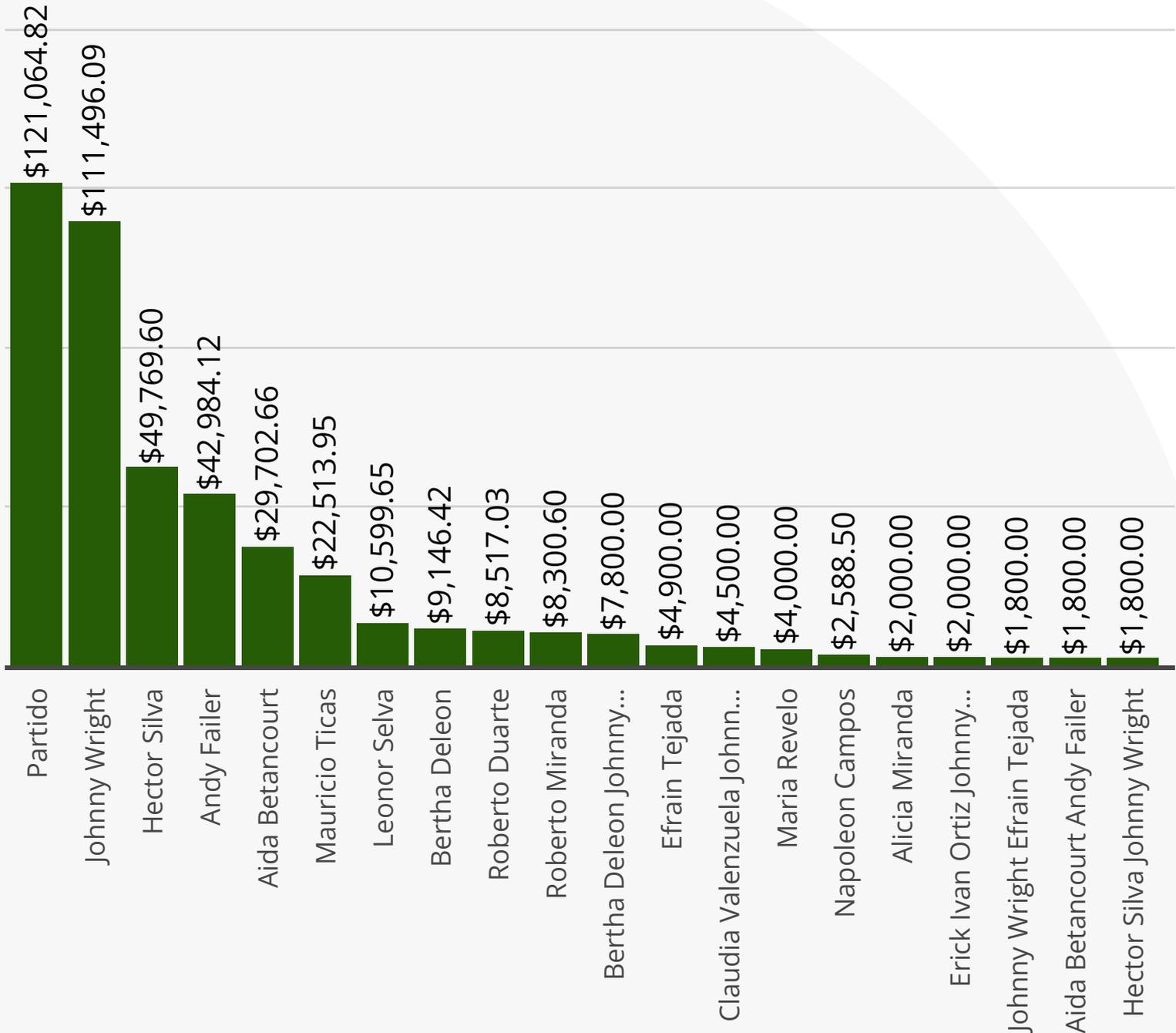
Nº DE VECES QUE SE TRANSMITIERON LOS MENSAJES EN RADIO Y TV: 1,893 VECES.

PROPAGANDA ELECTORAL POR PARTIDO POLÍTICO: NUESTRO TIEMPO

(NOV 2020 - FEB 2021)



LOS 20 MAYORES VALORES DE PROPAGANDA ELECTORAL:



* Los 20 mayores valores de propaganda suman **\$447,283.44** correspondientes al **99%** del valor total de propaganda (\$452,712.24).

* El 27% de la propaganda corresponde a publicidad firmada por el partido.

