

Segunda Sesión Ordinaria
29 de febrero de 2024

Acuerdo de la Junta Administrativa, por el que se aprueba la Estrategia de Difusión Institucional del Instituto Electoral de la Ciudad de México 2024.

A n t e c e d e n t e s

- I. El 31 de enero de 2014, en uso de las facultades que le otorga la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos (Constitución Federal), el Presidente de la República promulgó la reforma constitucional en materia político-electoral, logrando una restructuración y redistribución de funciones entre los Organismos Públicos Electorales (OPLE), de las entidades Federativas y el Instituto Nacional Electoral (INE), al homologar los estándares con los que se organizan los procesos electorales federales y locales, garantizando así la calidad en la democracia electoral, cuyo Decreto fue publicado en el Diario Oficial de la Federación (DOF), el 10 de febrero de 2014.
- II. El 23 de mayo de 2014, se publicaron en el DOF los correspondientes Decretos por los que se expidieron la Ley General de Partidos Políticos (Ley de Partidos) y la Ley General de Instituciones y Procedimientos Electorales (Ley General); asimismo, se reformaron y adicionaron diversas disposiciones de la Ley General del Sistema de Medios de Impugnación en materia electoral, así como de la Ley Orgánica del Poder Judicial de la Federación y de la Ley Federal de Responsabilidades Administrativas de los Servidores Públicos.
- III. El 29 de enero de 2016, se publicó en el DOF el Decreto por el que se declararon reformadas y derogadas diversas disposiciones de la Constitución Federal; en materia política de la Ciudad de México, en cuyo artículo Décimo Cuarto transitorio se previó que a partir de su entrada en vigor (al día siguiente de su publicación), todas las referencias que en la Constitución Federal y demás ordenamientos jurídicos se hagan al Distrito

Federal, deberán entenderse hechas a la Ciudad de México.

- IV. El 14 de octubre de 2016, mediante Acuerdo JA123-16, la Junta aprobó la Guía Técnica para la Elaboración de Documentos Internos (Guía Técnica), del entonces Instituto Electoral del Distrito Federal.
- V. El 5 de febrero de 2017, se publicó en la Gaceta Oficial, la Constitución Política de la Ciudad de México (Constitución Local).
- VI. El 7 de junio de 2017, se publicó en la Gaceta Oficial, el Decreto por el cual se abrogó el Código de Instituciones y Procedimientos Electorales del Distrito Federal y se expidió el Código de Instituciones y Procedimientos Electorales de la Ciudad de México (Código), en el cual se establece el cambio de denominación del Instituto Electoral del Distrito Federal por el de Instituto Electoral de la Ciudad de México (Instituto Electoral); asimismo, el 21 de junio del mismo año se publicó en la Gaceta Oficial una nota aclaratoria al citado Decreto, el cual ha tenido diversas modificaciones, siendo la última el 2 de junio de 2023.
- VII. El 4 de agosto de 2017, el Consejo General, aprobó mediante Acuerdos IECM/ACU-CG-016/2017 e IECM/ACU-CG-022/2017, respectivamente, el Reglamento Interior del Instituto Electoral de la Ciudad de México (Reglamento Interior), el Reglamento de Funcionamiento de la Junta Administrativa del Instituto Electoral de la Ciudad de México (Reglamento de la Junta), así como el Reglamento en Materia de Relaciones Laborales del Instituto Electoral de la Ciudad de México (Reglamento de Relaciones Laborales), con motivo de la expedición y entrada en vigor del Código.
- VIII. En la misma fecha, mediante Acuerdo IECM/ACU-CG-035/2017, del Consejo General, aprobó las modificaciones a la estructura orgánica funcional del Instituto Electoral de la Ciudad de México, en acatamiento a lo previsto en las nuevas disposiciones en materia electoral de la Constitución Local y del Código.

- IX. El 31 de octubre de 2017 y el 30 de abril de 2018, como parte del Sistema de Gestión Electoral, mediante Acuerdos IECM-JA061-17 e IECM-JA051-18, la Junta aprobó la actualización de la Guía Técnica y el Procedimiento de Control de Documentos.
- X. El 31 de diciembre de 2018, se publicó en la Gaceta Oficial, el Decreto por el que se expide la Ley de Austeridad, Transparencia en Remuneraciones, Prestaciones y Ejercicio de Recursos de la Ciudad de México (Ley de Austeridad).
- XI. El 28 de junio de 2019, mediante Acuerdo IECM/ACU-CG-038/2019, el Consejo General, aprobó el Manual para el uso incluyente, no sexista y no discriminatorio del lenguaje del Instituto Electoral de la Ciudad de México.
- XII. El 13 de marzo de 2020, la Junta mediante Acuerdo IECM-JA029-20, aprobó el Procedimiento para el control de la información documentada del Sistema de Gestión de Calidad Electoral (anteriormente denominado Procedimiento de control de documentos y registros del Sistema de Gestión Electoral) y la Guía para crear y actualizar la información documentada del Sistema de Gestión de Calidad Electoral (anteriormente denominada Guía Técnica para la Elaboración de Documentos Internos del Sistema de Gestión de Calidad Electoral).
- XIII. El 22 de junio de 2020, se publicó en la Gaceta Oficial, la modificación a la Ley de Austeridad, Transparencia en Remuneraciones, Prestaciones y Ejercicio de Recursos de la Ciudad de México.
- XIV. El 2 de junio de 2022, se publicó en la Gaceta Oficial el Decreto por el que se reformaron, adicionaron y derogaron, diversos artículos del Código (Decreto de Reforma).
- XV. El 1 de septiembre de 2022, en cumplimiento a lo determinado en el Decreto de Reforma, mediante Acuerdo IECM/ACU-CG-050/2022, el Consejo General de este Instituto

Electoral aprobó la estructura orgánica y funcional y ordenó realizar las acciones correspondientes para su implementación.

- XVI. El 27 de octubre de 2022, la Junta mediante Acuerdo IECM-JA113-22, aprobó la modificación al Reglamento de Relaciones Laborales.
- XVII. El 28 de octubre de 2022, mediante Acuerdo IECM/ACU-CG-062/2022, el Consejo General aprobó modificaciones al Reglamento Interior del Instituto Electoral de la Ciudad de México.
- XVIII. En la misma fecha, mediante Acuerdo IECM/ACU-CG-067/2022, el Consejo General aprobó el cambio de sedes de las Direcciones Distritales en el marco de la nueva demarcación territorial de los distritos electorales y sus respectivas cabeceras distritales.
- XIX. El 30 de enero de 2023, mediante Acuerdo IECM/ACU-CG-014/2023, el Consejo General aprobó el Plan General de Desarrollo del Instituto Electoral de la Ciudad de México, para el período 2023-2026 (PGD).
- XX. El 31 de enero de 2023, mediante Acuerdo IECM-JA019-23, la Junta aprobó la actualización del Procedimiento para el Control de la Información documentada y la Guía para crear y actualizar la información documentada, pertenecientes al Sistema de Gestión de Calidad Electoral del Instituto Electoral.
- XXI. En la misma fecha, la Junta mediante Acuerdo IECM-JA021-23, aprobó la Estrategia de Difusión Institucional del Instituto Electoral de la Ciudad de México 2023.
- XXII. El 20 de septiembre de 2023, la Junta mediante Acuerdo IECM-JA135-23, aprobó los Lineamientos del Instituto Electoral de la Ciudad de México para el monitoreo con perspectiva de género a espacios que difunden noticias durante el Proceso Electoral Local

Ordinario 2023-2024; Metodología para el monitoreo con perspectiva de género a espacios que difunden noticias durante el Proceso Electoral Local Ordinario 2023-2024 y el Catálogo para el monitoreo con perspectiva de género a espacios que difunden noticias en el periodo de precampaña del Proceso Electoral Local Ordinario 2023-2024.

- XXIII. El 13 de enero de 2024, la Junta mediante Acuerdo IECM-JA001-23, aprobó remitir al Máximo Órgano de Dirección el “Proyecto de Acuerdo del Consejo General del Instituto Electoral de la Ciudad de México, por el que se aprueba el ajuste al Programa Operativo Anual y al Presupuesto de Egresos del Instituto Electoral de la Ciudad de México para el ejercicio fiscal 2024, con base en las asignaciones autorizadas por el Congreso de la Ciudad de México, para el ejercicio fiscal 2024”.
- XXIV. En la misma fecha, la Junta mediante Acuerdo IECM-JA002-23, aprobó el ajuste a los tabuladores y remuneraciones aplicables al personal en activo, así como los tabuladores y remuneraciones aplicables al personal de nuevo ingreso del Instituto Electoral para el ejercicio fiscal 2024.
- XXV. El 15 de enero de 2024, mediante Acuerdo IECM/ACU-CG-005/2024, el Consejo General, aprobó el ajuste al Programa Operativo Anual y al Presupuesto de Egresos del Instituto Electoral de la Ciudad de México, para el ejercicio fiscal 2024, con base a las asignaciones autorizadas por el Congreso de la Ciudad de México, para el ejercicio fiscal 2024.
- XXVI. El 31 de enero de 2024, la Junta mediante Acuerdo IECM-JA015-24, aprobó la actualización a las Normas de Racionalidad, Austeridad y Disciplina Presupuestal del Instituto Electoral de la Ciudad de México, para el Ejercicio Fiscal 2024.
- XXVII. El 15 de febrero de 2024, la Junta mediante Acuerdo IECM-JA020-24, aprobó modificar el Programa Institucional de Promoción y Desarrollo de los Principios Rectores de la Participación Ciudadana 2024, Programa de Modernización y Simplificación Administrativa, para el Uso de los Recursos Humanos, Materiales y Financieros 2024, así

como el Programa Específico de Atención de Asuntos Jurídicos, para el ejercicio fiscal 2024.

XXVIII. En la misma fecha, la Junta mediante Acuerdo IECM-JA021-24, aprobó el Catálogo de Medios Impresos, Digitales, Electrónicos, Virtuales, Internet y Redes Sociales 2024, del Instituto Electoral de la Ciudad de México.

Considerandos

1. Que conforme a lo dispuesto en los artículos 41, párrafo segundo, Base V, apartado C y 116, fracción IV, inciso c) de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos; 3, apartado 1, inciso h) y 98, numerales 1 y 2 de la Ley General de Instituciones y Procedimientos Electorales; 50, apartado 1 de la Constitución Política de la Ciudad de México; 30, 31, 32 y 36 del Código; así como 14 fracción IV y 19 de la Ley de Participación, el Instituto Electoral está dotado de personalidad jurídica y patrimonio propios y goza de autonomía en funcionamiento e independencia en sus decisiones; es autoridad en materia electoral y de democracia directa y participativa, y tiene la función estatal de organizar las elecciones locales y los mecanismos de democracia directa en la Ciudad de México; y su competencia se establece en los ordenamientos citados y en la demás normativa aplicable.
2. Que en términos de lo dispuesto en el artículo 36, párrafo tercero, fracciones I, V, VII, VIII y X del Código, el Instituto Electoral tiene entre sus fines y acciones, contribuir al desarrollo de la vida democrática; garantizar la realización de los procesos electivos de los órganos de representación ciudadana e instrumentos de participación ciudadana, conforme a la Ley de Participación; promover el voto, la participación ciudadana y la construcción de ciudadanía; difundir la cultura cívica democrática e impulsar la democracia digital abierta, basada en tecnologías de información y comunicación.

3. Que de conformidad con el artículo 36, párrafo quinto, incisos d) y p) y párrafo octavo, inciso i) del Código, el Instituto Electoral, adicionalmente a sus fines tiene entre otras atribuciones, desarrollar e implementar las estrategias, los programas, materiales y demás acciones orientadas al fomento de la educación cívica y construcción de ciudadanía en la Ciudad de México aprobados por su Consejo General, garantizar la realización, difusión y conclusión de los procesos electivos de los órganos de representación ciudadana, así como de los mecanismos de participación ciudadana y la consulta sobre el presupuesto participativo, conforme a la Ley de Participación; y la de elaborar y difundir materiales y publicaciones institucionales con sus funciones.
4. Que de acuerdo con lo dispuesto en los artículos 37, fracciones I, II y III y 87 del Código, el Instituto Electoral se integra por un Consejo General, así como por una Junta y una Secretaría Administrativa, órgano ejecutivo que tiene a su cargo la administración de sus recursos financieros, humanos y materiales; asimismo, es la responsable de su patrimonio y de la aplicación de las partidas presupuestales.
5. Que el artículo 81, párrafo primero del Código, define a la Junta como el órgano encargado de velar por el buen desempeño y funcionamiento administrativo de los órganos del Instituto Electoral, así como supervisar la administración de los recursos financieros, humanos y materiales del propio organismo.
6. Que el artículo 28, fracción III del Reglamento Interior señala que la Unidad Técnica de Comunicación Social y Difusión (UTCSyD), deberá presentar al Secretario Ejecutivo la propuesta anual de la Estrategia de Difusión Institucional (Estrategia de Difusión), para ser sometida a consideración de la Junta.
7. Que la Estrategia de Difusión Institucional 2024 ante el ajuste presupuestal, a partir de la aprobación de la Cuenta Pública 2024 por parte del Congreso de la Ciudad de México, se priorizarán las acciones de difusión que no generen la erogación de recursos para atender las obligaciones y disposiciones legales encaminadas a promover los derechos político-electorales de la ciudadanía.

