



PROGRAMA ESPECÍFICO DE COMUNICACIÓN SOCIAL Y
DIFUSIÓN DEL INSTITUTO ELECTORAL DE LA CIUDAD DE
MÉXICO 2026

[Handwritten signature]

UNIDAD TÉCNICA DE COMUNICACIÓN SOCIAL Y DIFUSIÓN

Septiembre 2025

Responsables			
	Elaboración	Vo.Bo. y aprobación	Supervisión de la ejecución
Nombre	Lic. Oliver Juárez Cervantes	Lic. Paula Selene de Anda Fuentes	Lic. Paula Selene de Anda Fuentes
Puesto	Director de Comunicación de la Unidad Técnica de Comunicación Social	Titular de la Unidad Técnica de Comunicación Social	Titular de la Unidad Técnica de Comunicación Social
Firma			
Fecha	26/08/2025	12/09/2025	12/09/2025

Índice

I. Introducción	5
II. Marco Jurídico	8
III. Metodología del Marco Lógico	12
Primera Etapa: Identificación del problema y alternativas de solución:.....	13
a) Análisis de población involucrada.....	13
b) Análisis de problemas.....	18
c) Análisis de objetivos.....	22
d) Identificación de alternativas de solución al problema	25
e) Selección de la alternativa óptima	27
f) Estructura analítica del programa (EAP)	28
g) Matriz de Indicadores para Resultados	30
IV. Identificación de la Población Objetivo.....	35
V. Actividades institucionales.....	41
Actividad institucional 01: Estrategia de comunicación, planificada de manera integral	41
Actividad institucional 02: Acciones de comunicación institucional integrada.....	42
Actividad institucional 03: Campaña de difusión del Proceso Electoral Local Ordinario (PELO) cercana a la ciudadanía.....	43
Actividad institucional 04: Campaña de difusión de la Elección de Comisiones de Participación Comunitaria 2026-2029, instrumentada.....	44
Actividad 05: Estrategia integral de Comunicación Social y Difusión para difundir el Proceso Electoral Local Ordinario 2026-2027 y el Proceso Electoral Local Extraordinario implementada.....	45
VI. Cronograma de acciones de apoyo.....	47
VII. Matriz de Gestión de Riesgos.....	53

I. Introducción

El 2026, representa para el Instituto Electoral de la Ciudad de México un año de retos importantes en materia de comunicación institucional, en virtud de los procesos electivos y consultivos a desarrollar y preparar por la autoridad electoral local.

Lo anterior, aunado al contexto político que representa una inminente reforma electoral y el rediseño del Sistema Nacional de Elecciones, que perfila, una eventual reducción presupuestal importante a las instituciones electorales.

Como es usual en un año previo a proceso electoral en la ciudad de México, se realizará la Consulta del Presupuesto Participativo para elegir proyectos de dos años 2026 y 2027, así como la elección de las Comisiones de Participación Comunitaria (COPACO), resaltando que la convocatoria respectiva se publicará en el mes de enero 2026.

La implementación de directrices en materia comunicativa a nivel institucional se vuelve necesaria, en aras de fortalecer las acciones en temas específicos, así como el diseño de estrategias focalizadas con objetivos y particularidades distintas.

También se requiere el desarrollo de una estrategia integral en rubros específicos, como el relacionado con la preparación del Proceso Electoral Local 2026-2027, que incluirá los cargos a elegir del Poder Judicial de la Ciudad de México, que exigirá la difusión de sus particularidades con un enfoque didáctico y motivacional que explique de manera clara y sencilla la importancia de esta elección, ello, tomando en consideración los eventuales cambios que traerá consigo la reforma electoral, así como sus impactos en nuestra labor comunicativa y de acercamiento con la ciudadanía.

En este sentido, será menester propiciar un mayor involucramiento con diversos sectores poblacionales a fin de despertar el interés de grupos etarios en temas de carácter político-electoral, mediante acciones específicas que fomenten su participación en asuntos de interés público. Asimismo, y en atención a sentencias de carácter jurisdiccional, también será necesaria la inclusión de grupos de atención prioritaria en la implementación de acciones

comunicacionales; aunado a la promoción y fomento de mensajes alineados a temas en materia de género y derechos humanos.

En virtud del incremento de la conectividad y la alfabetización digital, se han generado cambios en los hábitos de consumo de medios entre la población, conscientes de ello, la difusión actual ha obligado a abrazar las nuevas tecnologías, materia en la cual, la UTCSyD se mantiene a la vanguardia en cuanto al diseño de contenidos y segmentación de los sectores de la población.

Uno de los retos institucionales será incrementar la presencia del IECM no solo en redes sociales sino en medios de comunicación, al producir contenidos informativos de manera frecuente; abrir espacios en medios, a través de entrevistas y colaboraciones para que todas las consejerías difundan el quehacer institucional; generar mayor cercanía e interacción del Instituto con la población mediante el uso de aplicaciones móviles y redes sociales; establecer alianzas con diversos grupos y aliados interesados en fomentar la cultura democrática, la educación cívica y el respeto y protección a los derechos político-electorales entre la población; simplificar y automatizar procesos para mejorar la eficiencia y el uso de recursos; a la par aprovechar la cercanía territorial de los órganos desconcentrados y su conocimiento de campo para trabajar de forma más focalizada con la ciudadanía.

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 y de participación ciudadana

Por ello, la segmentación de la población se convierte en un componente clave, para que, a partir de él, se difundan mensajes claros sobre procesos participativos, electorales y derechos ciudadanos, hacia diferentes grupos objetivo, no sin antes reconocer que la sinergia y colaboración con alianzas estratégicas, incluyendo medios de comunicación, autoridades, instituciones públicas y privadas y figuras políticas, abonará a este fin.

El Consejo General del Instituto Electoral de la Ciudad de México (IECM) aprobó el 30 de enero de 2023 el Plan General de Desarrollo (PGD) para el periodo 2023-2026, mediante el acuerdo IECM/ACU-CG-014/2023. Este plan establece cinco objetivos estratégicos del IECM,

priorizando la optimización de recursos, la transparencia, la implementación de modelos de gobierno abierto y la rendición de cuentas.

Para dar seguimiento al Plan General de Desarrollo (PGD), se ha elaborado el Programa Específico de Comunicación Social y Difusión 2026. Este programa define las Actividades Institucionales (AI's) que la Unidad Técnica de Comunicación Social y Difusión (UTCSyD) llevará a cabo para difundir los procesos electivos y consultivos programados durante 2026; así como fortalecer la imagen del IECM ante la ciudadanía y actores políticos.

Este documento se alinea al objetivo estratégico número cinco del PGD: "Visibilizar y socializar la función del quehacer institucional y la rendición de cuentas proactiva con un lenguaje accesible e incluyente para fomentar la cercanía con la ciudadanía".

Este programa detalla las AI's que la UTCSyD llevará a cabo durante 2026, centrándose principalmente en el inicio del Proceso Electoral Local Ordinario 2026-2027, el comienzo del Proceso Electoral Local o 2026-2027 de los cargos del Poder Judicial Local, además de la Consulta de Presupuesto Participativo 2026-2027 y la Elección de las Comisiones de Participación Comunitaria 2026-2029.

Lo anterior en observancia al Reglamento Interior del Instituto Electoral de la Ciudad de México, el cual establece, en su artículo 28, las atribuciones de la UTCSyD, entre las que destacan: 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; coadyuvar en el diseño y aplicación de estrategias y campañas de promoción del voto, así como difundir la cultura democrática, de manera incluyente, no discriminatoria y no sexista. Sus alcances se deben ajustar a los principios de certeza, legalidad, independencia, inclusión, imparcialidad, máxima publicidad, equidad, transparencia y objetividad, con perspectiva de derechos humanos, de género y no discriminación.

Aunado a lo anterior, la UTCSyD colabora con las distintas áreas del Instituto para cumplir, en el ámbito de su competencia, con los trabajos que instruye el Consejo General, realiza las actividades que solicitan las Comisiones Permanentes, Provisionales y Especiales, así como los Comités del IECM, relacionados con actividades de carácter ordinario y de difusión de los programas institucionales y específicos que este órgano autónomo ejecuta.

La UTCSyD atiende también aquellos requerimientos en materia de Comunicación Social y Difusión por parte de las oficinas de las consejerías que integran el Consejo General, las direcciones ejecutivas, las unidades técnicas, las direcciones distritales y la Contraloría Interna del Instituto.

La elaboración del presente programa se apeg a las bases determinadas por la Junta Administrativa mediante el Acuerdo IECM-JA110-25, aprobado en la Décima Sesión Extraordinaria celebrada el 14 de agosto del año dos mil veinticinco, contenidas en el *"Manual de Planeación del Instituto Electoral de la Ciudad de México para el Ejercicio Fiscal 2026"*, en su Capítulo 4, apartado 4, correspondiente a los "Criterios para elaborar los Anteproyectos de los Programas Generales". Por lo que, de conformidad con el inciso a) del subapartado "De la estructura de los anteproyectos de los programas", de dichos criterios, la estructura del programa institucional de referencia se divide en siete apartados, a saber: introducción, marco jurídico, metodología del marco lógico, identificación del problema y alternativas de solución, planificación, identificación de población objetivo, actividades institucionales, cronograma de acciones sustantivas y matriz de gestión de riesgos.

El presente programa institucional se encuentra acorde con los objetivos y líneas estratégicas planteadas en el PGD.

II. Marco Jurídico

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, establecen que la organización, desarrollo y vigilancia de los procesos electorales para las elecciones de Jefatura de Gobierno, Diputaciones al Congreso y Alcaldías 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 I, II y III, 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, de las alcaldías y cargos del Poder Judicial 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.

En tanto, conforme al Artículo 28 del *Reglamento Interior del IECM*, 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, deberá 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.