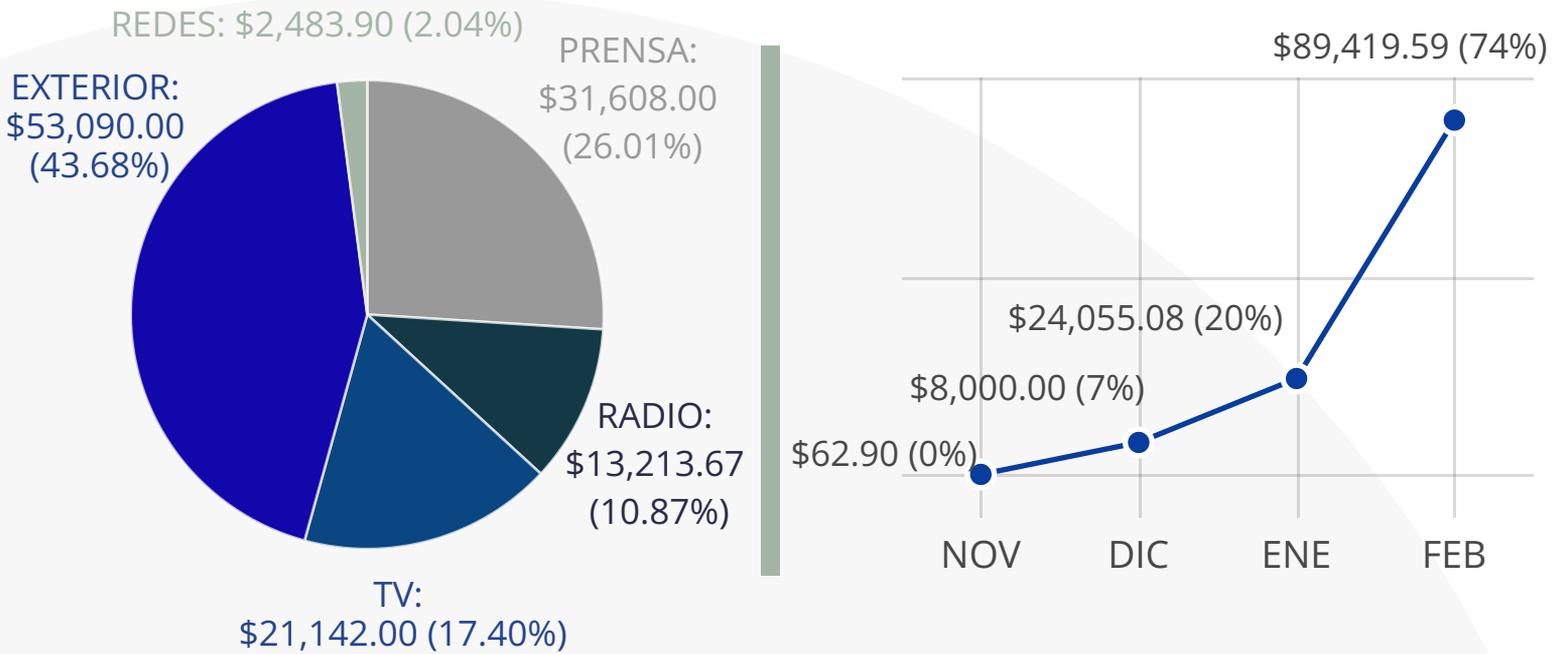
* El 25% de la propaganda corresponde a publicidad firmada por Johnny Wright.



PROPAGANDA ELECTORAL POR PARTIDO POLÍTICO: VAMOS

(NOV 2020 - FEB 2021)

VALOR TOTAL: \$121,537.57



PROPAGANDA ELECTORAL POR MEDIO Y MES: VAMOS

(NOV 2020 - FEB 2021)

	Prensa	Radio	Televisión	Exterior	Redes	Total
Noviembre	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$62.90	\$62.90
Diciembre	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$8,000.00	\$0.00	\$8,000.00
Enero	\$10,608.00	\$2,732.00	\$0.00	\$10,000.00	\$715.08	\$24,055.08
Febrero	\$21,000.00	\$10,481.67	\$21,142.00	\$35,090.00	\$1,705.92	\$89,419.59
Total	\$31,608.00	\$13,213.67	\$21,142.00	\$53,090.00	\$2,483.90	\$121,537.57