8. Que la presente Estrategia de Difusión es el documento rector que permitirá planear, instrumentar y evaluar la comunicación de los fines y objetivos institucionales, las políticas y programas generales, así como la difusión de actividades ordinarias sustantivas, las concernientes al desarrollo de la Consulta de Presupuesto Participativo 2025 y, en su caso, los demás instrumentos y mecanismos que contempla la Ley de Participación Ciudadana de la Ciudad de México y actividades ordinarias.
9. Que conforme a lo dispuesto en los artículos 83, fracción I del Código y 28 fracción III del Reglamento Interior, mediante oficio IECM/SE/767/2024 de fecha 26 de febrero de 2024, la Secretaría Ejecutiva solicitó al Secretario de la Junta, someter para su análisis, discusión y en su caso aprobación por parte de dicho órgano colegiado la propuesta de Estrategia de Difusión Institucional del Instituto Electoral de la Ciudad de México 2024.
10. Que el documento mencionado en el considerando anterior se emite conforme a la Política de Gestión de Calidad vigente en el Instituto Electoral, en observancia a las disposiciones contenidas en el Procedimiento para el control de la información documentada y la Guía para crear y actualizar la información documentada, de conformidad con los fines, obligaciones y compromisos establecidos en el Código, así como lo dispuesto en el Manual para el uso incluyente, no sexista y no discriminatorio del lenguaje en el Instituto Electoral.

Por lo expuesto y con fundamento en el artículo 83, fracción I del Código, la Junta emite el siguiente:

A c u e r d o
IECM-JA029-24

PRIMERO. Se aprueba la Estrategia de Difusión Institucional del Instituto Electoral de la Ciudad de México 2024, de conformidad con el documento Anexo, el cual forma parte integral del presente Acuerdo.

SEGUNDO. El presente Acuerdo y su Anexo entrarán en vigor al momento de su aprobación.

TERCERO. Publíquese el presente Acuerdo y su Anexo en los estrados de oficinas centrales y en los estrados electrónicos de este Instituto Electoral.

CUARTO. Publíquese el presente Acuerdo con su Anexo en la página de Internet www.iecm.mx; realícense las adecuaciones procedentes en virtud de la determinación asumida por la Junta Administrativa en el apartado de Transparencia de la citada página electrónica.

Así lo aprobaron por unanimidad de votos las y los integrantes de la Junta Administrativa del Instituto Electoral de la Ciudad de México, en sesión ordinaria de fecha veintinueve de febrero de dos mil veinticuatro, firmando al calce la Presidenta y el Secretario de la Junta, de conformidad con lo dispuesto por los artículos 82 del Código de Instituciones y Procedimientos Electorales de la Ciudad de México, 27 y 32 del Reglamento de Funcionamiento de la Junta Administrativa.

**LA PRESIDENTA DE LA JUNTA
ADMINISTRATIVA**

**EL SECRETARIO DE LA JUNTA
ADMINISTRATIVA**

MTRA. PATRICIA AVENDAÑO DURÁN

LIC. CÉSAR ALBERTO HOYO RODRÍGUEZ



ÍNDICE..... 1

1. PRESENTACIÓN..... 3

2. OBJETIVOS GENERALES EN MATERIA DE COMUNICACIÓN SOCIAL 5

3. OBJETIVOS ESPECÍFICOS EN MATERIA DE COMUNICACIÓN SOCIAL..... 8

4. MISIÓN INSTITUCIONAL 9

5. VISIÓN INSTITUCIONAL 9

6. MARCO LEGAL Y NORMATIVO 10

7. DIAGNÓSTICO EN MATERIA DE COMUNICACIÓN SOCIAL Y DIFUSIÓN 14

 7.1 FACTORES INTERNOS 17

 7.1.1 FORTALEZAS 17

 7.1.2 DEBILIDADES..... 22

 7.2 FACTORES EXTERNOS 23

 7.2.1 OPORTUNIDADES 23

 7.2.2 AMENAZAS 24

8. ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN EXTERNA..... 26

 8.1 OBJETIVO GENERAL..... 27

 8.2 TEMAS ESPECÍFICOS POR COMUNICAR..... 27

 A. PROCESO ELECTORAL LOCAL ORDINARIO 2023-2024 27

 B. VOTO CHILANGO DESDE EL EXTRANJERO. 31

 E.1 OBJETIVO ESPECÍFICO 31

 C. VOTO DE PERSONAS EN ESTADO DE POSTRACIÓN Y PERSONAS EN PRISIÓN PREVENTIVA.33

 E.1 OBJETIVO ESPECÍFICOS..... 34

 D. MONITOREO DE ENCUESTAS Y SONDEOS DE OPINIÓN EN MEDIOS IMPRESOS Y DIGITALES
 35

 E.1 OBJETIVO ESPECÍFICO 36

 E. DIFUSIÓN DE LOS DEBATES A CARGO DEL IECM..... 37

 E.1 OBJETIVO ESPECÍFICO 37

 F. ACTOS PREPARATORIOS DE LA CONSULTA DE PRESUPUESTO PARTICIPATIVO 2025..... 40

 G. DIFUSIÓN ORDINARIA DE PROGRAMAS INSTITUCIONALES 42

9. ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN INTERNA 45



9.1 OBJETIVO GENERAL.....	45
9.2 TEMAS ESPECÍFICOS POR COMUNICAR.....	45
H. SENTIDO DE IDENTIDAD INSTITUCIONAL.....	45
I. SISTEMA DE GESTIÓN DE CALIDAD ELECTORAL	47
J. PERSPECTIVA DE GÉNERO Y DERECHOS HUMANOS.....	49
10. MATRIZ DE RIESGOS Y OPORTUNIDADES.....	51
11. CRONOGRAMA TEMÁTICO.....	52

1. PRESENTACIÓN

Tomando como referente y guía el Plan General de Desarrollo correspondiente al periodo 2023-2026¹, el Programa Específico de Comunicación y Difusión 2024, el Programa Operativo Anual y Presupuesto de Egresos para el Ejercicio Fiscal 2024², el Manual de Planeación 2024, y en ejercicio de la atribución establecida en el Artículo 28, fracción III del Reglamento Interior, la Unidad Técnica de Comunicación Social y Difusión presenta a la Secretaría Ejecutiva la propuesta anual de la Estrategia de Difusión Institucional 2024, para ser sometida a consideración de la Junta Administrativa.

Mediante esta Estrategia, se pretende atender las necesidades comunicacionales y de difusión institucional de manera eficaz y eficiente, para cada uno de los retos y programas que deberá afrontar el IECM, entre ellos el Proceso Electoral Local Ordinario 2023-2024, una posible Consulta Popular, las actividades preparatorias de la Consulta de Presupuesto Participativo 2024 y las distintas actividades institucionales ordinarias.

El documento se encuentra alineado con los objetivos institucionales, así como con los programas generales que encabezan las instancias directivas, ejecutivas y técnicas y se encuentra armonizado con el Sistema de Gestión de Calidad Electoral (SGCE), así como con el análisis de factores internos y externos que elabora la Secretaría Administrativa del IECM. el cual, en su mapa de procesos, contiene la ficha de proceso de Comunicación Interna y Externa.

La Estrategia se integra por apartados, en cada uno de ellos se describen las distintas actividades a realizar. En los primeros seis, titulados “Presentación”; “Objetivos Generales”; “Objetivos Específicos”; “Misión”; “Visión” y “Marco Legal y Normativo”, se mencionan las disposiciones que regulan las competencias en materia de comunicación institucional y las facultades del IECM en materia de promoción del voto, participación

¹ El cual fue aprobado el 30 de enero de 2023, mediante el acuerdo IECM/ACU-CG-014/2023, por el Consejo General del IECM y el cual marca los fines institucionales y su esencia es la optimización de recursos, la transparencia, el impulso a modelos de gobierno abierto y la rendición de cuentas.

² Acuerdo IECM/ACU-CG-005/2024, del Consejo General del IECM.

ciudadana, difusión de la cultura democrática, orientación de la ciudadanía en el ejercicio de derechos político-electorales, la difusión de materiales y publicaciones institucionales relacionados con sus funciones, y la vinculación y fortalecimiento con las asociaciones políticas locales, además de la utilización de los medios para la información, difusión, capacitación y educación cívica.

En el apartado “Diagnóstico en materia de Comunicación Social y Difusión” se incluye un Informe de Evaluación de Factores Internos y Externos, mismo que refleja un análisis FODA de los contextos existentes en materia de comunicación. Asimismo, se da a conocer el análisis respecto al estatus actual en el que se encuentra la participación de las y los habitantes de la Ciudad de México en asuntos electorales y fomento de la educación cívica y la construcción de Ciudadanía, así como los factores internos y externos que atañen al Instituto.

En los apartados “Estrategia de Comunicación Externa” y “Estrategia de Comunicación Interna”, se señala el objetivo general de la estrategia de difusión institucional, los temas específicos a comunicar, así como el público objetivo, aliados estratégicos, líneas de acción, periodo de ejecución y las metas de cada tema.

La Estrategia contempla potenciar el uso de Tecnologías de la Información y Comunicación, encaminadas a profundizar, fortalecer y acercar a la institución con la ciudadanía.

Finalmente, se desarrolla una matriz de riesgos, así como el cronograma de las actividades a desarrollar.

2. OBJETIVOS GENERALES EN MATERIA DE COMUNICACIÓN SOCIAL

La Estrategia de Difusión Institucional 2024, alineada con los distintos instrumentos y normativa electoral, busca:

Contribuir al posicionamiento del IECM como el organismo público autónomo encargado de fortalecer el régimen democrático en la capital del país y facilitar los espacios para el diálogo civilizado y la toma de decisiones de quienes habitan la Ciudad de México.

Difundir y comunicar eficaz y eficientemente cada una de las etapas y actividades relacionadas con el Proceso Electoral Local Ordinario 2023-2024, mediante la implementación de campañas, mensajes e instrumentos comunicacionales que visibilicen y socialicen el quehacer institucional, así como procurar una rendición de cuentas proactiva, con un lenguaje accesible, incluyente, así como transversal en cada uno de los distintos niveles de ejecución.

Promover la cultura política y democrática en la Ciudad de México y de los derechos político-electorales; fortalecer el desarrollo de conocimientos, valores y prácticas democráticas; asegurando el buen funcionamiento de los instrumentos y mecanismos de participación ciudadana; desarrollo y coordinación para la implementación de acciones de educación, asesoría a los órganos de representación ciudadana, las organizaciones ciudadanas, los servidores (as) públicos y la ciudadanía en general; y la promoción de los principios rectores de la participación ciudadana.

En todos ellos, se seguirá potenciando el uso de herramientas digitales y tecnologías de la información y comunicación.

En el ámbito de comunicación interna, se habrá de consolidar el sentido de identidad y pertenencia institucional en el personal, anclado al festejo por el 25 aniversario del IECM.

Arraigar las buenas prácticas y respeto a derechos laborales y al desarrollo integral en igualdad de oportunidades, aspecto a considerar en la Norma Mexicana en Igualdad Laboral y No Discriminación NMX-R-025-SCFI-2015.