En materia de campañas de promoción del voto, el artículo 94, numeral 18 del Código de Instituciones y Procedimientos Electorales de la Ciudad de México establece que una de las atribuciones de la Dirección Ejecutiva de Género, Derechos Humanos, Educación Cívica y Construcción Ciudadana (DEGDHECyCC) es "elaborar, proponer y coordinar con el área de Comunicación Social las estrategias y campañas de promoción del voto y de difusión de la cultura democrática y derechos político-electorales".

Por otro lado, la UTCSyD atiende el mandato de la *Ley General de Comunicación Social*, la cual define y delimita la utilización de recursos públicos para los tres niveles de gobierno y los órganos autónomos de la República Mexicana; así como la *Ley para la Transparencia, prevención y combate de prácticas indebidas en materia de contratación de publicidad*.

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 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*, preceptos que regulan el ejercicio de los recursos económicos para la difusión institucional.

El IECM cuenta con los *Lineamientos para la administración y operación del sitio de internet, sus apartados y micrositios, 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, atiende el *Manual de Identidad Gráfica*, el cual es un guía que permite posicionar ante la ciudadanía la comunicación visual que realiza el Instituto de manera homogénea.

ACTIVIDADES DE LA UTCSyD

- Ejecución de proyectos y/o actividades institucionales.
- Fortalecimiento de relaciones con representantes de medios de comunicación
- Organización de conferencias de prensa y entrevistas con medios de comunicación para difundir el quehacer institucional.
- Presentación de avances programático-presupuestales
- Relaciones públicas institucionales en materia de comunicación
- Cobertura de los eventos institucionales internos y externos
- Producción y distribución de documentos informativos, seguimientos temáticos y síntesis informativas diarias

- Administración de contenidos específicos del sitio web institucional, a cargo de la UTCSyD.
- Generación y difusión de información, contenidos y mensajes en las cuentas institucionales en redes sociales
- Actualización de contenidos específicos del sitio de intranet institucional (RIE)
- Transmisión por Circuito Cerrado de Televisión, Internet e Intranet de los eventos de carácter e interés institucional.
- Integración de la memoria histórica del Instituto: registro de video y fotografía.
- Producción de Periódico mural Verbo Elegir.
- Diseño gráfico.
- Difusión de los instrumentos y mecanismos de participación ciudadana enunciados en la Ley de Participación Ciudadana de la Ciudad de México.
- Diseñar campañas de difusión específicas.
- Inserciones en medios de comunicación impresos y electrónicos: virtuales, en internet y redes sociales.
- Transmisiones por Circuito Cerrado de Televisión y plataformas electrónicas diversas, de sesiones del Consejo General, comisiones, comités y eventos institucionales.

III. Metodología del Marco Lógico.

La Metodología del Marco Lógico (MML) resulta un elemento fundamental para la planificación, ejecución y evaluación del *Programa Específico de Comunicación Social y Difusión*. Su aplicación se basa en un proceso estructurado que comienza con la identificación del problema y la generación de alternativas de solución, permitiendo un análisis profundo de las necesidades y desafíos a abordar.

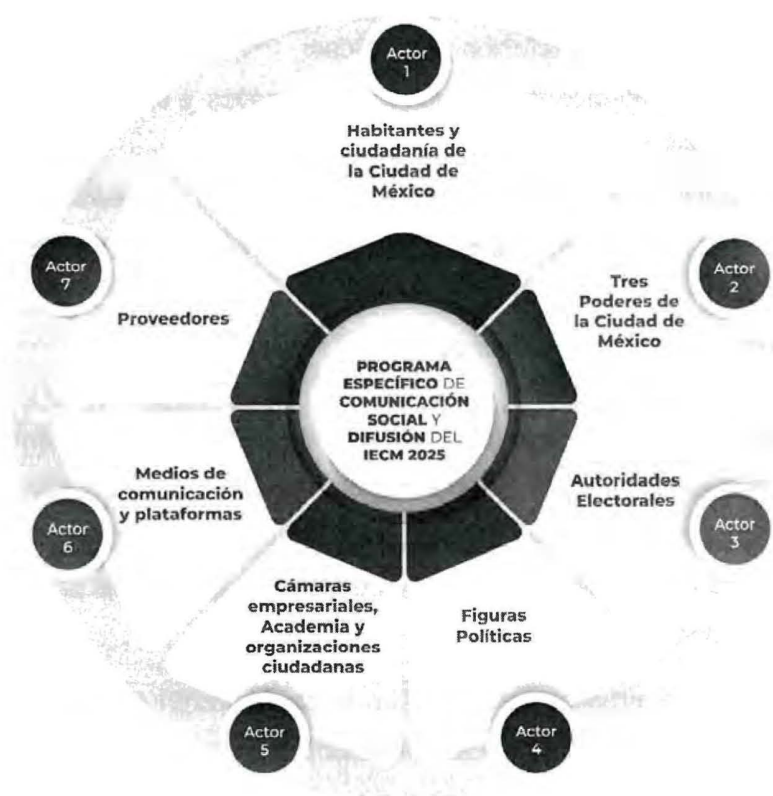
La segunda etapa del proceso se centra en la construcción de la Matriz de Indicadores para Resultados (MIR), la cual integra los elementos clave para la implementación y evaluación exitosa del programa. La MIR proporciona una visión integral de los objetivos, indicadores, medios de verificación y supuestos del programa, asegurando que las acciones se alineen con los resultados esperados y que se cuente con mecanismos para medir el impacto del programa.

Primera Etapa: Identificación del problema y alternativas de solución:

a) Análisis de población involucrada

El Programa Específico de Comunicación Social y Difusión se enfoca en una amplia y diversa población, abarcando tanto a audiencias específicas como al público en general. Esta población puede incluir a gente de distintas edades, géneros, niveles educativos y trasfondos culturales. Además, se dirige a grupos con necesidades particulares, como Grupos de Atención Prioritaria, con el objetivo de asegurar una distribución equitativa de la información y el contenido difundido.

Actores Externos:



Dichos actores se detallan a continuación:

Habitantes y ciudadanía de la Ciudad de México: la población clave a involucrar son las personas habitantes y la ciudadanía de la Ciudad de México. Los habitantes constituyen todas las personas que residen en la ciudad, sin distinción de edad o estatus legal o su participación en procesos políticos, mientras que, la ciudadanía se refiere específicamente a aquellos habitantes que gozan de derechos y deberes políticos y civiles dentro del marco legal del país.

Por ello, se presume crucial la comunicación efectiva con ambos grupos, a través de generar información clara en torno a programas, políticas y servicios. Es menester prestar especial atención a los grupos de atención prioritaria, integrados por: personas con discapacidad, personas adultas mayores, de la diversidad sexual, comunidades indígenas y afrodescendientes y juventudes; adicionalmente se considera a las personas en prisión preventiva sin sentencia firme, personas en estado de postración y sus cuidadoras primarias, y ciudadanía radicada en el extranjero; en este sentido, la comunicación debe ser inclusiva y accesible a fin de garantizar que todas las personas, incluidas quienes enfrentan mayores dificultades de acceso a la información, puedan estar informadas y de esta forma participar activamente en la vida pública de la ciudad. El enfoque en la ciudadanía promueve la participación activa en los procesos democráticos, mientras que la inclusión de las y los habitantes, independientemente de su estatus, reafirma la responsabilidad de las autoridades de asegurar el bienestar de todos los sectores de la sociedad.

Tres Poderes de la Ciudad de México: conforme a lo establecido en el artículo 28 de la Constitución Política Local, *la Ciudad de México adoptará para su régimen interior la forma de gobierno republicano, representativo, democrático y laico. El poder público de la Ciudad de México se dividirá para su ejercicio en: Legislativo, Ejecutivo y Judicial.*

Conforme al marco legal vigente, los poderes públicos, las alcaldías y los organismos autónomos deberán establecer mecanismos de colaboración para el ejercicio de sus funciones. De acuerdo con el artículo 41 de la Constitución Política de la Ciudad de México, el IECM es autoridad responsable en materia de presupuesto participativo y deberá contar con la colaboración del Congreso de la Ciudad de México, así como en las elecciones constitucionales, se contará con una estrecha colaboración con el Poder Judicial a partir de la elección por voto popular, de sus integrantes a partir de este año.

Las instituciones involucradas también abarcan a las autoridades del Gobierno de la Ciudad de México, incluyendo la Jefatura de Gobierno y dependencias, y a cada una de las dieciséis alcaldías de la capital del país y el Congreso de la Ciudad de México; asimismo, se consideran órganos autónomos como la Comisión de Derechos Humanos de la Ciudad de México (CDHCM) y el Instituto de Transparencia de la Ciudad de México (Info), entre otros.

La colaboración en materia de comunicación con estas autoridades permitirá la generación de una estrategia efectiva, que multiplique los alcances en aras de amplificar el impacto de la comunicación y contribuir con ello, a la participación activa de la ciudadanía de esta metrópoli.

Autoridades Electorales: en la Ciudad de México, las autoridades electorales como el Tribunal Electoral de la Ciudad de México (TECDMX) desempeñan un papel crucial en el proceso electivo y consultivo y el mantenimiento de la legalidad. Es imperativo proporcionar información precisa y accesible a los tribunales para garantizar la correcta administración del proceso consultivo, lo que contribuirá a consolidar la integridad y confianza en los ejercicios de democracia directa, representativa y participativa.

Figuras Políticas: las figuras políticas, integradas por partidos políticos y dirigencias o representaciones sectoriales, desempeñan un papel fundamental como sector involucrado. Estas figuras políticas tienen un impacto significativo en la formación de la opinión pública y por ende, en el desarrollo de los procesos democráticos. La comunicación efectiva con estos sectores resulta vital en el desarrollo y difusión del quehacer institucional.

Fomentar un diálogo constructivo contribuirá a una mejor comprensión de los objetivos del programa, garantizará la adecuada transmisión de información y soluciones potenciales, además de incrementar la participación activa en el debate público.

Entablar una relación de sinergia colaborativa con las figuras políticas refuerza los valores democráticos y el respeto por todas las voces, fortaleciendo la legitimidad del Programa de Comunicación Social y Difusión.

