



Pese a tener toda una plantilla de medios, el INE licitó sus campañas

El instituto posee incluso un estudio de tv; la coordinación de comunicación social dispone de unos 100 empleados

FABIOLA MARTÍNEZ

Aunque el Instituto Nacional Electoral (INE) tiene una plantilla de alrededor de 100 personas en la Coordinación Nacional de Comunicación Social, incluido personal operativo especializado, adjudicó a una empresa privada la realización de sus campañas institucionales, desde la parte creativa hasta la producción de los materiales.

La licitación pública LP-INE-040/2025 resultó a favor de la compañía Full Circle Media, para un contrato bianual (de enero de 2026 a diciembre de 2027) por un monto que oscilará entre 53.9 y hasta 134.8 millones de pesos.

La empresa hará las campañas para radio, televisión, plataformas digitales, medios impresos y exteiiores, desde la parte creativa hasta la producción, es decir, como se indica en el título de la licitación, se trata de "un servicio integral de una casa productora que realice el desarrollo de la creatividad y la producción de los materiales de difusión".

La información relacionada con este proceso, desde la convocatoria hasta el fallo, es pública. Puede ser consultada en el sitio www.ine.mx, lo mismo que la plantilla de su coordinación de comunicación social así

como del área solicitante del servicio, la dirección ejecutiva de Capacitación y Educación Electoral que, a su vez, también tiene personal especializado en materia de difusión.

Productora elegida

De acuerdo con los documentos del INE, Full Circle Media fue la productora elegida en 2024 para realizar, en coordinación con otra empresa, los tres debates presidenciales, cuyo costo general fue de 41.2 millones de pesos.

En esta nueva licitación, los participantes (la ganadora, así como MVS Net y Fluxus), el desglose de las ofertas económicas y técnicas muestra cada uno de los cargos y servicios a contratar. Algunos son similares a los que tiene el INE en su estructura fija; este órgano incluso tiene un estudio de televisión ubicado en sus oficinas centrales.

Según los datos públicos, además del personal administrativo, la coordinación de comunicación social –con un enlace en cada entidad federativa– tiene una persona responsable de producción televisiva, otra de contenidos audiovisuales, un editor de contenidos, guionista, editor y operador de audio y video.

Asimismo, están en la nómina del INE coordinadores con los estados, mientras para la parte de

información hay responsables de medios alternativos, redes sociales, contenidos y de radio. Igualmente, tiene un administrador de redes sociales y otro que hace el diseño en este ámbito, así como operador de radio, administrador de la Central Electoral y un empleado que alimenta las redes sociales.

Si bien el personal (fijo y por honorarios) hace toda la cobertura de las actividades del INE, hay además un área de medios auditivos que incluye los siguientes puestos: director de cámaras, sonidista, plecador, editor, *clippeador*, ingeniero de cabina, camarógrafos e ingenieros de datos.

En la parte de información hay un redactor, personas de atención a prensa y responsable de revisar la versión estenográfica.

Lo anterior es independiente del personal propiamente de la dirección de comunicación, responsables de planear, gestionar y diseñar contenidos, más todo el grupo de monitoreo (17 personas), varios para el análisis de la información y de gestión de publicidad (compras y trámites).

Ante las dudas sobre la pertinencia de ciertos contratos dados a la iniciativa privada, consejeros –como Uuc-kib Espadas– han señalado que –aunque la plantilla nacional del instituto es de 18 mil personas– gastan menos con este tipo de subrogaciones que abriendo oficinas o áreas de servicio en el órgano.

En la licitación en referencia se advierte que el destino del contrato para 2027 quedará sujeto a la aprobación del presupuesto del INE para ese año (que definirá la Cámara de Diputados).