La Estrategia busca constituirse en una guía institucional que comprenda los siguientes principios rectores:

- **Eficacia:** Capacidad de hacer llegar el contenido de la Comunicación Social al público al que va dirigido;
- **Eficiencia:** Selección de los Medios de Comunicación para el cumplimiento de los fines de Comunicación Social al menor costo posible o bien, ofrezcan las mejores condiciones para el Ente Público;
- **Transparencia y máxima publicidad:** Difundir lo que la gente tiene derecho a ver, y hacerlo de forma clara y entendible.
- **Honradez:** Abstención de utilizar un cargo en el IECM para obtener provecho o ventaja personal o a favor de terceras personas, mediante criterios objetivos que impidan actos de corrupción;
- **Objetividad e imparcialidad:** Asignación del gasto de Comunicación Social en congruencia con los principios de no discriminación, eficacia y eficiencia, así como de respeto al pluralismo, la diversidad de opiniones y la libertad de expresión;
- **Institucionalidad:** Realización de actividades adecuadas al objeto, programas y fines del Instituto;
- **Necesidad:** Justificación de la Estrategia de Difusión con base en derechos de la población;
- **Congruencia:** Alineación del contenido del mensaje con objetivos programáticos del IECM, derechos humanos, el fin de cada campaña de Comunicación a la población objetivo;
- **Veracidad de la información:** Respeto al derecho de las personas a recibir información pública cierta;
- **Interculturalidad:** Con pleno reconocimiento de la Nación como una composición pluricultural sustentada originalmente en sus pueblos y comunidades indígenas y afromexicanas; el contenido deberá promover la convivencia armónica entre personas y comunidades para el respeto y reconocimiento de sus diferencias y derechos, en un marco de inclusión social.
- **Enfoque/perspectiva de género:** Difundir la integración de herramientas conceptuales que busquen mostrar que las diferencias entre mujeres y hombres

se dan no sólo por su determinación biológica, sino también por las diferencias culturales asignadas a los seres humanos.

- **Enfoque de derechos humanos:** Difundir cada análisis, perspectiva y estrategia orientados a la promoción y la protección de los derechos humanos como un medio y un objetivo de cualquier iniciativa de desarrollo.
- **Enfoque a la persona usuaria:** Difundir que el IECM sitúa a la persona usuaria en el punto central del quehacer institucional, para asegurarnos de:
 - Identificar sus necesidades de forma presente, futura y se satisfacen,
 - Realizar esfuerzos permanentes para superar sus expectativas y generar confianza.
 - Medir la satisfacción de las personas usuarias y se actúe con base en los resultados, de forma tal que sea posible mejorar los servicios que el Instituto Electoral brinda.
 - Comunicar y comprender sus necesidades y expectativas.

3. OBJETIVOS ESPECÍFICOS EN MATERIA DE COMUNICACIÓN SOCIAL

Los objetivos específicos habrán de contribuir a facilitar la planeación, instrumentación y evaluación de la comunicación y difusión institucional, durante el ejercicio fiscal 2024:

- Difundir y comunicar cada una de las actividades inherentes a la organización del Proceso Electoral Local Ordinario; con particular énfasis en aquellas que posibiliten el empoderamiento de la ciudadanía, relacionados con el ejercicio de los derechos político-electorales (activos y pasivos), con particular énfasis en las novedades o actividades esenciales, como son: la emisión de un voto libre e informado, el voto de la población migrante, el voto en prisión preventiva y de personas en estado de postración, la organización de los debates a cargo del IECM, la adecuada difusión de las actividades de la jornada electoral, la comunicación de resultados el día de la jornada electoral, entre otros;
- Cumplir con actividades ordinarias, entre las que se encuentran la educación para la vida en democracia, divulgación de la cultura democrática y promoción de los derechos político-electorales;
- Contribuir al fortalecimiento del régimen de partidos políticos, el fortalecimiento del desarrollo de conocimientos, valores y prácticas democráticas;
- Difundir las etapas preparatorias de la Consulta Ciudadana de Presupuesto Participativo 2025;
- En su caso, difundir la realización de una Consulta Popular o algún instrumento de Democracia Participativa emergente, que eventualmente podría solicitarse a la institución;
- Instrumentar acciones comunicacionales para conmemorar el 25 aniversario del IECM.



4. MISIÓN INSTITUCIONAL

Administrar elecciones y mecanismos de participación ciudadana íntegros e incluyentes de la Ciudad de México; promover la cultura democrática a fin de garantizar la construcción de ciudadanía y el ejercicio pleno de los derechos políticos.

5. VISIÓN INSTITUCIONAL

Somos una institución autónoma cercana a la comunidad, que fomenta la cultura democrática, la deliberación pública y el ejercicio pleno de los derechos políticos de forma incluyente; fortalecemos la democracia digital y nos consolidamos como referente internacional.

6. MARCO LEGAL Y NORMATIVO

Los artículos 35, 39, 40, 41, 116 y 122 de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos (Constitución Federal), establecen las bases jurídicas en las que se sustenta el sistema político mexicano; de las que se desprende el marco electoral que rige, entre otros, a la Ciudad de México y, por ende, al IECM.

En este tenor, la Constitución Política de la Ciudad de México (Constitución Local), en su artículo 50, párrafos primero, tercero y cuarto, establece que la organización, desarrollo y vigilancia de los procesos electorales para las elecciones de Jefatura de Gobierno, Diputaciones al Congreso, Alcaldías y concejalías de la Ciudad de México; los procesos de participación ciudadana en la Ciudad, mediante los cuales la Ciudadanía ejerce sus derechos; el diseño e implementación de las estrategias, programas, materiales y demás acciones orientadas al fomento de la educación cívica y la construcción de Ciudadanía, así como de las atribuciones que le confieren la Constitución Federal, la Constitución Local y las leyes de la materia, son funciones que realiza el IECM, cuyo ejercicio se realiza conforme a los principios rectores de certeza, legalidad, independencia, imparcialidad, objetividad y máxima publicidad.

Asimismo, conforme a los artículos 30, 35 y 36, fracciones 1, 11 y 111, del Código de Instituciones y Procedimientos Electorales de la Ciudad de México (Código), el IECM es la autoridad en materia electoral encargada de la organización, el desarrollo y la vigilancia de los procesos electorales para las elecciones de Jefatura de Gobierno, diputaciones al Congreso y de las alcaldías en la Ciudad de México, así como de los procesos de participación ciudadana; también tiene a su cargo el diseño y la implementación de las estrategias, programas, materiales y demás acciones orientadas al fomento de la educación cívica y la construcción de Ciudadanía, además de contribuir al desarrollo de la vida democrática; fortalecer el régimen de asociaciones políticas; asegurar a la Ciudadanía el ejercicio pleno de los derechos político-electorales y vigilar el cumplimiento de sus obligaciones. Referir lo de la coadyuvancia con la Dirección Ejecutiva de Educación Cívica y Construcción de Ciudadanía en materia de campañas de promoción del voto (art. 94, numeral 18).

En tanto, en el artículo 28 del Reglamento Interior del IECM, se establece que a la UTCSyD le corresponde: diseñar, producir y difundir las acciones para fortalecer la imagen institucional y consolidar la comunicación institucional; llevar a cabo la difusión integral de las actividades institucionales; presentar a la Secretaría Ejecutiva la propuesta anual de la Estrategia de Difusión Institucional, para ser sometida a consideración de la Junta Administrativa. La estrategia deberá procurar difundir de manera eficaz y eficiente los programas, políticas y actividades institucionales; planear, organizar, dirigir, coordinar y supervisar las acciones que permitan el constante suministro de información institucional a los diferentes medios de comunicación; operar las relaciones públicas e interinstitucionales; organizar conferencias de prensa, foros y entrevistas necesarias para la difusión de los planes, programas y actividades institucionales; elaborar la síntesis informativa y reportes de monitoreo de medios de comunicación impresos y electrónicos de actividades institucionales y temas de interés; ejecutar el Programa Operativo Anual aprobado por el Consejo General, respecto al proyecto de comunicación social, elaborado por la propia Unidad Técnica; apoyar a la Secretaría Ejecutiva para supervisar la correcta aplicación del Manual de Identidad Gráfica Institucional y, en su caso, proponer actualizaciones al mismo; presupuestar y atender las solicitudes de inserciones y encartes en medios impresos e Internet que se requieran para difundir las actividades del Instituto Electoral y gestionar su publicación.

Además, realizar la cobertura informativa y supervisar la transmisión de los eventos institucionales a través del Circuito Cerrado de Televisión e Internet; supervisar y emitir opinión técnica en la planeación y producción de materiales de difusión internos y externos; coadyuvar en la producción de materiales audiovisuales que requieran las diferentes áreas; asesorar a las áreas en la organización de eventos institucionales, en cuanto al manejo adecuado de la imagen institucional; coordinar la imagen gráfica y supervisar la administración del sitio de Internet del Instituto Electoral; con base en los contenidos generados por las diferentes áreas; supervisar la actualización y dar mantenimiento, con el apoyo de la UTSI, al sitio de Internet del Instituto Electoral; coadyuvar, en el diseño y aplicación de estrategias y campañas de promoción del voto, de difusión de la cultura democrática y de participación ciudadana, con perspectiva de género y de derechos humanos, de manera incluyente, no discriminatoria; administrar las cuentas institucionales de redes sociales; actualizar la videoteca y el archivo fotográfico

de las sesiones del Consejo General y demás actividades institucionales; proporcionar material fotográfico y de video sobre eventos públicos a las y los representantes de los medios de comunicación que así lo soliciten, para el cumplimiento de su labor informativa en los que participe el Instituto Electoral; y las demás que le confiera la normativa que rige al Instituto Electoral.

Por otro lado, considera también el mandato de la Ley General de Comunicación Social, norma que define y delimita la utilización de recursos públicos para los tres niveles de gobierno y los órganos autónomos de la República Mexicana.

Toda vez que el IECM resulta ser un sujeto obligado, debe tener presente y acatar lo establecido en dichas normas que establecen, entre otros aspectos, los límites de inversión de gasto público en medios de comunicación y servicios de difusión contratados, así como fomentar la rendición de cuentas. Para ello, el IECM cuenta con las Normas de racionalidad, austeridad y disciplina presupuestal y elaboró los Lineamientos Generales del Instituto Electoral de la Ciudad de México para el uso de los recursos en materia de difusión en medios impresos, electrónicos, virtuales, internet y redes sociales, los cuales regulan el ejercicio de los recursos económicos para la difusión institucional.

El IECM cuenta con Lineamientos para la administración y operación del sitio de internet, sus apartados y micrositos, así como la Red Institucional Electoral (RIE), los cuales establecen la mecánica para realizar la actualización y publicación de información en el portal institucional.

Este órgano electoral atiende también el Manual para el uso incluyente, no sexista y no discriminatorio del lenguaje en el Instituto Electoral de la Ciudad de México, el cual transforma el uso habitual del lenguaje por uno de respeto, inclusivo y libre de violencia, ya que obliga a observar la manera en que se nombra a la población femenina y de la diversidad sexual en cualquier entorno en el que participe; así como a nombrar a otras poblaciones que históricamente han sido invisibilizadas por razones más allá del género. Aunado a ello, se toma en cuenta el Manual de Identidad Gráfica, el cual permite posicionar ante la ciudadanía la comunicación visual que realiza el Instituto de manera homogénea.



Respecto a las Normas Internacionales, la Estrategia atiende a los requisitos 7.4 (Comunicación) y 8.2.1 (Comunicación con el cliente) de la Norma ISO/TS 54001:2019, los cuales instauran el flujo de interacción entre quienes habitan la ciudad, personal del Instituto, proveedores y sus actores políticos y sociales.

7. DIAGNÓSTICO EN MATERIA DE COMUNICACIÓN SOCIAL Y DIFUSIÓN

En 2024 el Instituto Electoral de la Ciudad de México deberá -de nueva cuenta- hacer frente a un escenario externo volátil, incierto, complejo y ambiguo.

La volatilidad e incertidumbre, toda vez que en esa anualidad el Proceso Electoral Local Ordinario 2023-2024 pondrá a prueba la *expertis* institucional y capacidad para encauzar y organizar una elección con pleno apego a los principios que rigen la materia electoral, no obstante, cualquier restricción y con la capacidad suficiente para hacer frente a las contingencias y desafíos que pudieran surgir.

De conformidad con el Segundo Informe sobre Cultura Cívica en la Ciudad de México 2022, el 41% de la población opina que las elecciones son limpias, situación que refleja un saldo favorable, aunque no óptimo del resultado que pudiera esperarse institucionalmente. En dicho informe, también se destaca que la población tiene mucha o algo de confianza en el IECM en 39%, mientras que los que tienen poca confianza se ubicaron en 31% y nada de confianza el 23%³.

Adicionalmente, el mismo Segundo Informe sobre Cultura Cívica en la Ciudad de México 2022, la confianza en las instituciones que conforman el sistema electoral, si únicamente se consideran elementos del sistema electoral (partidos, INE e IECM), se ubica en 31% de la población. A mayor abundamiento el Informe arroja que al preguntar por el nivel de confianza de las elecciones en general, ésta llega sólo a 18.2 %.

De ahí que, como quedó establecido en el Plan General de Desarrollo Institucional, se consideró pertinente reafirmar e incrementar el posicionamiento del IECM entre la ciudadanía capitalina residente en el extranjero, así como reforzar el posicionamiento y aumentar el grado de confianza ante la ciudadanía mediante la organización de las elecciones de la Jefatura de Gobierno, así como de las Diputaciones locales por ambos principios y Alcaldías en el marco del Proceso Electoral Local 2023-2024. Por tanto, vislumbraba la posibilidad de comunicar de forma clara, oportuna y en medios adecuados

³ Segundo Informe sobre Cultura Cívica en la Ciudad de México 2022, Pág 68



la importancia del voto informado, los procesos de participación ciudadana y las medidas organizativas de la elección de 2024. Para ello, se establece también que se procurará ampliar las alianzas del IECM con la ciudadanía para construir un clima propicio que posibilite la participación amplia e informada para decidir el voto en un clima de legalidad y no violencia.