Cámaras empresariales, Academia y organizaciones ciudadanas: en el desarrollo de procesos consultivos y electivos, la autoridad electoral local ha gestionado y concretado

convenios de apoyo interinstitucional con diversos grupos del sector productivo y de comercio en la capital del país.

El sector empresarial y sociedad civil juegan un papel preponderante en la observación electoral y de ejercicios de participación ciudadana, como consecuencia natural de su interés en que éstos transcurran con la mayor transparencia y legitimidad y que con ello abonen a la consolidación de la vida democrática en la Ciudad y a la confianza y certidumbre en las instituciones.

Academia: históricamente el IECM ha establecido lazos de colaboración con la comunidad académica, quienes coadyuvan en el desarrollo de proyectos, programas institucionales y de capacitación, así como investigaciones e intercambios académicos que enriquecen la labor del Instituto.

Organizaciones ciudadanas: con las organizaciones se han establecido alianzas para impulsar y enriquecer la participación ciudadana, así como promover el involucramiento de la población en actividades institucionales. La Red de Observación del Instituto está conformada por organizaciones ciudadanas, las cuales colaboran de manera permanente con el IECM en la observación de procesos electivos y consultivos.

Medios de comunicación y plataformas: en la última década, la aparición y posterior auge de nuevos canales de difusión, principalmente digitales, han obligado a cambiar las formas de comunicación hacia la ciudadanía.

Conceptos como la inmediatez y las preferencias a través del uso de algoritmos de información ha dado cabida a la predominancia de estas plataformas.

Proveedores: la colaboración efectiva con las y los proveedores garantiza la disponibilidad de herramientas y recursos necesarios para la implementación exitosa del programa. Comprender las capacidades y especialidades de cada proveedor, así como establecer relaciones sólidas basadas en la confianza y comunicación abierta, resulta esencial para asegurar una ejecución sin contratiempos y la entrega de resultados óptimos. Este enfoque integral en las y los proveedores como población involucrada garantiza una sinergia efectiva en la planificación y

ejecución del programa, permitiendo que los objetivos de comunicación y difusión se logren con eficacia y calidad.

Análisis de población involucrada (internos)					
ACTORES	POSICIÓN	PODER PARA ACEPTAR O FRENAR EL PROYECTO		GRADO DE INVOLUCRAMIENTO	IMPORTANCIA QUE SE LE DA AL PROYECTO
	INTERÉS	PROBLEMAS PERCIBIDOS	RECURSOS Y MANDATOS	EXPECTATIVA DEL PROYECTO	CONFLICTOS Y ALIANZAS POTENCIALES
A1 Consejo General del IECM	5	3	4	4	5
A2 Junta Administrativa del IECM	5	4	4	3	5
A3 Comisiones del IECM	5	2	3	4	4
A4 Secretaría Administrativa de IECM	5	2	2	4	5
A5 Secretaría Ejecutiva del IECM	5	3	2	5	5
A6 Direcciones Ejecutivas y Unidades Técnicas y las 33 Direcciones Distritales	3	3	3	4	3

Conforme al cuadro referenciado, los valores establecidos en las columnas de Interés, Recepción de Problemáticas, Asignación de Recursos y Mandatos, Expectativas del Proyecto y Conflictos y Potenciales Alianzas (calificados del uno al cinco), fueron formulados considerando el grado de participación de las figuras involucradas, al ser consideradas clave por su papel y contribución en el desarrollo del Programa Específico.

En este sentido, se asignó a las y los participantes con mayor interés y relevancia el valor más alto; es decir, el número cinco, mientras que a los demás se les asignaron valores más bajos. Esta determinación se hizo en consonancia con el enfoque inclusivo y participativo del programa de Comunicación Social y Difusión, reconociendo el aporte fundamental de cada figura.

Consejo General: Es el órgano superior de dirección del Instituto Electoral, por eso tiene interés en el programa, encargado de aprobar los mecanismos, documentación y demás

insumos necesarios para promover y recabar el voto de la ciudadanía, obteniendo un puntaje de 21.

Junta Administrativa: Es la encargada de velar por el buen desempeño y funcionamiento administrativo de los órganos y así como de supervisar la administración de los recursos financieros, humanos y materiales del Instituto Electoral, obteniendo un puntaje de 21.

Comisiones: Son instancias colegiadas con facultades de deliberación, opinión y propuesta de informes, dictámenes, acuerdos o proyectos de resolución de asuntos de su competencia que estén vinculados, así como vigilar la realización de las tareas específicas que haya determinado el Consejo General, obteniendo un puntaje de 18.

Secretaría Administrativa: Es el órgano ejecutivo que tiene a su cargo la administración de los recursos financieros, humanos y materiales del Instituto Electoral y es el responsable del patrimonio; aplicación de las partidas presupuestales y eficiente uso de los bienes muebles e inmuebles, obteniendo un puntaje de 18.

Secretaría Ejecutiva: Es el órgano coordinador de las Direcciones Ejecutivas y Unidades Técnicas, y al estar vinculada por la norma electoral y tener a su cargo la representación legal del IECM, está encargada del adecuado desarrollo de los procedimientos ejecutivos, para la puesta en marcha de la estrategia de difusión. Además, en términos de la normatividad, es el órgano que instruye a la UTCSyD en esta materia de difusión oficial, obteniendo un puntaje de 20.

Direcciones Ejecutivas y Unidades Técnicas y las 33 Direcciones Distritales: ejercen las atribuciones para ellas establecidas en el Código, el Reglamento Interior del Instituto Electoral y demás normatividad, así como el avance en el cumplimiento de los Programas Generales, según corresponda, obteniendo un puntaje de 16.

b) Análisis de problemas

El Programa Específico de Comunicación Social y Difusión, elaborado por la Unidad Técnica de Comunicación Social y Difusión (UTCSyD), atiende a términos normativos y se basa en un

enfoque prospectivo a partir de la experiencia previa. En este contexto, se ha identificado un problema central que demanda atención prioritaria.

La convocatoria a procesos de Participación Ciudadana electivos y consultivos a celebrarse en 2026, así como el inicio de dos procesos electorales locales rumbo a 2027, representan un reto importante en materia de difusión, ya que, de no comunicarse de manera adecuada pueden generar impactos significativos en el interés en la participación ciudadana y en la calidad de la democracia en la ciudad; ello, aunado al contexto político que implica el rediseño del sistema electoral a nivel federal y local.

Aunado a los efectos inmediatos de este problema podría sumarse una baja participación en procesos consultivos, ya que pese a los esfuerzos institucionales en promover ejercicios como la Consulta de Presupuesto Participativo, existe desencanto y baja participación ante las debilidades en el proceso de propuesta, dictaminación, elección y ejecución de proyectos de presupuesto participativo.

La baja participación ciudadana, especialmente de la población joven, es solo uno de los efectos negativos que este problema puede desencadenar. También se observan malas prácticas por parte de grupos de interés o autoridades que no necesariamente responden a las necesidades de la población sino a intereses particulares, además de que da pie a la opacidad en la rendición de cuentas.

Para abordar este problema de manera efectiva, la metodología del Marco Lógico podría proporcionar una estructura organizada para la planificación y ejecución de estrategias de comunicación y difusión.

El reconocimiento de este problema central es el primer paso hacia una solución efectiva que busca empoderar a la ciudadanía, promover una mayor participación democrática y fortalecer así el sistema democrático en la Ciudad de México.