TIEMPO AIRE DE LOS MENSAJES PUBLICADOS EN RADIO Y TV:
0.34 DÍAS

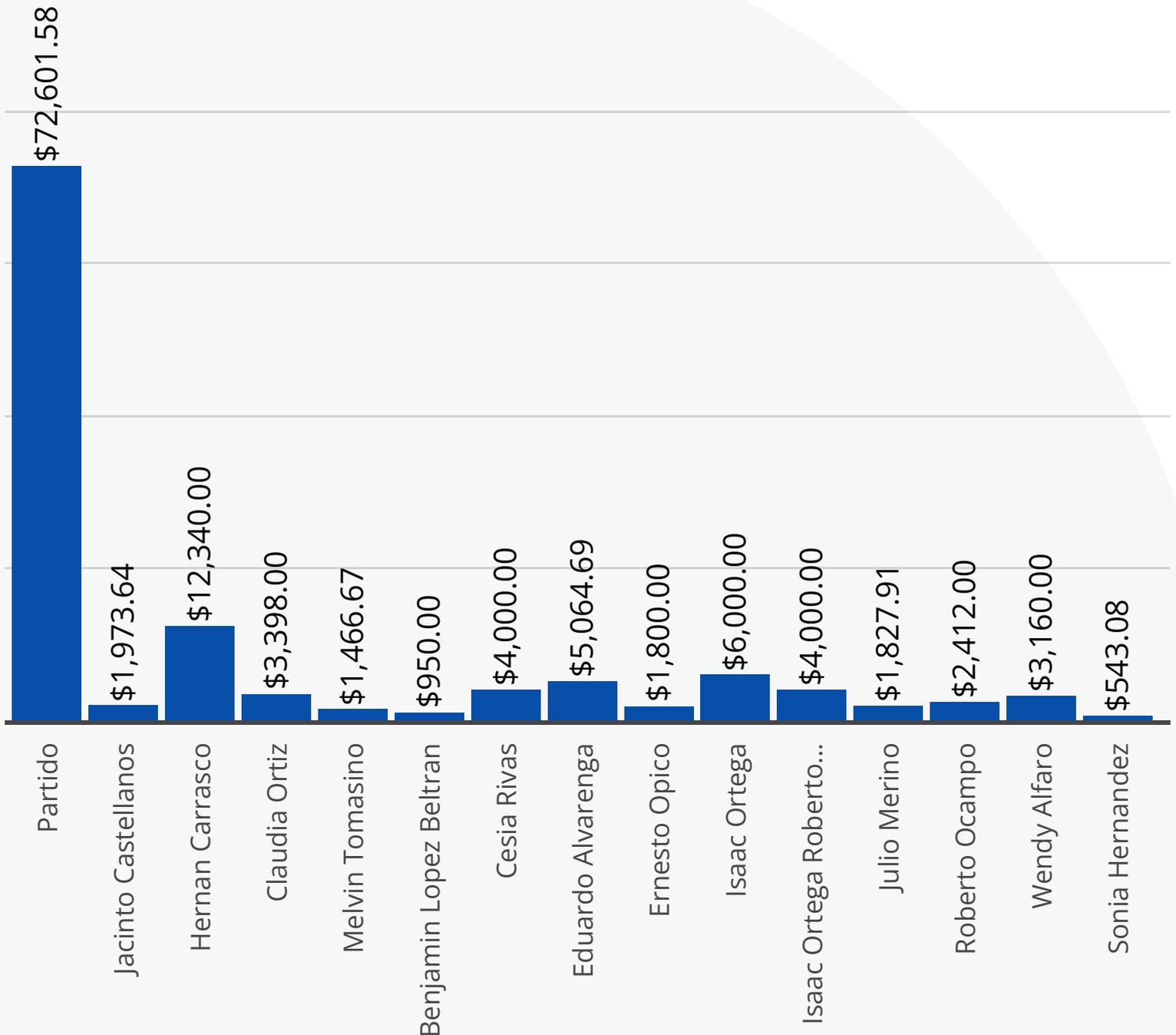
Nº DE VECES QUE SE TRANSMITIERON LOS MENSAJES EN RADIO Y TV:
887 VECES.