Asimismo, el Proceso Electoral marcará el retorno definitivo a dinámicas sociales existentes previas a la pandemia del Covid-19, por lo que se vivirá la conclusión de cualquier restricción a la movilidad social que, eventualmente, se percibió por algunos sectores de la población como limitaciones al ejercicio de derechos político-electorales.

A partir de la evolución tecnológica y modificación de hábitos de consumo de medios de comunicación e información que acarreó la pandemia, es necesario afianzar el uso de instrumentos y herramientas digitales para posicionar los mensajes de las campañas institucionales, así como potenciar el uso de herramientas digitales como redes sociales, plataformas electrónicas, medios y aplicaciones conversacionales, de tal forma que se aprovechen las cualidades de dichas herramientas para reforzar el alcance y la efectividad de la comunicación institucional.

La comunicación debe encaminarse a un fortalecimiento de la cultura política democrática siendo un ámbito de actuación que no puede descuidarse, por lo tanto, es necesario profundizar los procesos de impulso a la educación cívica y construcción de ciudadanía como contribución fundamental al desarrollo de la vida democrática.

Eventualmente, también existe una posibilidad latente incidentes derivados de alta competencia política, que pudiera amenazar la realización de las actividades organizativas del proceso y la jornada electoral de 2024, situación en la que el andamiaje institucional habrá de estar al pendiente.

También debe destacarse que para el PELO 2023-2024, de acuerdo con datos integrados en el Plan General de Desarrollo Institucional el 29 % de la lista nominal nacional está conformada por personas entre los 18 y 29 años; es decir, más de 25 millones de jóvenes se encuentran habilitados para ejercer su voto. La Comisión de Organización Electoral del INE reveló que en las elecciones federales y locales de 2018 aproximadamente el 47 % de los jóvenes de 19 a 34 años no emitió su voto. Derivado de ello, se requiere propiciar



un mayor involucramiento y acabar con el desapego de este grupo etario a los procesos electorales.

Otro aspecto para destacar es que el 2024 marcará el 25 aniversario de la vida institucional, por lo que se requerirá refrendar la entrega con logros institucionales; también se deberá iniciar las actividades preparatorias de la Consulta de Presupuesto Participativo 2025.

Un elemento esencial que mide el estatus actual en el que se encuentra el IECM es el Informe de Evaluación de Factores Internos y Externos, el cual incorpora un análisis FODA con relación a los factores internos y externos que atañen al Instituto.

7.1 FACTORES INTERNOS

Los factores internos son aquellos que se controlan o no desde el Instituto, es importante su identificación en cada materia para aprovechar las fortalezas y mitigar debilidades.

7.1.1 FORTALEZAS

Indudablemente, el IECM tiene entre sus fortalezas un amplio conocimiento y experiencia en la organización de procesos electorales, mecanismos de participación ciudadana y fomento a la educación cívica; flexibilidad organizativa para cumplir con deberes institucionales; personal altamente capacitado, experimentado y comprometido; plataformas y sistemas informáticos para mejorar la eficiencia de la operación del IECM y promover la participación ciudadana mediante herramientas digitales, y presencia en diferentes medios convencionales y digitales para comunicarse con la ciudadanía.⁴ Todas esas fortalezas se habrán de utilizar para hacer frente al desafío institucional de conducir y organizar exitosamente el PELO 2023-2024.

En materia de comunicación social y difusión, se tiene presente que, durante 2023, hubo un posicionamiento positivo; con base en el reporte cualitativo y cuantitativo de las notas derivadas del servicio de monitoreo en medios electrónicos, carpeta informativa y análisis coyuntural mensual⁵, se destaca que, al corte del 31 de diciembre de 2023 se publicaron 9,019 notas sobre el IECM en medios impresos y electrónicos, de las cuales el 98% son positivas/neutras y el 2% negativas (IECM, 2023).

Actualmente, se administran dos tipos de cuentas institucionales oficiales, una para difundir información relevante para quienes habitan la Ciudad de México (@IECM) y otra para capitalinas y capitalinos que residen o viajan frecuentemente al extranjero (@VotoChilango).

Al corte de diciembre de 2024, en las cuentas institucionales que son dirigidas a habitantes de la Ciudad de México, se tiene la siguiente información:

- **X (Twitter):** 49,184 seguidores.

⁴ Plan General de Desarrollo 2024-2026, p. 62

⁵ Adjudicado mediante el acta de fallo de la Licitación Pública Nacional LPN-12-22

- **Facebook:** 65,258 seguidores.

Lo anterior, sitúa al IECM en el primer lugar, a nivel nacional, en X (Twitter) como el organismo electoral en México con el mayor número de seguidores y en el segundo sitio en Facebook, como lo muestran las siguientes tablas:

Tabla 1. Número de seguidores en Twitter de cada organismo público local electoral

Estado	Cuenta	Número de seguidores en Twitter
Aguascalientes	@IEEAGS	7,592
Baja California	@IEE_BC	5,628
Baja California Sur	@ieebcs	1,828
Campeche	@IEECampeche	5,746
Chiapas	@IEPCChiapas	11,736
Chihuahua	@IEEChihuahua	4,534
Ciudad de México	@IECM	49,184
Coahuila	@IEC_Coahuila	3,242
Colima	@IEECOLIMA	4,001
Durango	@IEPCDurango	7,453
Estado de México	@IEEM_MX	30,115
Guanajuato	@IEEG	8,320
Guerrero	@IEPCGRO	4,081
Hidalgo	@IEEHidalgo	7,888
Jalisco	@iepcjalisco	24,277
Michoacán	@IEMichoacan	7,131
Morelos	@impepac	5,209
Nayarit	@IEENayarit	2,846
Nuevo León	@ieepcnlmx	8,448
Oaxaca	@IEEPCO	18,619
Puebla	@Puebla_IEE	17,353
Querétaro	@IEEQcomunica	9,848
Quintana Roo	@IEQROO_oficial	6,383
San Luis Potosí	@ceepac	4,900
Sinaloa	@IEESINALOA	2,197
Sonora	@IEESonora	10,107
Tabasco	@IEPCTabasco	12,239
Tamaulipas	@TodosSomosIETAM	3,952
Tlaxcala	@ITETLAX	2,226
Veracruz	@ople_Ver	10,790



Fecha de emisión: 29-02-2024

Estado	Cuenta	Número de seguidores en Twitter
Yucatán	@IEPACYucatan	3,071
Zacatecas	@IEEZcs	4,881

Fuente: Twitter.com. La información se presenta por orden alfabético.

Tabla 2. Número de seguidores en Facebook de cada organismo público local electoral

Estado	Cuenta	Número de seguidores en Facebook
Aguascalientes	InstitutoEstatElectoral	10,000
Baja California	InstitutoEstatElectoraldeBajaCalifornia	31,000
Baja California Sur	ieebcs	9,300
Campeche	IEECampeche	20,000
Chiapas	IEPCChiapas	44,000
Chihuahua	IEEChihuahua	36,000
Ciudad de México	IECM	65,258
Coahuila	IECoahuila	21,000
Colima	IEECOLIMA	12,000
Durango	InstitutoElectoralDurangoIEPC	16,000
Estado de México	IEEMoficial	110,000
Guanajuato	IEEGTO	61,000
Guerrero	IEPCGRO	45,000
Hidalgo	IEEHidalgo	55,000
Jalisco	iepcjalisco	46,000
Michoacán	InstitutoElectoraldeMichoacanIEM	26,000
Morelos	impepac	15,000
Nayarit	IEENayarit	15,000
Nuevo León	ieepcnlmx	62,000
Oaxaca	InstitutoElectoraldeOaxaca	35,000
Puebla	PueblaIEE	29,000
Querétaro	IEEQcomunica	29,000
Quintana Roo	IEQROO_oficial-1004675162902227	21,000
San Luis Potosí	ceepacslp	23,000
Sinaloa	InstitutoElectoralDelEstadoDeSinaloa	22
Sonora	IEESonora	16,000
Tabasco	IEPCTabasco	21,000
Tamaulipas	Instituto-Electoral-de-Tamaulipas-Oficial-936267023105824	19,000



Estado	Cuenta	Número de seguidores en Facebook
Tlaxcala	InstitutoTlaxcaltecadeElecciones	17,000
Veracruz	OPLEVeracruz	47,000
Yucatán	IEPACYucatan	25,000
Zacatecas	IEEZacatecas	20,000

Fuente: Facebook.com. La información se presenta por orden alfabético.

La cuenta de Facebook del Instituto Electoral del Estado de México (IEEM) destaca por tener el mayor número de seguidores; sin embargo, en un monitoreo realizado, se detectó que el nivel de conversación es el 10% del que tiene el IECM, toda vez que la cuenta del organismo electoral mexiquense registra en promedio dos likes y ningún comentario en la mayoría de sus publicaciones, mientras que en la cuenta del instituto electoral capitalino la participación oscila entre los 20 likes y 10 comentarios.

En la cuenta que es dirigida al extranjero (@votochilango), a diciembre de 2023, cuenta con:

- X (Twitter): 3,207 seguidores.

Facebook: 21,000 seguidores.

En 2021 se creó la cuenta del IECM en TikTok (859 seguidores) y se reactivó la de Instagram (2,845 seguidores).

Por otro lado, el sitio web institucional (www.iecm.mx) cuenta con diversas herramientas que facilitan su accesibilidad (Inclusión) y un motor de búsqueda propio; de igual forma, los contenidos están optimizados para mejorar la navegación y experiencia del usuario.

Derivado del análisis realizado en diciembre de 2023 en los analíticos del sitio web, se destaca lo siguiente:

- El rango de edad entre los usuarios que más visitan el sitio es de 25 a 34 años.
- Los usuarios que más visitan el sitio pertenecen a la Ciudad de México.
- La mayor cantidad de tráfico recibido a través de redes sociales proviene de Facebook.
- El sitio tiene un promedio de porcentaje de rebote de 42.7%, lo cual es favorable si se toma en cuenta que un rebote representa el tiempo en que un usuario entra a una sección dentro del sitio y abandona el sitio por completo.

- Se presenta el contenido más destacable en la primera vista del sitio para que el usuario la encuentre de manera accesible y fácil.

Además, el sitio se caracteriza por ser una plataforma segura, con un certificado (SSL).

De igual forma, durante 2023, se registraron 8,101,995 visitas al sitio web institucional; es decir 161% más que en 2022, año en el que se recibieron 5,027,687.

Tabla 3. Número de visitas al portal de internet del IECM durante 2022 y 2023

Mes	Visitas portal 2022	Visitas portal 2023
Enero	469,030	453,493
Febrero	503,831	527,548
Marzo	567,096	851,342
Abril	677,985	896,271
Mayo	545,231	913,589
Junio	365,054	439,061
Julio	306,182	359,998
Agosto	325,303	758,513
Septiembre	342,579	890,334
Octubre	387,589	789,770
Noviembre	328,904	815,312
Diciembre	208,903	406,764
Total	5,027,687	8,101,995

Fuente: Google Analytics.

En materia de campañas institucionales, el IECM se ha caracterizado por generar estrategias creativas, innovadoras y no tradicionales, las cuales han sido galardonadas en los últimos años:

- En 2017, el IECM obtuvo dos preseas, la medalla de plata en la categoría de “Mejor Campaña de Fomento al Voto”, por la premiación Reed Latino. Asimismo, fue galardonado con la estatuilla “El Ángel de la Radio” otorgada por la Asociación de Radio del Valle de México por el spot “Olé Olé”.
- En 2018, el Instituto obtuvo el primer lugar en los premios Reed Latino por mejor campaña de fomento al voto y tercer lugar en manejo de redes sociales en una campaña electoral. Además, obtuvo el máximo reconocimiento por mejor campaña de correo directo y el segundo lugar en la categoría de fomento al voto en el extranjero.
- En 2020, el IECM obtuvo el primer lugar en los premios Reed Latino por la campaña musical "PartyCipa".

- En 2021 el IECM obtuvo el primer lugar en los premios Reed Latino por la campaña musical "Quien sabe, sabe".