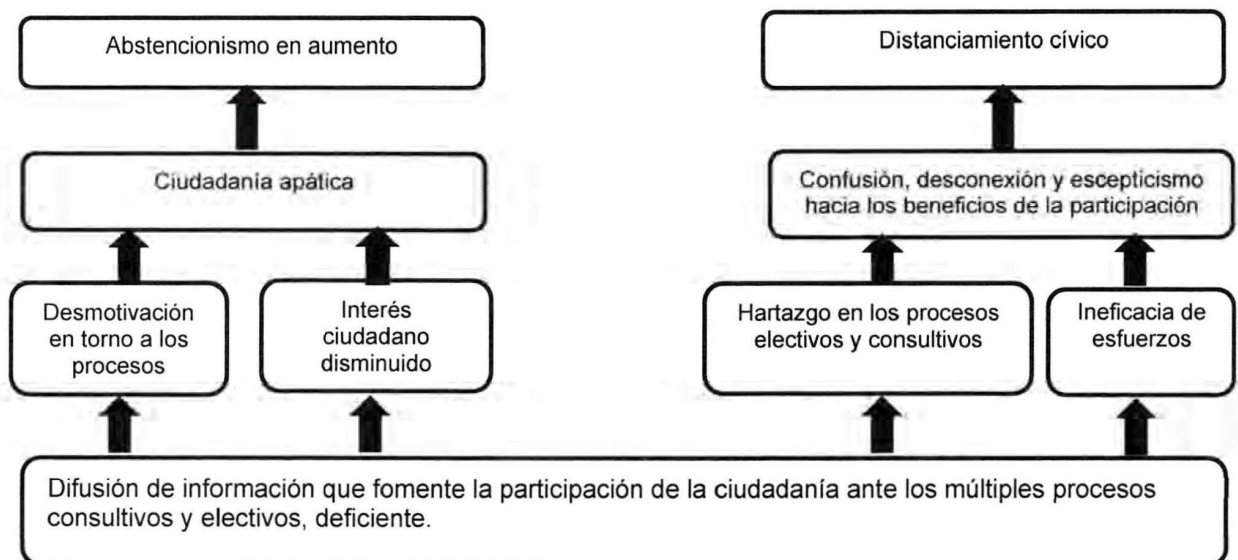
Esquema 1

Problema

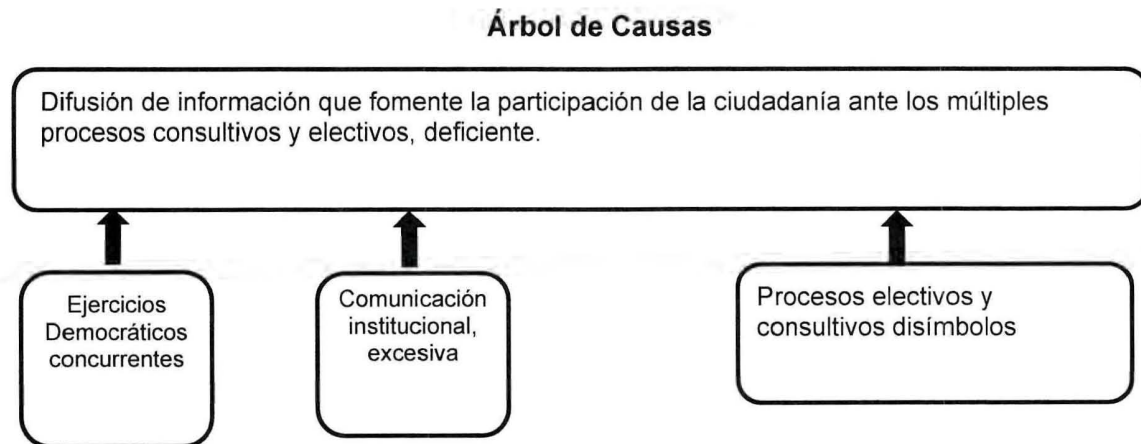
Difusión de información que fomente la participación de la ciudadanía ante los múltiples procesos consultivos y electivos, deficiente.

Esquema 2

Árbol de Efectos

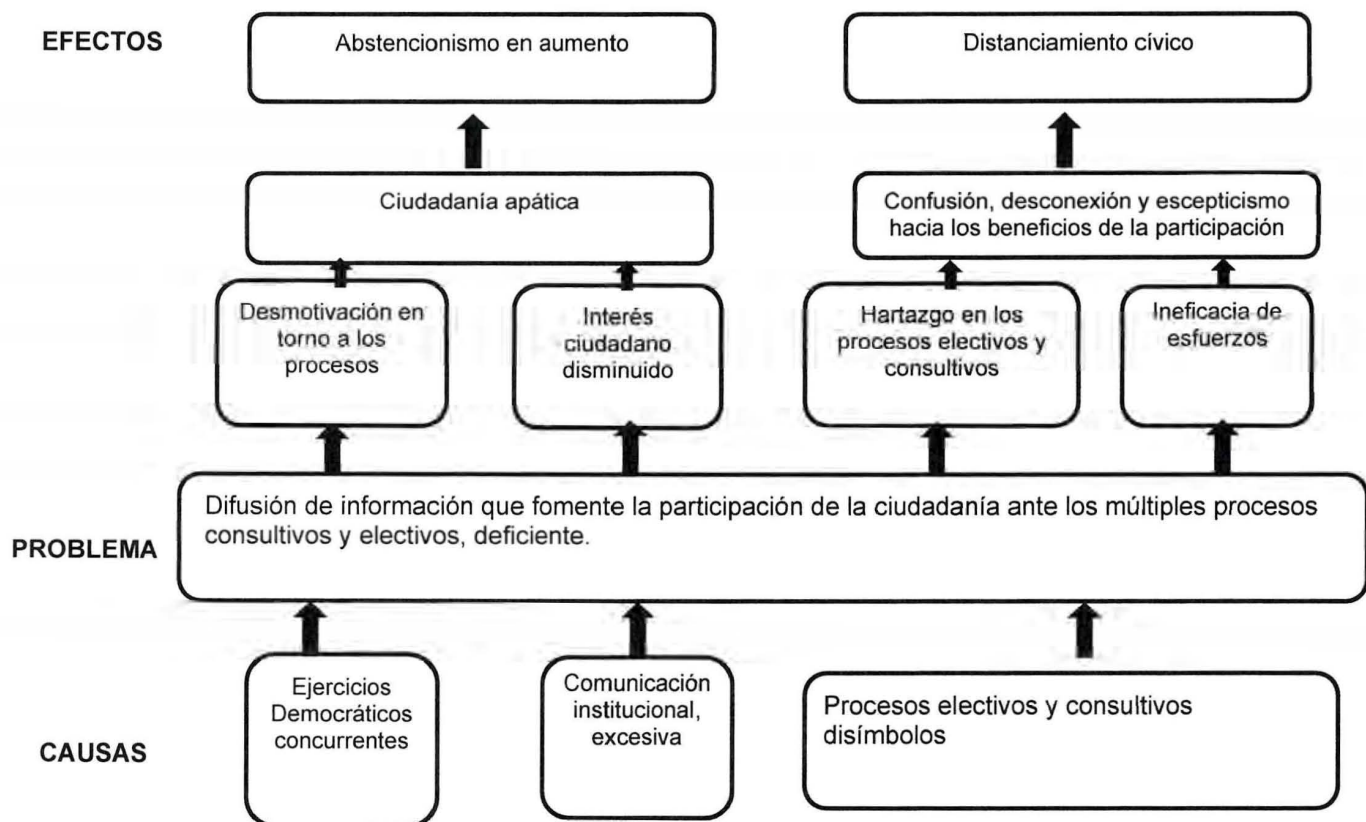


Esquema 3:



Esquema 4:

Árbol de Problemas



c) Análisis de objetivos

El objetivo es desarrollar y aplicar una estrategia de Comunicación Social y Difusión que aborde de manera específica cada uno de los procesos a difundir tomando en cuenta las particularidades de cada uno de ellos y considerando una planificación tanto de contenidos e identidad gráfica, como de canales de comunicación segmentados.

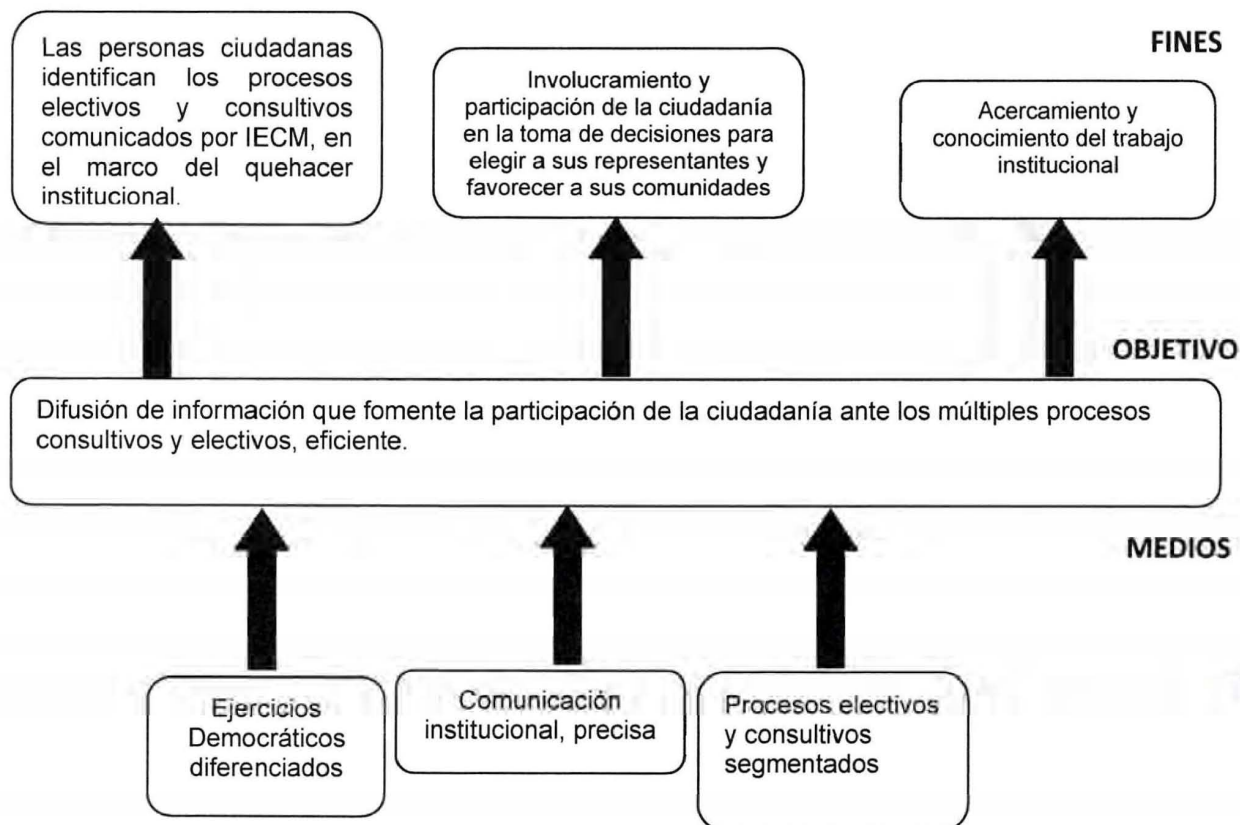
La estrategia se enfocará en la difusión de información precisa, clara y didáctica de los procesos electivos y consultivos, además de incentivar el ejercicio de los derechos ciudadanos en todos los grupos poblacionales. De manera intrínseca, la promoción de la participación en los procesos democráticos y el fortalecimiento de la confianza en el sistema político-electoral, serán de sus principales vertientes. Este documento se basa en los principios rectores de: certeza, legalidad, independencia, imparcialidad, objetividad, máxima publicidad, paridad, inclusión, igualdad, accesibilidad, participación, innovación y eficiencia de los recursos, interculturalidad, y de progresividad de derechos.

Asimismo, se establecerán canales de comunicación efectivos acorde con las particularidades y características de cada grupo poblacional para asegurar la efectividad de los mensajes, aunado a la colaboración con medios de comunicación y figuras políticas para garantizar la difusión precisa y atractiva de la información.

Las acciones incluyen la elaboración de estrategias de contenido y uso de canales de comunicación adaptados a públicos objetivos, la implementación de indicadores para evaluar el impacto, así como la revisión y adaptación continua de la estrategia en función de sus resultados.