PROPAGANDA ELECTORAL POR PARTIDO POLÍTICO: VAMOS

(NOV 2020 - FEB 2021)

LOS 20 MAYORES VALORES DE PROPAGANDA ELECTORAL:



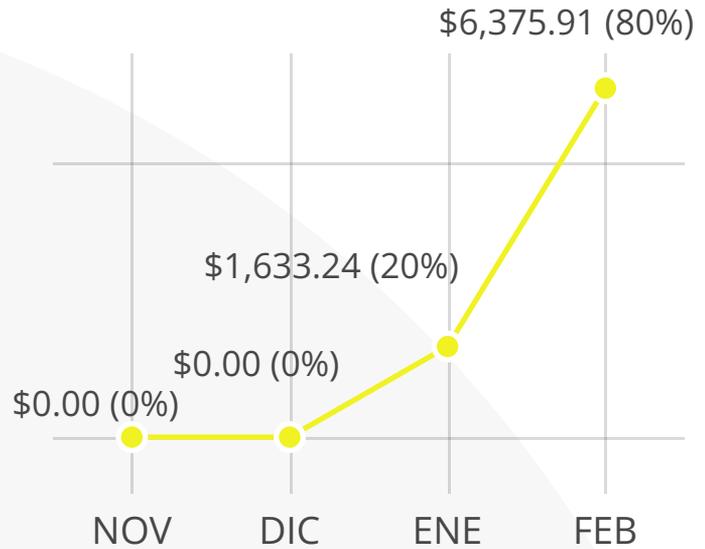
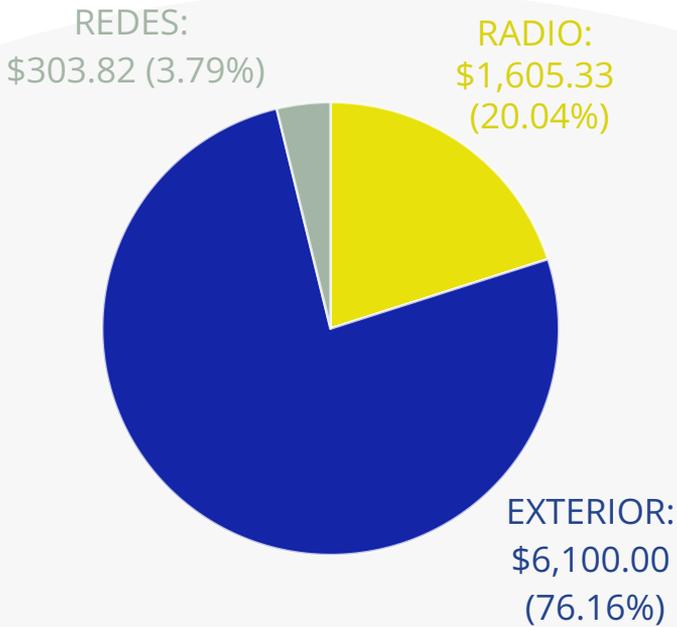
- * Solamente se detectó publicidad de 13 candidaturas y partido, por **\$121,537.50**
- * El 60% de la propaganda corresponde a publicidad firmada por el partido.
- * El 10% de la propaganda corresponde a publicidad firmada por Hernán Carrasco.



PROPAGANDA ELECTORAL POR PARTIDO POLÍTICO: CD

(NOV 2020 - FEB 2021)

VALOR TOTAL: \$8,009.15



PROPAGANDA ELECTORAL POR MEDIO Y MES: CD

(NOV 2020 - FEB 2021)

	Prensa	Radio	Televisión	Exterior	Redes	Total
Noviembre	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00
Diciembre	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00
Enero	\$0.00	\$1,605.33	\$0.00	\$0.00	\$27.91	\$1,633.24
Febrero	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$6,100.00	\$275.91	\$6,375.91
Total	\$0.00	\$1,605.33	\$0.00	\$6,100.00	\$303.82	\$8,009.15