Dicho posicionamiento de imagen institucional se ha visto favorecido, en gran medida, por integrar un enfoque de comunicación vanguardista que, además del innovar en el contenido y la forma de comunicar, apuesta por el uso de plataformas cada vez más utilizadas por el público asiduo a internet y a las redes sociales. Lo anterior, en el contexto de que la sociedad vive una era de la información distinta, con interacción en cuanto a contenidos que marcan una nueva realidad digital en el que el papel de las personas es determinante en el modelo de comunicación política.

El compromiso de impulsar una cultura de servicio a favor de la ciudadanía constituye otro pilar esencial de la institución. Por ello, cuenta con un Sistema de Gestión de Calidad Electoral, el cual no sólo es un reconocimiento a la búsqueda continua de excelencia del IECM, sino un compromiso para cumplir con las expectativas de la ciudadanía para con la institución.

A nivel de comunicación interna, se tiene una sólida política de difusión de actividades mediante la apropiación e involucramiento de todo el personal en cuanto a la Política de Calidad y Sistema de Gestión de Calidad Electoral.

Finalmente, la acreditación y certificación de la Norma Mexicana en Igualdad Laboral y no Discriminación NMX-R-205 SCFI 2015, reconoce al IECM como un centro de trabajo que cuenta con buenas prácticas en materia de igualdad laboral y no discriminación, favoreciendo el desarrollo integral de las y los trabajadores y, a su vez, el buen nivel de productividad y resultados.

7.1.2 DEBILIDADES

En el Plan General de Desarrollo Institucional se estableció que existe una falta de articulación, involucramiento y comunicación efectiva entre las oficinas centrales y los órganos desconcentrados, así como un lenguaje y formatos que no generan interés e interacción con la ciudadanía.

Por su parte, el Programa Específico de Comunicación Social y Difusión 2024, consideró que existía una "visualización, comprensión y participación del quehacer institucional

limitado, por parte de la ciudadanía, es una cuestión seria que puede tener impactos significativos en la calidad de la democracia en la ciudad y en la legitimidad de los procesos electorales. Uno de los efectos inmediatos de este problema es una baja participación electoral, ya que muchas personas pueden sentirse desconectadas o desinteresadas en el proceso político y electoral debido a la falta de comprensión. La falta de participación electoral es solo uno de los efectos negativos que este problema puede desencadenar. También puede llevar a la desconfianza en las instituciones democráticas y a la falta de rendición de cuentas por parte de los líderes políticos”.⁶

Sin duda, esos serán factores a los que se deberá hacer frente durante 2024.

7.2 FACTORES EXTERNOS

Entre los factores externos destacan aspectos sobre los cuales se tiene poco control o nulo y en ellos destacan oportunidades y amenazas. Por “oportunidades” se entiende acontecimientos o realidades del ambiente que son propicios para que la organización crezca y se desarrolle; por “amenazas” se entiende lo contrario: elementos del ambiente que pueden entorpecer el crecimiento del Instituto.

7.2.1 OPORTUNIDADES

Existen diversas oportunidades que en los documentos que guían la presente Estrategia han sido planteados, algunos de ellos son: aumentar el uso de la tecnología para actividades relacionadas con la interacción con el gobierno; generar mayor cercanía de la población con el uso de aplicaciones móviles y redes sociales, derivado del confinamiento de la pandemia; establecer alianzas con diversos grupos interesados en fomentar la cultura democrática y los derechos político-electorales entre la población; simplificar y automatizar procesos para mejorar su eficiencia y el uso de recursos; aprovechar el conocimiento de campo para trabajar de forma más cercana con la ciudadanía.

En el Segundo Informe sobre Cultura Cívica en la Ciudad de México 2022, se establece como área de oportunidad que si bien la “democracia se ha consolidado como forma de gobierno es reconocida entre la ciudadanía a través de los valores y principios que la rigen. Aprovechando esta situación, que corresponde a las instituciones encargadas de la

⁶ Programa Específico de Comunicación Social y Difusión 2024, p. 15

educación cívica a trabajar en cuatro ámbitos: comunicación eficaz, combatir el desinterés por la política, dar a conocer las instituciones y dispositivos con los que cuenta la ciudadanía, así como su impacto en la vida cotidiana, y propiciar el desarrollo de competencias para acceder, discriminar y usar la información de que dispone. La comunicación en la época actual, en la que predomina el uso de redes sociales, se encuentra influida por lo inmediato y lo efímero, abunda en mensajes cuya duración no sobrepasa el minuto, y en la que, en pocos segundos, se envía un mensaje simple y concreto que se torna bidireccional, pues su objetivo final es volverse “viral”, para que la mayor cantidad de personas replique su contenido o estén dispuestas a interactuar con él. Es en este contexto que se debe formular una estrategia de comunicación eficaz y, a la vez, aprovechar las tendencias en redes para tener exposición, impacto y, sobre todo, posicionamiento entre la ciudadanía.”⁷

Por tanto, como se estableció en el Programa de Comunicación social se requiere “promover la participación informada de la ciudadanía en procesos electorales y fortalecer la confianza en el Instituto Electoral de la Ciudad de México. Para lograrlo el propósito es implementar un enfoque estratégico, buscando una mayor comprensión y participación de la ciudadanía en las actividades institucionales, reduciendo la fragmentación y aumentando la confianza en los procesos electorales. Esto implica generar un sentido de pertenencia tanto internamente como en relación con instituciones externas. Los componentes clave incluyen investigación y segmentación de la población, diseño de una estrategia de comunicación integral que adapte mensajes claros sobre procesos electorales y derechos ciudadanos para diferentes grupos objetivos, y la colaboración con alianzas estratégicas, incluyendo medios de comunicación, autoridades, instituciones públicas y privadas y figuras políticas. Además, se destaca la importancia de un acercamiento más directo con la ciudadanía y la implementación de un monitoreo y evaluación constante para ajustar la estrategia según los resultados obtenidos.

7.2.2 AMENAZAS

Entre las amenazas que institucionalmente se han detectado se encuentran: disminución de la confianza ciudadana en los órganos electorales y en los mecanismos de participación ciudadana; participación limitada del Instituto por atribuciones conferidas al

⁷ Segundo Informe de Educación Cívica p. 117

INE; situación presupuestal incierta en esta anualidad, y una situación de polarización y violencia política.

En el Programa de Comunicación Social 2024, se indica que “muchas personas pueden sentirse desconectadas o desinteresadas en el Proceso Político y Electoral debido a la falta de comprensión. La falta de participación electoral es solo uno de los efectos negativos que este problema puede desencadenar. También puede llevar a la desconfianza en las instituciones democráticas y a la falta de rendición de cuentas por parte de los líderes políticos. Además de estos efectos directos, también existen efectos derivados que afectan otros aspectos de la vida democrática en la Ciudad de México, como la representatividad y la inclusión de diversos grupos de la sociedad en la toma de decisiones. Las causas subyacentes de este problema son complejas y multifacéticas. Una de las principales causas es la falta de información clara y relevante proporcionada a la ciudadanía sobre el funcionamiento de las instituciones gubernamentales y el proceso electoral.

Esas situaciones, mantienen como ineludible trabajar para que se genere una mayor participación a la registrada en procesos electorales anteriores. El siguiente cuadro muestra estos niveles de participación.

Tabla 4. Nivel de participación en procesos electorales

Año	Nivel de participación
2000	69.86%
2003	43.66%
2006	67.24%
2009	41.51%
2012	65.98%
2015	44.15%
2018	70.44%
2021	52.19

Fuente: Sitio web oficial del Instituto Electoral de la Ciudad de México.

Asimismo, se debe tener en cuenta que la irrupción de la Inteligencia Artificial, así como el previsible impulso de noticias falsas durante el 2024, sea para desincentivar el involucramiento y participación, así como para tratar de influir en la percepción del quehacer institucional.

Esas situaciones, mantienen como ineludible trabajar para que se genere una mayor participación a la registrada en procesos electorales anteriores.

En un contexto de avance cibernético y mayor uso de plataformas digitales, la posible intrusión de hackers en el escenario político juega también un factor de riesgo adicional, dado que el IECM podría ser sujeto a riesgos de vulnerabilidad en sus plataformas digitales y redes sociales institucionales.

La UTCSyD administra los perfiles institucionales en las redes sociales, como parte de sus atribuciones comunicacionales con la ciudadanía; no obstante, es necesario desarrollar un protocolo de atención inmediata en materia de comunicación social, a efecto de contrarrestar una eventual intromisión o hackeo de las cuentas respectivas.

Otro riesgo es la presencia de fake news, a los cuales probablemente se sumen por primera vez las Deepfakes en el proceso electoral, que son aquellos medios sintéticos, (fotos, videos o archivos de audio manipulados por inteligencia artificial); pueden aparecer para hacer que la gente diga cosas que no dijo o estar en lugares donde no estuvo, y el hecho de que están generadas por IA, que puede continuar aprendiendo, hace inevitable que puedan vencer a la tecnología convencional de detección. Junto a ello, también se podrá observar el cheapfake, que es un término que describe técnicas básicas de edición de video que tienen el fin de acelerar, ralentizar, cortar o recontextualizar el material existente para crear engaños. Si un deepfake es un vídeo alterado a través de alguna forma de aprendizaje mecánico para hibridar o generar cuerpos y rostros humanos, los cheapfakes son las manipulaciones audiovisuales creadas con software más barato y accesible.⁸

8. ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN EXTERNA

La comunicación y difusión institucional son una consecuencia de las decisiones asertivas que se establezcan respecto del principal desafío institucional de 2024: la organización y realización del Proceso Electoral Local Ordinario 2023-2024, con apego a los principios que rigen la materia. Asimismo, se trabajará continuamente en el mejoramiento del

⁸ Al respecto se puede consultar <https://news.microsoft.com/es-xl/nuevos-pasos-para-combatir-la-desinformacion/> o bien

posicionamiento de imagen institucional por parte de la ciudadanía, que ubique al IECM como organismo público autónomo, que además es encargado de promover y difundir la cultura y educación cívica.

8.1 OBJETIVO GENERAL

Formular, programar y ejecutar las herramientas de comunicación social que permitan difundir de manera eficaz y eficiente los programas, políticas y actividades del IECM, potenciando el ejercicio de los derechos político-electorales de la ciudadanía, impulsando una visión vanguardista y reconocida a nivel nacional e internacional.

8.2 TEMAS ESPECÍFICOS POR COMUNICAR

A continuación, se describe el objetivo, público específico, aliados estratégicos, líneas de acción, periodo de difusión y los alcances que servirán como indicadores que permitirán evaluar cada campaña que operará durante 2024, que serán, esencialmente las siguientes: Proceso Electoral Local Ordinario 2023-2024, comunicando y difundiendo cada uno de los eslabones, proyectos y programas institucionales, destacando, primordialmente, el voto de la comunidad residente en el extranjero, el voto en prisión preventiva, el voto de las personas en postración, violencia política en razón de género, la celebración de debates a cargo del IECM, la difusión de la jornada electoral, monitoreo de encuestas y sondeos de opinión, la invitación a difusores externos del programa de Resultados Electorales Preliminares, la difusión de resultados el día de la jornada electoral, la difusión del cómputo de la votación. También una posible Consulta Popular, las actividades preparatorias de la Consulta de Presupuesto Participativo 2025 y las distintas actividades institucionales ordinarias.

A. PROCESO ELECTORAL LOCAL ORDINARIO 2023-2024

Institucionalmente se aspira a organizar procesos electorales locales certeros e inclusivos generando valor público a la ciudadanía en función de la calidad, oportunidad, eficacia, eficiencia y rendición de cuentas. Para conseguirlo, no importarán las condiciones exógenas o de cualquier tipo que se presenten; la institución cuenta con la *expertis* y el profesionalismo necesario. La UTCSyD emprenderá acciones para que los recursos materiales, técnicos y humanos disponibles se armonicen con la pretensión institucional.

Objetivo:

Garantizar la comunicación y difusión de cada una de las actividades desplegadas en la organización del Proceso Electoral Local Ordinario 2023-2024, procurando incentivar al involucramiento y empoderamiento de la ciudadanía en el ejercicio de sus derechos político-electorales, activos y pasivos.

D.1 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Promover la imagen del IECM como la institución pública autónoma encargada de organizar las elecciones en la Ciudad de México, con apego a los principios rectores de certeza, legalidad, imparcialidad, independencia, objetividad, transparencia y máxima publicidad.
- Afianzar la imagen del IECM como referente de la gestión electoral a nivel nacional e internacional.
- Comunicar de manera eficiente a la ciudadanía las fechas, plazos y actividades del proceso electoral.
- Propiciar el conocimiento, involucramiento y participación de la ciudadanía en cada una de las decisiones que adopte el IECM durante el Proceso Electoral.
- Establecer, una estrategia digital que permita afrontar las obligaciones que le otorga la normatividad al IECM.
- Resaltar el compromiso con la prevención, detección y combate a probables asuntos derivados de temas relacionados con la violencia política en razón de género.
- Monitorear, detectar analizar y hacer frente en plataformas digitales a las fakenews, deepfakes o cheapfakes que se puedan presentar y con ello, combatir cualquier intento de desinformar.
- Concretar un Pacto de Conducta Digital, que promueva e incentive las buenas prácticas entre los principales actores del proceso electoral, a fin de que las personas que participen en la vida política de la capital del país, las instituciones políticas, los partidos o actores políticos que participen en las elecciones, se abstengan de difundir noticias falsas o artículos que causen la desinformación, mal información o información malintencionada entre la ciudadanía.