En el siguiente esquema se muestran los medios que se emplearán para alcanzar los fines propuestos y que tienen como objetivo principal la solución del problema que se ha detectado. Al igual que en el árbol de problemas, en la parte central se muestra el problema principal convertido ahora en el objetivo general a resolver; mientras que, en la parte inferior, se describen los medios que se desarrollarán para llegar a los fines indicados, los cuales se muestran en la parte superior, tal y como se indica a continuación:

Esquema 5. Árbol de objetivos



El programa se enfoca en dos objetivos principales: que la ciudadanía conozca y sea consciente de la importancia de participar en los ejercicios electivos y consultivos organizados por el IECM, y que se movilice para ejercer sus derechos de manera informada.

Para lograrlos, se implementará un enfoque individualizado con campañas de difusión específicas para cada uno de los procesos electivos y consultivos, con elementos de identidad gráfica y materiales informativos de contenido propio con un enfoque emocional, didáctico y atractivo.

Los componentes clave incluyen segmentación de la población, diseño de una estrategia de comunicación integral que emita mensajes claros sobre derechos ciudadanos para diferentes grupos objetivo, y la colaboración con alianzas estratégicas, incluyendo medios de comunicación e instancias institucionales y sectoriales. Además, se destaca la implementación de un monitoreo cuyos resultados faciliten la toma de decisiones en cuanto a la continuidad o ajuste de la estrategia.

d) Identificación de alternativas de solución al problema

A continuación, se realiza la identificación de alternativas de solución al problema, cada una aborda diferentes aspectos en materia de comunicación y participación ciudadana en el IECM. Una combinación de estas alternativas podría ser implementada para lograr un enfoque integral y efectivo que mejore la comprensión y la participación de la ciudadanía en los procesos electivos y consultivos.

Medios	Acciones
1. Estrategia integral de comunicación y difusión, segmentada	1. Elaborar la Estrategia de Difusión Institucional anual. 2. Implementar y supervisar la ejecución de las actividades planteadas en el documento rector de difusión institucional. 3. Establecer un vínculo permanente con los medios de comunicación para la difusión del quehacer institucional. 4. Gestionar espacios con medios de comunicación para difundir el quehacer institucional a través de entrevistas, colaboraciones y ruedas de prensa. 5. Implementar acciones de vinculación institucional en materia de comunicación.
2. Acciones de comunicación institucional, articuladas.	1. Generar insumos y materiales informativos de manera continua. 2. Difusión de temas estratégicos en medios impresos, electrónicos, virtuales, internet y redes sociales. 3. Cobertura y difusión de eventos institucionales internos y externos con un enfoque

**PROGRAMA ESPECÍFICO DE COMUNICACIÓN SOCIAL Y DIFUSIÓN DEL INSTITUTO ELECTORAL
DE LA CIUDAD DE MÉXICO 2026**

Medios	Acciones
	informativo. - Elaborar documentos informativos (síntesis informativas matutinas y vespertinas) que aporten un panorama noticioso y faciliten la toma de decisiones. - Posicionar al sitio web institucional como la principal plataforma de acceso a la información del quehacer del organismo. - Aprovechar las redes sociales institucionales como plataforma para difundir de manera inmediata mensajes estratégicos. - Reactivar el sitio de intranet como un canal de comunicación interna para motivar el sentido de pertenencia y compromiso institucional entre el personal. - Hacer visible el quehacer institucional a través de la transmisión en vivo de eventos. - Producir material gráfico y audiovisual que enriquezca los contenidos informativos. - Realizar actividades orientadas a difundir la Consulta para Niñas, Niños y Adolescentes 2026. - Realizar actividades orientadas a difundir las Consultas de Acciones Afirmativas para Grupos de atención prioritaria rumbo al Proceso Electoral Local 2026-2027.
3. Campañas de Difusión Específicas de la Consulta de Presupuesto Participativo 2026-2027 con un enfoque totalmente ciudadano	- Difundir las diversas etapas de la Consulta de Presupuesto Participativo previstas en la Convocatoria - Invitar a la ciudadanía a presentar proyectos, enfatizando los beneficios y mejoras que el ejercicio puede aportar a sus comunidades. - Explicar a la ciudadanía la importancia de participar en la Observación y los requisitos para ejercer ese derecho. - Informar a la ciudadanía la importancia de dar seguimiento a los proyectos y a la ejecución de los mismos. - Instrumentar acciones de vinculación con instituciones públicas y privadas y diversos sectores de la población con el fin de potenciar los alcances establecidos en el programa. - Gestionar espacios gratuitos con autoridades gubernamentales a partir de la responsabilidad establecida en el marco regulatorio de la participación ciudadana.
4. Campañas de Difusión de la Elección de Comisiones de Participación Ciudadana 2026-2029	- Difundir las diversas etapas de la Elección de Comisiones de Participación Ciudadana 2026-2029, mediante el uso de boletines de prensa y colaboraciones de Consejerías en medios de comunicación. - Difundir particularidades de la elección mediante la elaboración y publicación de materiales informativos de difusión en redes sociales. - Instrumentar acciones de vinculación con instituciones públicas y privadas, así como diversos sectores de la población con el fin de potenciar los alcances establecidos en el programa. - Gestionar espacios gratuitos con autoridades gubernamentales a partir de la responsabilidad establecida en el marco regulatorio de la participación ciudadana.
5. Estrategia integral de comunicación y difusión, implementada, para difundir el Proceso Electoral Local Ordinario 2026-2027, de los cargos de tres Poderes de gobierno.	- Comunicar las particularidades de cada proceso, al tener reglas y procedimientos distintos, para lo cual se emitirán boletines de prensa, y se echará mano de apoyos interinstitucionales para ampliar la difusión. - Diferenciar los tipos de cargos a elegir y la mecánica de votación y de cómputo, para lo cual se buscarán espacios para entrevistas de las Consejerías, quienes explicarán en medios masivos estas dinámicas. - Particularidades en cuanto al desarrollo del proceso, para lo que se elaborarán diversos materiales informativos de carácter didáctico, para su difusión en redes sociales.

e) Selección de la alternativa óptima

Uno de los principales problemas en el quehacer institucional de los ejercicios de participación ciudadana, es el escaso involucramiento de la ciudadanía en los procesos consultivos y electivos, debido a que, ya sea por desconocimiento apatía o desencanto, se suele obtener una baja respuesta.

Por ello, atender las alternativas: **"Interés por los temas de carácter público"** y **"Aumento del conocimiento del quehacer institucional"**, revisten una importancia fundamental en el contexto de la comunicación y participación ciudadana en el IECM. Estas dos dimensiones intrínsecamente conectadas tienen un impacto profundo en la democracia y la legitimidad de los procesos electivos y consultivos.

El **"Aumento del conocimiento del quehacer institucional"** no solo amplía la base de personas activamente involucradas en la toma de decisiones democráticas, sino que también enriquece la diversidad de opciones que permitan a la ciudadanía apropiarse del ejercicio de los derechos que confiere la Constitución y el resto de la normativa electoral y de participación ciudadana. A través de estrategias efectivas de comunicación y difusión, se puede inspirar a la ciudadanía para que ejerza sus derechos y participe en actividades en favor de su entorno. El aumento de los índices de abstencionismo es un indicador que refleja una sociedad con poco conocimiento de sus derechos y obligaciones y, por lo tanto, con poco interés en la definición de asuntos públicos.

El **"Interés por los temas de carácter público"**, por su parte, es esencial para cultivar la confianza en las instituciones democráticas. Cuando la ciudadanía percibe que sus preocupaciones son escuchadas y que sus intereses son considerados, se construye un vínculo de confianza con las instituciones. La comunicación transparente y efectiva, respaldada por el reconocimiento y ejercicio de derechos, permite que la ciudadanía se considere parte del proceso democrático y perciba que sus opiniones importan. Este interés por lo público no solo contribuye a un ambiente más saludable de gobernanza, sino que también contrarresta la apatía y el escepticismo hacia la democracia.