TIEMPO AIRE DE LOS MENSAJES PUBLICADOS EN RADIO Y TV: 0.04 DÍAS

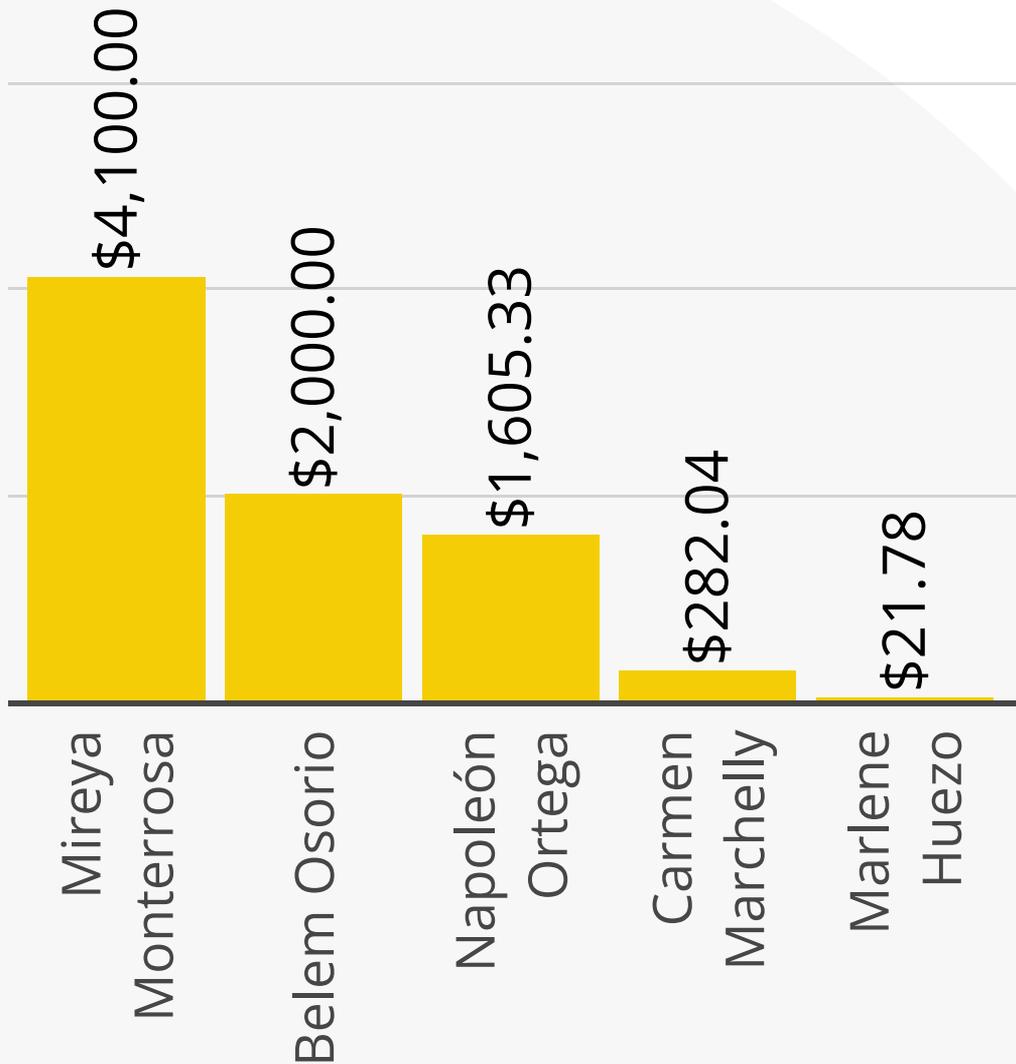
Nº DE VECES QUE SE TRANSMITIERON LOS MENSAJES EN RADIO Y TV: 110 VECES.

PROPAGANDA ELECTORAL POR PARTIDO POLÍTICO: CD

(NOV 2020 - FEB 2021)



LOS 20 MAYORES VALORES DE PROPAGANDA ELECTORAL:



- * Solamente se detectó publicidad de 5 candidaturas, por **\$8,009.15**.
- * El 51% de la propaganda corresponde a publicidad firmada por Mireya Monterrosa.
- * El 25% de la propaganda corresponde a publicidad firmada por Belem Osorio.

CONCLUSIONES

Elecciones 2021 han sido probablemente una de las elecciones más desiguales de los últimos años. Partidos vieron reducidos sus ingresos por la no entrega de deuda política en el período establecido.

Falta de equidad en la contienda electoral. NUEVAS IDEAS concentró más de la mitad del valor total de propaganda electoral.

Existe una continua práctica de utilizar el aparato estatal a través de la publicación de pauta publicitaria con fines electorales.

Algunos partidos incumplieron el período oficial de campaña electoral, al colocar pauta publicitaria en medios en los meses previos.

Los gastos declarados no cubren el valor reflejado en el monitoreo, debido a regalías o descuentos otorgadas por los medios, así como al pago de las campañas de las candidaturas por cuenta propia.

Televisión posee el mayor valor de propaganda electoral, mientras que la radio posee el mayor tiempo aire.

ARENA, FMLN, NI, PCN y PDC, tienen los valores de propaganda en televisión; mientras que NT y CD tienen sus valores de propaganda más altos en vallas del exterior. Vamos diversificó su propaganda en distintos medios.

TSE no fiscalizó nuevamente la propaganda electoral de los partidos políticos y candidaturas, en tiempo y forma.

¿EQUIDAD EN LA CONTIENDA ELECTORAL?

EL DINERO INVERTIDO POR LOS PARTIDOS SALVADOREÑOS EN LA CAMPAÑA ELECTORAL 2021.