D.2 PÚBLICO OBJETIVO

Habitantes de la Ciudad de México mayores de 18 años.

D.3 ALIADOS ESTRATÉGICOS

- Partidos políticos, candidaturas sin partido y dirigencias partidistas.
- Instituciones de educación pública y privada.
- Medios de comunicación, empresas así como diversas instituciones.
- Ciudadanía activa en plataformas digitales y redes sociales.
- Observadores electorales integrantes de la Red de Observación del IECM.
- Representantes de medios de comunicación que realizan la cobertura de las actividades institucionales.
- Órganos autónomos, Gobierno de la Ciudad de México, Alcaldías y Congreso Local.

D.4 LÍNEAS DE ACCIÓN

Se elaborará una campaña integral de difusión que contemple actividades en medios tradicionales, alternativos y digitales, acorde con los objetivos específicos:

- Conferencias y reuniones (virtuales y/o, presenciales, con reporteros y líderes de opinión para explicar las etapas del proceso electoral).
- Creación y generación de contenidos que llamen al involucramiento y participación ciudadana.
- Cobertura informativa de los eventos institucionales que se realicen en el marco de los actos preparatorios de la elección, la cual conste de emisión de boletines de prensa, levantamiento de material fotográfico y de video en el lugar del evento para su difusión en redes sociales y plataformas electrónicas.
- Transmisión en vivo de eventos en el canal de YouTube, así como en las cuentas institucionales del IECM en Facebook y Twitter.
- Generación de entrevistas en radio y televisión, así como en plataformas digitales.
- Producción de cápsulas de video institucionales.
- Diseño de material audiovisual para su difusión vía WhatsApp en colaboración con las Direcciones Distritales.
- Grabaciones de audio para perifoneo y telefonía (IP Phone).



- Suscripción de convenios de colaboración institucional, anuncios en mobiliario urbano y de medios de transporte tanto visual impreso como en video.
- Establecimiento de contacto con otros aliados institucionales a fin de difundir y promover la temática del PELO 2023-2024.
- Coadyuvar en la instrumentación de un bunker digital, mediante el cual se integre por distintas áreas de la institución y permita la detección y combate de cualquier posicionamiento institucional que no beneficie el sano desarrollo del proceso electoral.

Conforme a disponibilidad presupuestal:

- Monitoreo de programas de radio y televisión que difundan noticias durante el periodo de campañas del Proceso Electoral Local ordinario 2023-2024.
- Monitoreo de encuestas difundidas en medios de comunicación impresos y digitales.
- Contratación de pauta en redes sociales en Ciudad de México.
- Inserciones en medios de comunicación impresos y digitales para la difusión de las principales actividades y novedades del proceso electoral.
- Instauración de campañas mediante el uso de nuevas plataformas electrónicas como banners en dispositivos móviles (celulares, tablets, etc.) como medio creciente en el uso de la información y del entretenimiento de la sociedad.
- Monitoreo de la conversación de actores políticos en redes sociales y portales web mediante proveedor especializado.

D.5 PERIODO DE EJECUCIÓN

Enero-septiembre de 2024.

D.6 ALCANCE

ALCANCE	INDICADOR
Impacto positivo o neutro en, al menos, un 80% de notas periodísticas en medios de comunicación.	Impacto positivo (Ip) = Número de notas positivas (Np) por cien, entre la suma de notas publicadas (NP). $Ip = (Np \cdot 100) / NP$
Alcance de la conversación en redes sociales (Twitter y Facebook)	Alcance (A) = Número de impresiones del mes actual (NiaAct) por cien, entre el número de impresiones del mes inmediato anterior (NiAnt). $A = (NiAct \cdot 100 / NiAnt)$

B. VOTO CHILANGO DESDE EL EXTRANJERO.

Objetivo: Informar a las y los ciudadanos de la Ciudad de México residentes en el extranjero el derecho que tienen a votar para elegir la Jefatura de Gobierno y Diputación Migrante para la Ciudad de México, proporcionando y acercando toda la información necesaria para la inscripción en la lista nominal de electores y facilitar la emisión de un sufragio libre e informado.

La Estrategia plantea focalizar esfuerzos en los países que tuvieron mayor participación durante el PELO 2021 y en las ciudades de los Estados Unidos de Norteamérica que registraron mayor número de chilangos residentes en el exterior; sin dejar de lado el trabajo a realizar en otras naciones y ciudades de diferentes continentes; así como en los lugares en los que se podrá votar presencialmente. También se considera la creación de mensajes para que los habitantes de la capital del país con familiares o amigos residentes en el extranjero repliquen la existencia de este derecho en la Ciudad de México.

La estrategia a instrumentar estará alineada a las acciones a desarrollar en la Estrategia de Vinculación con la Ciudadanía de la Ciudad de México residente en el extranjero, a cargo del área de Vinculación.

En la capital del país, las experiencias en ciclos electorales previos han sido favorables, situación que obliga al IECM a mejorar sus estrategias. Se tiene previsto continuar con las entrevistas a consejeros y consejeras en medios de comunicación escrita, radio y de Televisión o portales electrónicos de impacto en el extranjero.

E.1 OBJETIVO ESPECÍFICO

Incentivar la credencialización de la ciudadanía de la Ciudad de México residentes en el extranjero (hasta el mes de febrero de 2024) así como invitar a que ejerzan su derecho en alguna de las modalidades que se implementarán, acercando la información para que emitan un voto libre e informado.

E.2 PÚBLICO OBJETIVO

Personas originarias de la Ciudad de México residentes en el extranjero.

Personas que residen o habitan en la Ciudad de México y que tienen familiares o conocidos residentes en el extranjero.

Organizaciones de la Sociedad Civil con presencia o trabajo con personas originarias de la Ciudad de México.

Representaciones diplomáticas del Estado Mexicano.

E.3 ALIADOS ESTRATÉGICOS

- Partidos políticos, candidaturas sin partido y dirigencias partidistas
- Embajadas y consulados de México
- Organizaciones de migrantes radicados en el extranjero
- Medios de comunicación con presencia en el extranjero

E.4 LÍNEAS DE ACCIÓN

- Actualización permanente del sitio web institucional www.votochilango.mx con el objetivo de fortalecer una herramienta de consulta actualizada y periódica para la ciudadanía interesada en el voto desde el extranjero, así como enlazar los contenidos de este Instituto con los del INE.
- Emisión de mensajes en plataformas digitales, mediante el uso de hashtags, GIF's, infografías, videos promocionales y animaciones que motiven la interacción o conversación con las y los usuarios.
- En su caso, generación y utilización de medios de comunicación con el fin de proporcionar la mayor cantidad de información a las y los votantes en el extranjero, tales como: radiodifusoras, cadenas de televisión y prensa, portales y canales de televisión por Internet, así como espacios dispuestos a hacer entrevistas a las y los consejeros electorales del Instituto.
- Convocatoria a medios de comunicación para realizar cobertura de las actividades previstas en la Estrategia de Vinculación.
- Gestión de entrevistas a consejeros electorales en medios de comunicación impresos y electrónicos con cobertura en el extranjero y/o en México así como los Servicios Públicos de Radiodifusión
- Diseño de folletos informativos electrónicos sobre la Jefatura de Gobierno y Diputación migrante.

- Publicación del Boletín mensual Corazón Chilango, en coordinación con la Dirección de Vinculación con Organismos Externos para su distribución vía correo electrónico y redes sociales con contenidos y material gráfico de la campaña institucional.
- Emisión de Boletines informativos.
De contar con suficiencia presupuestal:
- Solicitar se continúe con la transmisión de spots en pantallas del AICM
- Gestión de entrevistas, transmisiones en vivo de encuentros con organizaciones y conferencias de prensa).
- Difusión del Programa de contacto telefónico INETEL-IECM para reforzar la inscripción a la LNERE en todos los productos comunicacionales, a fin de lograr la mayor cantidad de activaciones de CPVE e incrementar el número de ciudadanas y ciudadanos inscritos en la LNERE.
- Promoción y difusión del debate entre las y los candidatos a ocupar la Diputación Migrante.

E.5 PERIODO DE EJECUCIÓN

Enero a Junio de 2024.

E.6 ALCANCE

ALCANCE	INDICADOR
Impacto positivo o neutro en, al menos, un 80% de notas periodísticas en medios de comunicación con presencia en el extranjero.	Impacto positivo (Ip) = Número de notas positivas (Np) por cien, entre la suma de notas publicadas (NP). $Ip = (Np \cdot 100) / NP$
Alcance de la conversación en redes sociales (Twitter y Facebook).	Alcance (A) = Número de impresiones del mes actual (NiaAct) por cien, entre el número de impresiones del mes inmediato anterior (NiAnt). $A = (NiAct \cdot 100 / NiAnt).$

C. VOTO DE PERSONAS EN ESTADO DE POSTRACIÓN Y PERSONAS EN PRISIÓN PREVENTIVA.

El ensanchamiento de los derechos de la población y la visibilización de grupos de atención prioritaria es un quehacer constante e ineludible en el IECM. El Proceso Electoral

Local ordinario 2023-2024 tendrá como novedad la implementación del voto de personas en estado de postración y en prisión preventiva.

Objetivo: Informar a las y los ciudadanos de la Ciudad de México de la implementación del voto de personas en estado de postración y en prisión preventiva; para ambos casos, generar productos comunicacionales que permitan el ejercicio de un voto libre e informado.

E.1 OBJETIVO ESPECÍFICOS

Motivar el involucramiento de las personas en prisión preventiva que posibiliten emitir un voto libre e informado, así como informar a los habitantes de la capital del país del ensanchamiento de derechos político-electorales de sectores que históricamente han sido invisibilizados.

E.2 PÚBLICO OBJETIVO

Personas residentes de la Ciudad de México.

Personas en prisión preventiva.

Familiares, conocidos o amigos de personas en estado de postración.

Organizaciones de la Sociedad Civil con trabajo a favor de grupos de atención prioritaria.

E.3 ALIADOS ESTRATÉGICOS

- Autoridades del sistema penitenciario de la Ciudad de México.
- Partidos políticos, candidaturas sin partido y dirigencias partidistas.
- Organizaciones de la sociedad civil.
- Medios de comunicación.

E.4 LÍNEAS DE ACCIÓN

- Informar de las etapas y periodos que posibilitarán el voto anticipado de estos sectores de la población.
- Comunicar a las y los habitantes de la Ciudad de México del ensanchamiento de derechos político-electorales.
- En su caso, organizar y difundir un debate en sede penitenciaria.

- Difundir en redes sociales y sitio institucional las novedades del proceso electoral.
- Generación de condiciones para que se difundan los debates a cargo del IECM en los centros penitenciarios.
- Emisión de mensajes en plataformas digitales, mediante el uso de hashtags, GIF's, infografías, videos promocionales y animaciones que motiven la interacción o conversación con las y los usuarios.
- Diseño de productos comunicacionales para ser colocados o difundidos en los centros de readaptación social.

E.5 PERIODO DE EJECUCIÓN

Enero a Junio de 2024.

E.6 ALCANCE

ALCANCE	INDICADOR
Impacto positivo o neutro en, al menos, un 80% de notas periodísticas en medios de comunicación.	Impacto positivo (Ip) = Número de notas positivas (Np) por cien, entre la suma de notas publicadas (NP). $Ip = (Np \cdot 100) / NP$

D. MONITOREO DE ENCUESTAS Y SONDEOS DE OPINIÓN EN MEDIOS IMPRESOS Y DIGITALES

La normativa electoral establece que se debe llevar a cabo un monitoreo en materia de encuestas respecto de publicaciones impresas y de aquellas difundidas en medios digitales, con el propósito de dar a conocer a la sociedad de manera integral, veraz y oportuna las preferencias o tendencias electorales,

Objetivo:

Realizar el monitoreo diario de publicaciones impresas y digitales sobre preferencias electorales; así como remitirlos a la Secretaría Ejecutiva para que se presente un informe en cada sesión ordinaria al Consejo General, y publicar en la página de internet los informes de cumplimiento que se presenten al Consejo General.