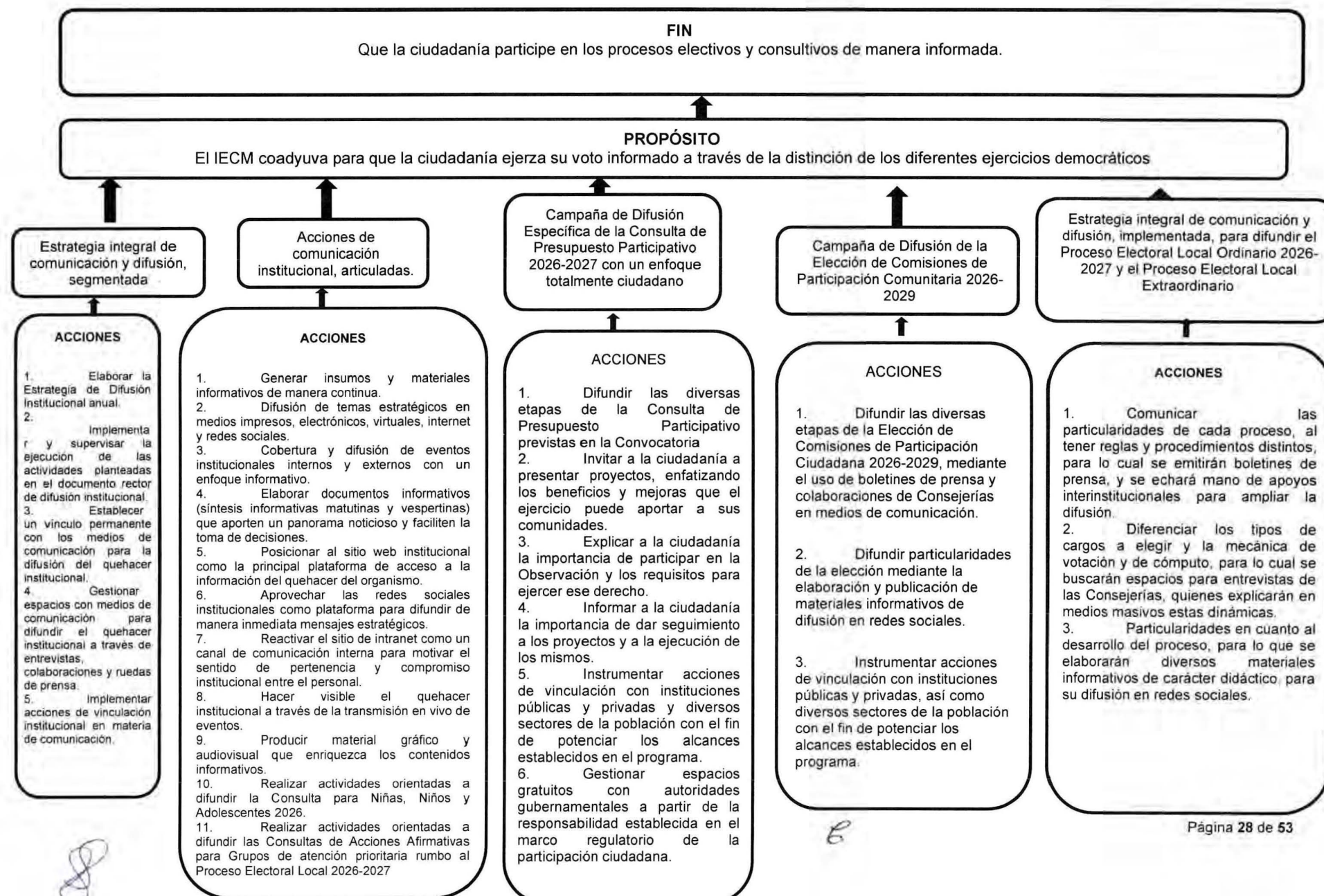
En conjunto, el **"Aumento del conocimiento del quehacer institucional"** y el **"Interés por los temas de carácter público"** crean un ciclo virtuoso en el que una ciudadanía activa y comprometida se traduce en una mayor confianza en el sistema democrático y en los resultados

que produce. A través de una estrategia de comunicación y difusión efectiva que aborde ambas alternativas, el IECM puede nutrir una sociedad democráticamente activa, empoderada y confiada en sus capacidades para influir en el rumbo de sus comunidades y el futuro de la Ciudad de México.

f) Estructura analítica del programa (EAP)

La UTCSyD formula e implementa las herramientas de comunicación social que permiten difundir, de manera eficaz y eficiente, los programas, políticas y actividades del IECM, potenciando el ejercicio de los derechos político-electorales de la ciudadanía e impulsando una imagen vanguardista y reconocida a nivel nacional e internacional.

Estructura Analítica del Programa (EAP)



Segunda Etapa: Planificación:

g) Matriz de Indicadores para Resultados

Resumen Narrativo	Indicadores					Medios de Verificación	Fuentes de información	Supuestos o riesgos
	Nombre	Tipo	Dimensión	Fórmula de Cálculo	Frecuencia de Medición			
Fin Contribuir al conocimiento informado de la ciudadanía mediante la reducción de la saturación informativa.	Porcentaje de boletines de prensa del quehacer institucional publicados por los diferentes medios de comunicación y plataformas digitales.	Estratégico	Eficacia	((n) Boletines publicados en medios de comunicación/ (n) boletines realizados)	Anual y proceso electoral	Informes trimestrales de la Unidad Técnica de Comunicación Social y Difusión.	Redes sociales y Página web del IECM, apartado noticias y síntesis informativa. https://www.iecm.mx/category/noticias/ y https://www.iecm.mx/noticias/sintesis-informativa	La ciudadanía recibe información precisa y diferenciada sobre ejercicios simultáneos
Propósito: Coadyuvar a que la ciudadanía distinga los diferentes ejercicios democráticos mediante información precisa, clara y oportuna.	Porcentaje de alcance de visualizaciones (personas que vieron el contenido) en plataformas de redes sociales.	Estratégico	Eficacia	((n) Contenidos con visualizaciones en plataformas institucionales de redes sociales/ (n) Contenidos publicados en plataformas institucionales de redes sociales)	Anual	Informes trimestrales de la Unidad Técnica de Comunicación Social y Difusión.	Time Line de las cuentas institucionales de redes sociales. https://x.com/iecm , https://www.facebook.com/InstitutoElectoralCM/ , https://www.youtube.com/user/InstitutoElectoralDF , https://www.instagram.com/ie_cm/ , @iecmoficial	La ciudadanía se informa a través de canales oficiales
Componente 1: Estrategia integral de comunicación y difusión, segmentada 1.1 Acciones 1. Elaborar la Estrategia de Difusión Institucional anual. 2. Implementar y supervisar la ejecución de las actividades planteadas en el documento rector de difusión institucional. 3. Establecer un vínculo permanente con los medios de comunicación para la difusión del quehacer institucional. 4. Gestionar espacios con medios de comunicación	Porcentaje de difusión mediante productos informativos y materiales audiovisuales realizados sin presupuesto asignado	De gestión	Eficiencia	((n) Productos informativos y materiales audiovisuales difundidos de manera orgánica/(n) Total de productos elaborados)	Anual	Informes trimestrales de la Unidad Técnica de Comunicación Social y Difusión. Apartado de Transparencia.	Página web del IECM, redes sociales, archivo del departamento de diseño	La ciudadanía recibe información precisa

Resumen Narrativo	Indicadores					Medios de Verificación	Fuentes de información	Supuestos o riesgos
	Nombre	Tipo	Dimensión	Fórmula de Cálculo	Frecuencia de Medición			
para difundir el quehacer institucional a través de entrevistas, colaboraciones y ruedas de prensa. 5. Implementar acciones de vinculación institucional en materia de comunicación.								
Componente 2. Acciones de comunicación institucional, articuladas. Acciones: 1. Generar insumos y materiales informativos de manera continua. 2. Difusión de temas estratégicos en medios impresos, electrónicos, virtuales, internet y redes sociales. 3. Cobertura y difusión de eventos institucionales internos y externos con un enfoque informativo. 4. Elaborar documentos informativos (síntesis informativas matutinas y vespertinas) que aporten un panorama noticioso y faciliten la toma de decisiones. 5. Posicionar al sitio web institucional como la principal plataforma de acceso a la información del quehacer del organismo. 6. Aprovechar las redes sociales institucionales como plataforma para difundir de manera inmediata mensajes estratégicos. 7. Reactivar el sitio de intranet como un canal de comunicación interna para motivar el sentido de pertenencia y compromiso institucional entre el personal. 8. Hacer visible el quehacer institucional a través de la transmisión en vivo de eventos. 9. Producir material gráfico y audiovisual que	Porcentaje de acciones de comunicación ejecutadas.	De gestión	Eficacia	$\frac{((n) \text{ Acciones de comunicación para la difusión del quehacer institucional, implementadas } / (n) \text{ Acciones de comunicación para la difusión del quehacer institucional, programadas})}{100} \times 100$	Trimestral	Informes trimestrales de la Unidad Técnica de Comunicación Social y Difusión.	Página web del IECM, apartado de síntesis informativa, redes sociales, órdenes de trabajo, intranet, canal de youtube institucional, micrositio de acciones afirmativas	La Ciudadanía se informa la mecánica y propósito de cada proceso.

Resumen Narrativo	Indicadores					Medios de Verificación	Fuentes de información	Supuestos o riesgos
	Nombre	Tipo	Dimensión	Fórmula de Cálculo	Frecuencia de Medición			
enriquezca los contenidos informativos. 10. Realizar actividades orientadas a difundir la Consulta para Niñas, Niños y Adolescentes 2026. 11. Realizar actividades orientadas a difundir las Consultas de Acciones Afirmativas para Grupos de atención prioritaria rumbo al Proceso Electoral Local 2026-2027								
Componente 3 Campaña de Difusión Específica de la Consulta de Presupuesto Participativo 2026-2027, enfocada. Actividades: 1. Difundir las diversas etapas de la Consulta de Presupuesto Participativo previstas en la Convocatoria 2. Invitar a la ciudadanía a presentar proyectos, enfatizando los beneficios y mejoras que el ejercicio puede aportar a sus comunidades. 3. Explicar a la ciudadanía la importancia de participar en la Observación y los requisitos para ejercer ese derecho. 4. Informar a la ciudadanía la importancia de dar seguimiento a los proyectos y a la ejecución de los mismos. 5. Instrumentar acciones de vinculación con instituciones públicas y privadas y diversos sectores de la población con el fin de potenciar los alcances establecidos en el programa. 6. Gestionar espacios gratuitos con autoridades gubernamentales a partir de la responsabilidad establecida en el marco regulatorio de la	Porcentaje de acciones de comunicación ejecutadas	De gestión	Eficacia	((n) Actividades de comunicación para la difusión de la Consulta de Presupuesto Participativo 2026-2027, implementadas //(n) Actividades de comunicación para la difusión de la Consulta de Presupuesto Participativo 2026-2027, programadas) *100	Trimestral	Informes trimestrales de la Unidad Técnica de Comunicación Social y Difusión.	Página web del IECM, apartado de síntesis informativa, redes sociales, órdenes de trabajo, microsítio de la Consulta y plataforma de Participación Ciudadana	La Ciudadanía conoce la mecánica y propósito de cada proceso.

Resumen Narrativo	Indicadores					Medios de Verificación	Fuentes de información	Supuestos o riesgos
	Nombre	Tipo	Dimensión	Fórmula de Cálculo	Frecuencia de Medición			
participación ciudadana.								
Componente 4 Campaña de Difusión de la Elección de Comisiones de Participación Comunitaria 2026-2029, instrumentada. Acciones: 1. Difundir las diversas etapas de la Elección de Comisiones de Participación Ciudadana 2026-2029, mediante el uso de boletines de prensa y colaboraciones de Consejerías en medios de comunicación. 2. Difundir particularidades de la elección mediante la elaboración y publicación de materiales informativos de difusión en redes sociales. 3. Instrumentar acciones de vinculación con instituciones públicas y privadas, así como diversos sectores de la población con el fin de potenciar los alcances establecidos en el programa.	Porcentaje de acciones de comunicación ejecutadas.	De gestión	Eficacia	((n) Acciones de comunicación para la difusión de la Elección de Comisiones de Participación Ciudadana 2026-2029, implementadas / (n) Acciones de comunicación para la difusión de la Elección de Comisiones de Participación Ciudadana 2026-2029, programadas) *100	Trimestral	Informes trimestrales de la Unidad Técnica de Comunicación Social y Difusión. Página web del IECM, apartado de síntesis informativa, redes sociales, órdenes de trabajo, micrositio de la Elección de Copacos y plataforma de Participación Ciudadana	La Ciudadanía se informa sobre la mecánica y propósito de cada proceso.	
Componente 5 Estrategia integral de comunicación y difusión, para difundir el Proceso Electoral Local Ordinario 2026-2027 y el Proceso Electoral Local Extraordinario, implementada. Actividades: 1. Comunicar las particularidades de cada proceso, al tener reglas y procedimientos distintos, para lo cual se emitirán boletines de prensa, y se echará mano de apoyos interinstitucionales para ampliar la difusión. 2. Diferenciar los tipos de cargos a elegir y la mecánica de votación y de cómputo, para lo	Porcentaje de acciones de comunicación ejecutadas.	De gestión	Eficacia	((n) Actividades de comunicación para difundir el Proceso Electoral Local Ordinario 2026-2027 y el Proceso Electoral Local Extraordinario, implementadas/ (n) Actividades de comunicación para difundir el Proceso Electoral Local Ordinario 2026-2027 y el Proceso Electoral Local Extraordinario, programadas) *100	Trimestral	Informes trimestrales de la Unidad Técnica de Comunicación Social y Difusión. Página web del IECM, apartado de síntesis informativa, redes sociales y micrositios de las Elecciones	La Ciudadanía se informa sobre la mecánica y propósito de cada proceso.	

Resumen Narrativo	Indicadores					Medios de Verificación	Fuentes de información	Supuestos o riesgos
	Nombre	Tipo	Dimensión	Fórmula de Cálculo	Frecuencia de Medición			
cual se buscarán espacios para entrevistas de las Consejerías, quienes explicarán en medios masivos estas dinámicas. 3. Particularidades en cuanto al desarrollo del proceso, para lo que se elaborarán diversos materiales informativos de carácter didáctico, para su difusión en redes sociales.								

IV. Identificación de la Población Objetivo

Identificar a la población objetivo en el Programa de Comunicación Social y Difusión bajo la MML es esencial por varias razones clave que permiten diseñar estrategias efectivas y medibles.

- **Enfoque preciso:** La identificación de la población objetivo garantiza que los esfuerzos de comunicación estén dirigidos de manera precisa hacia aquellos grupos específicos que se busca impactar. Esto evita la dispersión de recursos y mensajes, permitiendo una focalización más efectiva.
- **Eficiencia de recursos:** Al dirigir los recursos de manera precisa de acuerdo con la conformación de la población objetivo, se optimiza la inversión en términos de tiempo, esfuerzo y presupuesto. Se pueden desarrollar estrategias y medios de comunicación adecuados a las características y necesidades de cada grupo, maximizando el impacto.
- **Personalización del mensaje:** Cada grupo poblacional puede tener intereses, inquietudes y niveles de comprensión diferentes. Identificar las características de la población objetivo permite adaptar los mensajes de manera personalizada para asegurar que sean relevantes y comprensibles para cada grupo.
- **Mejora de la relevancia:** Al diseñar mensajes y estrategias específicas para cada segmento de la población, se mejora la relevancia y la probabilidad de que el público objetivo se involucre y responda positivamente. Esto contribuye a una mayor atención y participación.
- **Medición y evaluación:** La identificación clara de la población objetivo permite definir indicadores específicos de éxito y establecer criterios para medir el impacto de la comunicación. Esto facilita la evaluación de la efectividad de las estrategias y permite ajustes según sea necesario.

- **Alineación con objetivos:** Las expectativas de la población objetivo deben estar en línea con los objetivos generales del programa. Al identificarlas de manera precisa, se asegura que los esfuerzos de comunicación estén alineados con las metas específicas y contribuyan directamente al logro de resultados deseados.
- **Reducción de desperdicio:** Identificar a la población objetivo evita la difusión de mensajes a audiencias que no tienen relevancia para el programa. Esto reduce el riesgo de generar desinterés o desconfianza debido a mensajes no pertinentes.
- **Medición del impacto:** El MML se basa en la definición de indicadores que permiten medir el impacto de manera objetiva. La identificación de la población objetivo es crucial para establecer los parámetros de medición y evaluar si se están logrando los cambios deseados.

A raíz de ello, la población identificada como objetivo es la siguiente:

Ciudadanía y habitantes, incluyendo a niñas y niños de 6 a 12 años y adolescentes de 13 a 17 años y grupos de atención prioritaria:

Dirigir el programa de comunicación social y difusión hacia las y los habitantes y ciudadanía, incluyendo a niñas y niños de 6 a 12 años y adolescentes de 13 a 17 años, es de suma importancia debido a varias razones fundamentales:

- **Formación ciudadana temprana:** Involucrar a niñas y niños desde edades tempranas en temas de ciudadanía y participación democrática contribuye a la formación de una futura ciudadanía informada y comprometida. Establecer una base sólida de conocimiento y valores cívicos desde la infancia y adolescencia, promueve la comprensión de los procesos electivos y consultivos y fomenta el interés en participar activamente en la vida comunitaria cuando sean adultos.
- **Desarrollo de hábitos democráticos:** Al dirigir la comunicación a personas adolescentes, se puede influir en la formación de hábitos democráticos durante una etapa en la que están comenzando a comprender su papel en la sociedad. Transmitir la

responsabilidad ciudadana y la participación informada puede moldear sus actitudes hacia la política y la toma de decisiones colectivas.

- **Diversidad de perspectivas:** Incluir a habitantes de todas las edades, asegura que se aborden diferentes perspectivas y necesidades. Las juventudes a menudo aportan ideas frescas y creativas, y sus opiniones pueden ser valiosas para replantear y enriquecer los enfoques de comunicación y participación.
- **Construcción de legitimidad:** Al involucrar a todas las edades en los procesos democráticos, se fomenta una sensación de inclusión y pertenencia. Cuando las y los ciudadanos se sienten escuchados y considerados, se aumenta la legitimidad de los procesos democráticos y la confianza en las instituciones.

Autoridades de la Ciudad de México:

Dirigir el programa de comunicación social y difusión hacia las autoridades de la Ciudad de México es crucial también para establecer una colaboración efectiva entre el Instituto Electoral y las instancias gubernamentales. Esta decisión se justifica por las siguientes razones:

- **Información clara y actualizada:** Las autoridades de la Ciudad de México desempeñan un papel crucial en la implementación y ejecución de procesos democráticos y políticas públicas. Al dirigir el programa de comunicación hacia ellas, se asegura que tengan acceso a información precisa y actualizada sobre los procedimientos electivos y consultivos y los aspectos legales, lo que es esencial para una colaboración efectiva.
- **Coordinación efectiva:** El programa de comunicación puede facilitar una coordinación más eficiente entre el Instituto Electoral y las autoridades. Proporcionar información clara sobre calendarios electorales, protocolos y requisitos legales garantiza que ambas partes estén en sintonía y evita malentendidos o conflictos en la implementación de los procesos consultivos.
- **Transparencia y equidad:** Mantener una comunicación fluida y transparente con las autoridades contribuye a la percepción de equidad en los ejercicios democráticos como la

Consulta de Presupuesto Participativo. La transmisión de información imparcial y equitativa asegura que las autoridades tengan un conocimiento completo de los procedimientos y, por ende, refuerza la integridad y confiabilidad de los resultados.

- **Participación ciudadana informada:** Las autoridades también actúan como agentes de difusión de información a la ciudadanía. Al asegurarse de que las autoridades tengan una comprensión sólida de los procesos consultivos, se amplía la probabilidad de que ellos mismos comuniquen de manera efectiva a sus respectivas audiencias, promoviendo la participación ciudadana informada.
- **Alineación de objetivos:** Al direccionar el programa hacia las autoridades, se fomenta la alineación de objetivos entre el IECM y las instancias gubernamentales. Una comprensión compartida de los valores democráticos, la importancia de la participación ciudadana y la transparencia puede facilitar una colaboración más armoniosa y efectiva en beneficio de la sociedad.

Medios de Comunicación:

Dirigir el programa de comunicación social y difusión hacia los medios de comunicación es esencial para maximizar el alcance y la efectividad de la difusión de información sobre los procesos de participación ciudadana. Esto se justifica por las siguientes razones:

- **Amplificación del mensaje:** Los medios de comunicación tienen un papel fundamental en la transmisión de información a una audiencia amplia y diversa. Al dirigir el programa hacia ellos, se garantiza una mayor visibilidad y difusión de los mensajes relacionados con los procesos consultivos y la importancia de la participación ciudadana.
- **Acceso a audiencias diversas:** Los medios de comunicación llegan a una variedad de audiencias con diferentes intereses, edades y niveles de involucramiento político. Dirigir el programa hacia ellos, permite adaptar los mensajes para llegar de manera efectiva a diversos segmentos de la población.
- **Generación de debate público:** Los medios de comunicación son plataformas para el debate y la discusión de temas político-electorales. Al proporcionar información precisa y

equitativa, se fomenta un debate público informado y constructivo, lo que contribuye a una participación más consciente.