E.1 OBJETIVO ESPECÍFICO

Mediante el monitoreo se posibilita tutelar los derechos a la información y a la libertad de expresión en su dimensión social; lo que contribuye a la formación y mantenimiento de una opinión pública, libre y bien informada.

E.2 PÚBLICO OBJETIVO

Personas residentes de la Ciudad de México.

E.3 ALIADOS ESTRATÉGICOS

- Medios de comunicación impresos y digitales.

E.4 LÍNEAS DE ACCIÓN

- Realizar la búsqueda y detección de encuestas y sondeos de opinión en medios impresos.
- Realizar la búsqueda y detección de encuestas y sondeos de opinión en medios digitales.
- Elaborar y remitir a la Secretaría Ejecutiva el seguimiento de las encuestas detectadas para que se presente un informe en cada sesión ordinaria del Consejo General.

E.5 PERIODO DE EJECUCIÓN

Enero a Junio de 2024.

E.6 ALCANCE

ALCANCE	INDICADOR
Detección de encuestas y sondeos de opinión en medios de comunicación impresos y digitales, para su integración en un informe mensual que se conoce por el Consejo General, así como su publicación en la página web institucional.	Impacto positivo (Ip) = (NI) Número de informes presentados a Consejo General en sesiones ordinarias de enero a junio por cien entre 6 meses. $Ip = (NI*100)/6$

E. DIFUSIÓN DE LOS DEBATES A CARGO DEL IECM

Mediante el IECM/ACU-CG-068/2023, se creó la Comisión Provisional de Seguimiento para la Organización y Celebración de Debates a cargo de este Instituto Electoral, la cual ha determinado organizar los siguientes debates, como mínimo:

Elección	No. de Debates
Jefatura de Gobierno.	3
Alcaldías.	16
Diputaciones de Mayoría Relativa.	33
Diputación Migrante.	1
Diputación de Representación Proporcional.	1
De representaciones partidistas.	1

Objetivo:

Difundir ampliamente los debates a cargo del IECM, que se realicen durante el periodo de campañas del Proceso Electoral Local Ordinario 2023-2024.

E.1 OBJETIVO ESPECÍFICO

Asegurar que el nivel de difusión de los debates a cargo del Instituto Electoral abarque la totalidad del área geográfica donde se verificará la elección de que se trate.

Vigilar que los debates de las personas candidatas a la Jefatura de Gobierno, organizados por el Instituto Electoral, sean transmitidos por las estaciones de radio y canales de televisión de las concesionarias locales de uso público de la Ciudad de México.

Cuidar que las señales radiodifundidas que el Instituto Electoral genere para la difusión de estos debates organizados puedan ser utilizadas en vivo y en forma gratuita, por los demás concesionarios de radio y televisión, así como por otros concesionarios de telecomunicaciones.

Impulsar ante los medios de comunicación, instituciones académicas, sociedad civil, así como ante personas físicas y morales, la organización y celebración de debates, como ejercicios de información, análisis y contraste de ideas, propuestas y plataformas electorales.

Garantizar que, en la transmisión de los debates a cargo del Instituto Electoral, aparezca a cuadro la cintilla que haga referencia a evitar la compra y coacción del voto, así como la promoción del voto libre y secreto.

E.2 PÚBLICO OBJETIVO

Habitantes de la Ciudad de México.

E.3 ALIADOS ESTRATÉGICOS

- Partidos políticos y, eventualmente, candidaturas sin partido que participen en el Proceso Electoral Local ordinario 2023-2024.
- Medios de comunicación: radio, televisión, impresos, digitales y redes sociales que cuenten con cobertura en la Ciudad de México.

E.4 LÍNEAS DE ACCIÓN

- Difundir cada uno de los debates que organice el IECM, poniendo particular énfasis en el área geográfica de la elección de que se trate.
- Invitar a los medios a que difundan los debates de Jefatura de gobierno y, en su caso, de las demás elecciones que organiza el IECM.
- Planear, instrumentar y evaluar una Estrategia de Difusión para la difusión de los debates.



E.5 PERIODO DE EJECUCIÓN

Marzo a 29 de mayo de 2024.

E.6 ALCANCE

ALCANCE	INDICADOR
Debates a cargo del IECM.	Impacto positivo (Ip) = (DD) Debates difundidos por medios de comunicación: radio, televisión, impresos, digitales y redes sociales por 100 entre el número de debates organizados por el IECM (DO). $Ip = (DD \cdot 100) / DO$

F. ACTOS PREPARATORIOS DE LA CONSULTA DE PRESUPUESTO

PARTICIPATIVO 2025.

El IECM deberá desplegar acciones para promover el apropiamiento de la ciudadanía de los instrumentos de participación ciudadana, como es la Consulta Presupuesto Participativo 2025.

Objetivo: Informar a la ciudadanía de los actos preparatorios de la Consulta Ciudadana de Presupuesto Participativo, una vez concluido el Proceso Electoral Local Ordinario 2023-2024.

A.1 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

Comunicar y difundir las determinaciones adoptadas para organizar la Consulta de Presupuesto Participativo 2025, destacando la utilidad y trascendencia del Presupuesto Participativo en beneficio de las y los habitantes de las diferentes comunidades de la capital del país.

- Incentivar el apoderamiento de la ciudadanía de la Consulta de Presupuesto Participativo.

A.2 PÚBLICO OBJETIVO

Habitantes y ciudadanía de la Ciudad de México.

A.3 ALIADOS ESTRATÉGICOS

- Organizaciones de la Sociedad Civil.
- Gobierno de la Ciudad de México, Alcaldías, Congreso de la Ciudad de México y órganos locales autónomos.
- Instituciones de educación pública y privada.
- Iniciativa privada y medios de comunicación.
- Ciudadanía activa en plataformas digitales y redes sociales.
- Observadores electorales integrantes de la Red de Observación del IECM.

A.4 LÍNEAS DE ACCIÓN

- Producción y pauta de mensajes en radio y/o televisión para difundirse a través de los tiempos que el INE asigna al IECM.
- Grabación de video cápsulas e infografías con contenidos específicos de los actos preparatorios.
- Producción y difusión de contenidos en plataformas digitales.

A.5 PERIODO DE EJECUCIÓN

Septiembre a diciembre de 2024.

A.6 ALCANCE

ALCANCE	INDICADOR
Impacto positivo o neutro en, al menos, un 80% de notas periodísticas en medios de comunicación.	Impacto positivo (Ip) = Número de notas positivas (Np) por cien, entre la suma de notas publicadas (NP). $Ip = (Np \cdot 100) / NP$

G. DIFUSIÓN ORDINARIA DE PROGRAMAS INSTITUCIONALES

Durante 2024, el IECM cumplirá 25 años de servir a la ciudadanía de la capital del país; la cual es una oportunidad para demostrar que esta institución se encuentra en constante evolución y actividad, procurando estar a la altura de las necesidades del proceso democrático y sujetando su actuar a los principios que rigen la actividad electoral. Diversos programas acreditan el funcionamiento permanente, como son:

Capacitación y difusión de instrumentos de Participación Ciudadana; capacitación, educación, asesoría y comunicación sobre las atribuciones de los órganos de representación ciudadana, organizaciones ciudadanas y ciudadanía en general; educación cívica y construcción de ciudadanía: vinculación y fortalecimiento de las asociaciones políticas. organización y geoestadística electoral, y promoción y desarrollo de los principios rectores de la participación ciudadana.

G.1 OBJETIVO ESPECÍFICO

Difundir las actividades de carácter ordinario bajo el principio de máxima publicidad a efecto de posicionar la imagen institucional del organismo como una institución cercana a la ciudadanía.

G.2 PUBLICO OBJETIVO

Habitantes y ciudadanía de la capital del país.

G.3 ALIADOS ESTRATÉGICOS

- Cuentas vecinales en redes sociales institucionales a cargo de la UTCSyD, específicamente Twitter, Facebook e Instagram, así como de cuentas de redes sociales vía la aplicación WhatsApp mediante línea de contactos de las Direcciones Distritales del IECM.
- Alcaldías, Congreso, Gobierno y órganos autónomos de la Ciudad de México.
- Organizaciones Ciudadanas cuyo eje de acción sea la promoción de la difusión de valores democráticos y el involucramiento ciudadano en los asuntos públicos.
- Ciudadanía activa en plataformas digitales y redes sociales.
- Observadores electorales integrantes de la Red de Observación del IECM.

- Representantes de medios de comunicación que realizan la cobertura de las actividades institucionales.

G.4 LÍNEAS DE ACCIÓN

- Generación de entrevistas de personas consejeras electorales con representantes de medios de comunicación.
- Creación de contenidos y mensajes institucionales en el que se difundan la realización de las asambleas, así como las diversas etapas para la delimitación de circunscripciones.
- Cobertura informativa y difusión de eventos institucionales.
- Transmisión en vivo de eventos en el canal de YouTube, así como en las cuentas institucionales del IECM en Facebook y Twitter.
- Monitoreo y seguimiento de la información que se genere en medios de comunicación impresos y electrónicos sobre el organismo y temas de interés institucional.
- Diseño y producción de materiales auxiliares de difusión para los programas habituales de las áreas del IECM.
- Generación y producción de cápsulas de video institucionales.
- Generación y producción de banners, videos, infografías o gifs de video institucionales para su difusión auxiliar con aplicación WhatsApp mediante colaboración de las Direcciones Distritales.

G.5 PERIODO DE EJECUCIÓN

Enero a diciembre de 2024.

G.6 ALCANCE

META	INDICADOR
ALCANCE	INDICADOR
Impacto positivo o neutro en, al menos, un 80% de notas periodísticas en medios de comunicación.	Impacto positivo (Ip) = Número de notas positivas (Np) por cien, entre la suma de notas publicadas (NP). $Ip = (Np \cdot 100) / NP$
Alcance de la conversación en redes sociales (Twitter y Facebook).	Alcance (A) = Número de impresiones del mes actual (NiaAct) por cien, entre el número de impresiones del mes inmediato anterior (NiAnt). $A = (NiAct \cdot 100 / NiAnt)$

9. ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN INTERNA

Cumplir 25 de años de servicio a la población, haber demostrado en cada proceso electoral y proceso de participación ciudadana que se rige el actuar institucional por los principios que rige la materia, enaltece a cada una de las personas que prestan sus servicios en la institución.

9.1 OBJETIVO GENERAL

Generar instrumentos de comunicación para fortalecer el sentido de pertenencia de las personas que prestan su servicio en el IECM, mediante la elaboración de mensajes con motivo del 25 aniversario.

9.2 TEMAS ESPECÍFICOS POR COMUNICAR

Sentido de identidad institucional; Sistema de Gestión de Calidad Electoral y ambiente laboral favorable con perspectiva de género y Derechos Humanos, Plan General de Desarrollo 2023-2027.

H. SENTIDO DE IDENTIDAD INSTITUCIONAL

La identidad institucional arropa y da forma a un ente público a través de cada una de las personas servidoras públicas que lo integran. Pese al impacto que pudieran generar decisiones ajenas a la institución, producto del rediseño institucional, la reducción presupuestal, ataques externos de actores políticos o el resurgimiento de una contingencia sanitaria, la identidad y sentido de pertenencia de la institución debe fortalecerse. El talento humano de la institución debe sentirse respaldado y cobijado en todo momento; para ello, se deberán comunicar oportuna y eficazmente cada uno de las determinaciones que a nivel organizacional se tomen desde el más alto nivel para encaminar las tareas y afrontar posibles crisis.

H.1 OBJETIVO ESPECÍFICO

- Fortalecer el sentido de pertenencia del personal del IECM.



- Difundir acciones encaminadas a fomentar una política de calidad a favor del cliente.
- Difundir al interior de la institución información encaminada a erradicar acciones y comportamientos inapropiados para evitar el acoso laboral, sexual y cualquier tipo de violencia.
- Difundir los protocolos, medidas y acciones que se establezcan para garantizar la seguridad del personal de la institución.

H.2 PÚBLICO OBJETIVO

Personal de sede central, sedes distritales y almacén del IECM.

H.3 ALIADOS ESTRATÉGICOS

- Secretaría Ejecutiva.
- Secretaría Administrativa.
- Unidad Técnica de Sistemas Informáticos.
- Área de Género y Derechos Humanos.

H.4 LÍNEAS DE ACCIÓN

Se dará difusión a cada programa institucional considerando las siguientes acciones:

- Publicación de información en el Sitio de Intranet: Red Institucional Electoral (RIE).
- Envío de correos electrónicos institucionales a nivel masivo.

H.5 PERIODO DE EJECUCIÓN

Enero a Diciembre de 2023.

H.6 ALCANCE

ALCANCE	INDICADOR
Publicaciones realizadas en la Red Institucional Electoral (RIE).	Alcance (A) = Número de visitas actuales (NVA) por cien, entre el número de visitas del mes anterior (NVMA). $A = (NVA \cdot 100) / NVMA$

I. SISTEMA DE GESTIÓN DE CALIDAD ELECTORAL

El Sistema de Gestión de Calidad Electoral (SGCE) es una herramienta de administración de procesos basada en la norma ISO/TS 54001:2019 (ISO Electoral) que permite al IECM planear, ejecutar y controlar los procesos electorales, los mecanismos de participación ciudadana y las actividades de fomento a la educación cívica, de acuerdo con los objetivos planteados y asegurando altos estándares de calidad en la prestación de dichos servicios. En un año de pandemia, el reto consistirá en aprovechar la experiencia adquirida para que el SGCE continúe operando, sea de forma remota o presencial.

Fue en 2107, cuando el IECM obtuvo la primera certificación, misma que abarcó un trienio, la cual se refrendó en 2022 y 2023. Eventualmente, se deberá trabajar para mantenerla en 2024.

La ISO Electoral es un estándar internacional de calidad, supervisado por la Organización de los Estados Americanos (OEA), a través de su Órgano Internacional de Acreditación Electoral (IEAB por sus siglas en inglés) y la certificación avalará a la institución durante el próximo trienio 2023-2025.

I.1 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Difundir los contenidos relativos al Sistema de Gestión del Calidad Electoral, vinculados con el cumplimiento de atribuciones virtuales o presenciales.
- Difusión para la atención de los hallazgos de las auditorías internas y externas.

I.2 PÚBLICO OBJETIVO

Personal de sede central, sedes distritales y almacén del IECM.

I.3 ALIADOS ESTRATÉGICOS

- Secretaría Ejecutiva.
- Secretaría Administrativa.
- Unidad Técnica de Sistemas Informáticos.

I.4 LÍNEAS DE ACCIÓN

Se dará difusión del Sistema de Gestión de Calidad Electoral considerando las siguientes acciones:



- Reforzamiento de la difusión de la política y objetivos de calidad a través de los medios de comunicación internos.
- Priorización del repositorio del Sistema de Gestión de Calidad Electoral en la página principal de Intranet (RIE), en el portal institucional.

1.5 PERIODO DE EJECUCIÓN

Este proceso se ejecutará durante todo el 2023.

1.6 ALCANCE

ALCANCE	INDICADOR
Publicaciones realizadas en la Red Institucional Electoral (RIE).	Alcance (A) = Número de visitas actuales (NVA) por cien, entre el número de visitas del mes anterior (NVMA). $A = (NVA \cdot 100) / NVMA$

J. PERSPECTIVA DE GÉNERO Y DERECHOS HUMANOS.

El compromiso institucional con la visibilización, prevención y combate a la violencia política en razón de género es un aspecto que distingue a la institución, a pesar de la existencia o robustez del número de personas servidoras públicas dedicadas a esta actividad, directamente. Actualmente se cuenta con las Normas Mexicanas en Igualdad Laboral y No Discriminación NMX-R-025-SCFI-2015, la cual reconoce las prácticas de igualdad laboral y no discriminación, como aspectos esenciales para fomentar el desarrollo integral de la planta trabajadora.

J.1 OBJETIVO ESPECÍFICO

- Generar contenidos digitales para refrendar el compromiso al respeto de los derechos laborales y el desarrollo integral en igualdad de oportunidades del personal.
- Dar a conocer los instrumentos de la materia para mantener un compromiso de sensibilización en materia de inclusión.

J.2 PÚBLICO OBJETIVO

Personal de sede central, sedes distritales y almacén del IECM.

J.3 INSTANCIAS PARTICIPANTES

- Dirección Ejecutiva de Género, Derechos Humanos, Educación Cívica y Construcción Ciudadana.
- Red de Observación.

J.4 LÍNEAS DE ACCIÓN

Se colaborará con la Comisión y el área responsable para el diseño y desarrollo de acciones permanentes de difusión para concientizar al personal sobre la perspectiva de género y derechos humanos:

- Difusión de contenidos de corresponsabilidad laboral.
- Elaboración de materiales digitales.

J.5 PERIODO DE EJECUCIÓN

Este proceso se ejecutará durante todo el 2024.



J.6 ALCANCE

ALCANCE	INDICADOR
Publicaciones realizadas en la Red Institucional Electoral (RIE).	Alcance (A) = Número de visitas actuales (NVA) por cien, entre el número de visitas del mes anterior (NVMA). $A = (NVA \cdot 100) / NVMA$



10. MATRIZ DE RIESGOS Y OPORTUNIDADES

MATRIZ DE GESTIÓN DE RIESGOS

CÓDIGO: SA/SGC/MR/01
Fecha de revisión:
Fecha de emisión:

Área responsable: UTCsyD

Fecha del análisis: 11/09/2023

Fecha de revisión de la SGC:

Folio de actualización en el repositorio del SGCE:

SECCIÓN 1 IDENTIFICACIÓN DE LOS RIESGOS						SECCIÓN 2 ANÁLISIS Y EVALUACIÓN DE LOS RIESGOS Y DE LOS CONTROLES EXISTENTES										SECCIÓN 3 TRATAMIENTO DE LOS RIESGOS							
Nº	SUBPROCESO O ACTIVIDAD CONTENIDA EN EL PROGRAMA INSTITUCIONAL RESPECTIVO (PIPI, PIP o PRC), DE SER EL CASO, O ACTIVIDAD SUSTANTIVA DE LA QUE SE TRATA	CLASIFICACIÓN DEL RIESGO	RIESGO A EVALUAR	DESCRIPCIÓN DEL RIESGO QUE AFECTE O PUEDA AFECTAR EL LOGRO DE LOS RESULTADOS PREVISTOS, CAUSAS QUE ORIGINAN EL RIESGO	CONSECUENCIAS EN CASO DE MATERIALIZARSE EL RIESGO	PARTE (S) INTERESADA (S) AFECTADA (S)	PROBABILIDAD			IMPACTO			NIVEL DE RIESGO INICIAL (NRI)	CONTROLES EXISTENTES	EFECTIVIDAD DEL CONTROL			NIVEL DE RIESGO RESIDUAL (NRR)	TRATAMIENTO	ACCIÓN (S) PARA TRATAR LOS RIESGOS	FECHA DE INICIO (dd/mm/aa)	FECHA DE TÉRMINO (dd/mm/aa)	ÁREA RESPONSABLE DEL SEGUIMIENTO DE LA ACCIÓN
							ALTO	MEDIO	BAJO	ALTO	MEDIO	BAJO			ALTO	MEDIO	BAJO						
1	Emisión de falanxeros por parte de figuras externas al IECM Coahuila al cumplimiento OES, del PGD 2023-2026, visibilizando y socializando la función del quehacer institucional, promoviendo la participación de la ciudadanía de manera informada.	Sociales	Desinformación para la ciudadanía	Generación de contenidos por parte de medios de comunicación, figuras políticas o entes ajenos al IECM que generen confusión respecto al quehacer institucional.	1.- Ciudadanía desinformada	Ciudadanía e IECM	2			2			4	Estrategia de Difusión 2024	2			1.47	Nivel de riesgo aceptable (NRA)		01/01/2024	31/12/2024	UTCsyD
2	Producción de audiovisuales para plataformas digitales Comunicación institucional integrada Ejecución de los proyectos y/o actividades institucionales de la UTCsyD.	Operacionales	Deficiente profundización de materiales	Insuficiente equipamiento para procesar video ante el incremento de solicitudes de audiovisuales, tutoriales y diversos materiales a difundir.	1.- Comunicación videográfica a insuficiente para difundir mensajes institucionales	Ciudadanía, proveedores e IECM	2			2			4	Estrategia de Difusión 2024	2			1.47	Nivel de riesgo aceptable (NRA)		01/01/2024	31/12/2024	UTCsyD
3	Transmisión adecuada de mensajes en redes sociales de las actividades institucionales.	Tecnológicos	Possible hackeo de las cuentas institucionales en redes sociales	Con base en experiencias previas con otros OPRES y organismos gubernamentales, existe cierta posibilidad de hackeo de las cuentas institucionales en redes sociales del IECM.	1.- Incomunicación de mensajes institucionales en tiempo y forma.	Ciudadanía, proveedores e IECM	2			2			4	Políticas de operación de cada red social	3			0.13	Nivel de riesgo aceptable (NRA)		01/01/2024	31/10/2024	UTCsyD
4	Administración del sitio web institucional.	Tecnológicos	Possible hackeo del sitio web institucional	Con base en experiencias previas con otros organismos gubernamentales, existe cierta posibilidad de hackeo al sitio web del IECM.	1.- Daño a la imagen institucional 2.- Suspensión respecto a la operación institucional.	Ciudadanía e IECM	2			2			4	Protocolos de seguridad de la UTSI y Guía para la administración y Operación del Sitio de Internet, sus Aparatos y Micrositios, así como de la Red Institucional Electoral (RIE)	3			0.13	Nivel de riesgo aceptable (NRA)		01/01/2024	31/10/2024	UTCsyD
5	Administración del sitio web institucional.	Operacionales	Impedimentos para el desarrollo de la comunicación institucional	Afectación del desarrollo y logro de objetivos de las distintas acciones en materia de Comunicación Social y Difusión, a causa de una alteración extraordinaria de la movilidad e interacción social, producto de eventos fortuitos, tales como: sismos, contingencias ambientales, contingencias sanitarias, amplia movilizaciones sociales y políticas.	1.- Imposibilidad para atender las acciones en materia de Comunicación Social y Difusión	Ciudadanía, proveedores e IECM	1			2			2	La UTCsyD ha establecido acciones de comunicación en medios digitales en la Estrategia de Comunicación Social y Procedimiento para el desarrollo de micrositios	3			0.07	Nivel de riesgo aceptable (NRA)		01/01/2024	31/12/2024	UTCsyD
6	Campaña de difusión del Proceso Electoral Local Ordinario (PELO) hacia la ciudadanía, con alto impacto.	Políticos	Reducción de tiempos asignados por el INE	Ante precedentes de que al IECM le han cancelado o disminuido los tiempos asignados al aire en Radio y TV, se corre el riesgo de que los mensajes institucionales en la campaña para el PELO 2023-2024 no llegue a la audiencia esperada.	1. Alcance limitado de la difusión 2. No interactuar con el público objetivo	Ciudadanía, INE e IECM	2			3			6	Sistema de Administración de los Tiempos Oficiales del Estado para fines electorales	2			2.20	Reducir riesgo	Difundir materiales audiovisuales en medios de comunicación alternos digitales.	01/01/2024	31/12/2024	UTCsyD

ALTO

Es necesario dar tratamiento al Riesgo.

MEDIO

Es recomendable dar tratamiento al Riesgo.

BAJO

Nivel de Riesgo Aceptable.

Elaboró

Aprobó

Nombre:

Lic. Gpe Enrique Castellanos García

Mtro. Salvador Gabriel Macías Payán

Puesto:

Analista Administrativo

Titular de la Unidad

Firma:

Documento de referencia: SA/SGC/PR/01
La versión vigente de este documento se encuentra en el repositorio del SGCE

11. CRONOGRAMA
TEMÁTICO

Candidaturas sin partido	Ruta Indi	1. Etapa previa 2. Convocatoria 3. Solicitud de registro 4. Recabación de firmas 5. Registro de candidatura	julio 2023 a febrero 2024
Proceso Electoral	Las elecciones son nuestras	1. Preparación (convocatoria, declaratoria de inicio, cargos a elegir, preparativos de la jornada). 2. Jornada electoral (llamado al voto, voto informado, veda electoral y delitos electorales). 3. Cómputo y resultados (PREP, conteos rápidos y resultados). 4. Declaratoria de validez (entrega de constancias y distribución de diputaciones RP).	agosto 2023 a octubre 2024
Voto extranjero	¿Te late?, Corazón chilango	1. Credencialización 2. Registro en el SRVE 3. Voto informado (debates) 4. Candidaturas sin partido 5. Llamado al voto (modalidades)	junio 2023 a junio 2024
Observación electoral	Las elecciones son nuestras	1. Convocatoria 2. Registro 3. Curso de capacitación 4. Jornada electoral	septiembre 2023 a mayo 2024
Consejos Distritales	Las elecciones son nuestras	1.Convocatoria 2. Registro 3. Quiénes son y qué hacen 4. Instalación	septiembre 2023 a junio 2024
PREP	Las elecciones son nuestras	1. Convocatoria a difusores externos 2. Instalación del PREP 3. Difusión del PREP	abril a junio 2024
25 aniversario IECM	Fortaleciendo la democracia	Actividades por aniversario	diciembre 2023 a diciembre 2024

HOJA DE FIRMAS