- **Control anti-desinformación:** Al trabajar en colaboración con los medios, se puede contrarrestar la difusión de información errónea, noticias falsas o desinformación. Los medios pueden ayudar a difundir información verificada y aclarar malentendidos, contribuyendo así a una mayor confianza en el proceso consultivo.
- **Agendas informativas:** Los medios de comunicación a menudo establecen las agendas informativas y deciden qué temas se discuten en la sociedad. Al dirigir el programa hacia ellos, se aumenta la probabilidad de que los temas de participación ciudadana y cívicos sean destacados en la cobertura mediática, generando un mayor interés y participación.

Autoridades electorales:

Dirigir el programa de comunicación social y difusión hacia las autoridades electorales es esencial para establecer una cooperación eficiente y transparente entre el Instituto y las entidades responsables de la organización de los procesos de participación ciudadana. Esto se justifica por las siguientes razones:

- **Coordinación de procesos:** Las autoridades electorales son responsables de organizar y resolver asuntos relacionados con la Consulta de Presupuesto Participativo. Al dirigir el programa hacia ellas, se asegura que ambas partes estén al tanto de los calendarios, requisitos y procedimientos, lo que facilita una colaboración coordinada.
- **Transparencia y Equidad:** La transparencia y equidad en los procesos consultivos son esenciales para garantizar la confianza de los ciudadanos en el sistema. Al involucrar a las autoridades en el programa de comunicación, se fortalece la percepción de imparcialidad y se refuerza la integridad de los procesos.
- **Intercambio de información:** La comunicación efectiva entre el IECM y las autoridades asegura que ambas partes estén al tanto de las últimas actualizaciones y

decisiones. Esto evita malentendidos y permite una toma de decisiones informada y coordinada.

- **Respuesta a inquietudes ciudadanas:** Las autoridades a menudo son el punto de contacto principal para las inquietudes y preguntas de la ciudadanía sobre los procesos consultivos. Al estar bien informadas a través del programa de comunicación, pueden brindar respuestas claras y precisas, fortaleciendo la confianza pública.
- **Colaboración en campañas de concientización:** Las autoridades tienen la capacidad de amplificar los mensajes de participación ciudadana a través de sus canales de comunicación. Una colaboración efectiva puede impulsar campañas de concientización y motivar a las y los ciudadanos a ejercer su derecho al voto.
- **Integridad de la democracia:** La colaboración entre las autoridades y el IECM es esencial para asegurar la integridad del sistema democrático. Una comunicación transparente y efectiva contribuye a prevenir malas prácticas y confusiones, protegiendo así la esencia de la democracia. 

Figuras políticas:

Dirigir el programa de comunicación social y difusión hacia las figuras públicas es crucial para establecer un vínculo sólido entre el IECM y quienes representan a la ciudadanía. Esto se justifica por las siguientes razones:

- **Transmisión de mensajes coherentes:** Las figuras públicas tienen una influencia significativa en la opinión pública. Al dirigir el programa hacia ellas, se puede asegurar que los mensajes relacionados con procesos electorales y participación ciudadana sean más coherentes y confiables. 
- **Educación Cívica y Difusión:** Las figuras públicas actúan como líderes y modelos a seguir para mucha gente. Al involucrarlas en el programa, se puede aprovechar su plataforma para difundir información sobre la importancia de la participación ciudadana y la necesidad de ejercer el derechos político-electorales.

- **Generación de interés:** La audiencia es más propensa a prestar atención y participar si ven a sus figuras políticas discutiendo y promoviendo la importancia de estos temas.
- **Fomento de la participación:** Las figuras públicas tienen la capacidad de motivar a sus seguidores y a la ciudadanía en general a participar en los procesos electorales. Su respaldo puede llevar a un aumento en la concurrencia y, por ende, en la legitimidad de los resultados.
- **Amplificación de mensajes:** Las figuras públicas a menudo tienen acceso a medios de comunicación y plataformas en línea para difundir mensajes. Al dirigir el programa hacia ellas, se amplifica la difusión de información sobre procesos consultivos y se llega a un público más amplio.
- **Legitimidad del proceso:** La participación de figuras públicas en la difusión de información y promoción de la participación ciudadana contribuye a la legitimidad del proceso electoral. Su involucramiento envía un mensaje claro de apoyo a la democracia y a la importancia de la voz ciudadana.

V. Actividades institucionales

Por lo que corresponde a las AI's que desarrollará la UTCSyD, éstas se encuentran alineadas al objetivo anual acordado en los criterios y lineamientos aplicables, y consistente en implementar acciones de mejora continua para una óptima difusión del quehacer institucional.

Actividad institucional 01: Estrategia integral de comunicación y difusión, segmentada.	
Responsable Operativo	01. Dirección de Unidad (UTCSyD)
Tipo	Apoyo
Objetivo Estratégico	Visibilizar y socializar la función del quehacer institucional y la rendición de cuentas proactiva, con un lenguaje accesible e incluyente, para fomentar la cercanía con la ciudadanía.
Línea de acción	Crear y difundir una campaña de identidad institucional, uniforme y de mediano alcance (el Instituto del Pueblo), para posicionar la imagen del IECM entre los diversos sectores de la ciudadanía que les permita conocer el quehacer institucional de una manera fácil y accesible.
Resultado	Se contribuye al desarrollo de la vida democrática y de la institucionalidad democrática
Subresultado	La ciudadanía de la capital del país identifica al Instituto Electoral de la Ciudad de México, como el Órgano local autónomo encargado de garantizar y proteger sus derecho político-electorales y de participación ciudadana y confía plenamente en él.
Justificación	Fortalecer la imagen del Instituto Electoral de la Ciudad de México como órgano autónomo encargado de organizar las elecciones y procesos de participación ciudadana en la capital de la República Mexicana.
Objetivo específico	Incidir en el nivel de comprensión de los ejercicios democráticos organizados por el Instituto Electoral de la Ciudad de México.
Indicador	Porcentaje de difusión mediante productos informativos y materiales audiovisuales realizados sin presupuesto asignado y porcentaje de difusión en el que se usó el presupuesto asignado. $\Sigma: ((n) \text{ Productos informativos y materiales audiovisuales difundidos de manera orgánica} / (n) \text{ Total de productos elaborados})$
Meta	Diversificar los materiales informativos, así como los canales de difusión con respecto a 2025.
Acciones	1. Elaborar la Estrategia de Difusión Institucional anual. 2. Implementar y supervisar la ejecución de las actividades planteadas en el documento rector de difusión institucional. 3. Establecer un vínculo permanente con los medios de comunicación para la difusión del quehacer institucional. 4. Gestionar espacios con medios de comunicación para difundir el quehacer institucional a través de entrevistas, colaboraciones y ruedas de prensa. 5. Implementar acciones de vinculación institucional en materia de comunicación.

PROGRAMA ESPECÍFICO DE COMUNICACIÓN SOCIAL Y DIFUSIÓN DEL INSTITUTO ELECTORAL DE LA CIUDAD DE MÉXICO 2026

Actividad institucional 02: Acciones de comunicación institucional articuladas	
Responsable Operativo	02. Dirección de Comunicación
Tipo	Apoyo
Objetivo Estratégico	Visibilizar y socializar la función del quehacer institucional y la rendición de cuentas proactiva, con un lenguaje accesible e incluyente, para fomentar la cercanía con la ciudadanía.
Línea de acción	Crear y difundir una campaña de identidad institucional, uniforme y de mediano alcance (el Instituto del Pueblo), para posicionar la imagen del IECM entre los diversos sectores de la ciudadanía que les permita conocer el quehacer institucional de una manera fácil y accesible.
Resultado	Se contribuye al desarrollo de la vida democrática y de la institucionalidad democrática
Subresultado	La ciudadanía de la capital del país identifica al Instituto Electoral de la Ciudad de México, como el Órgano local autónomo encargado de garantizar y proteger sus derecho político-electorales y de participación ciudadana y confía plenamente en él.
Justificación	Atender las obligaciones conferidas a la UTCSyD en el Reglamento Interior del Instituto Electoral de la Ciudad de México.
Objetivo específico	Cumplir con los objetivos y metas planteadas en la Estrategia de Difusión Anual para incidir en el conocimiento del quehacer institucional.
Indicador	Porcentaje de acciones de comunicación ejecutadas $\Sigma: ((n) \text{ Acciones de comunicación para la difusión del quehacer institucional, implementadas} / (n) \text{ Acciones de comunicación para la difusión del quehacer institucional, programadas}) * 100$
Meta	Segmentar las acciones de comunicación a través de canales institucionales.
Acciones	1. Generar insumos y materiales informativos de manera continua. 2. Difusión de temas estratégicos en medios impresos, electrónicos, virtuales, internet y redes sociales. 3. Cobertura y difusión de eventos institucionales internos y externos con un enfoque informativo. 4. Elaborar documentos informativos (síntesis informativas matutinas y vespertinas) que aporten un panorama noticioso y faciliten la toma de decisiones. 5. Posicionar al sitio web institucional como la principal plataforma de acceso a la información del quehacer del organismo. 6. Aprovechar las redes sociales institucionales como plataforma para difundir de manera inmediata mensajes estratégicos. 7. Reactivar el sitio de intranet como un canal de comunicación interna para motivar el sentido de pertenencia y compromiso institucional entre el personal. 8. Hacer visible el quehacer institucional a través de la transmisión en vivo de eventos. 9. Producir material gráfico y audiovisual que enriquezca los contenidos informativos. 10. Realizar actividades orientadas a difundir la Consulta para Niñas, Niños y Adolescentes 2026. 11. Realizar actividades orientadas a difundir las Consultas de Acciones Afirmativas para Grupos de atención prioritaria rumbo al Proceso Electoral Local 2026-2027

Actividad institucional 03: Campaña de Difusión Específica de la Consulta de Presupuesto Participativo 2026-2027, enfocada.	
Responsable Operativo	02. Dirección de Comunicación
Tipo	Apoyo
Objetivo Estratégico	Fomentar la participación ciudadana inclusiva a través de los mecanismos que el Instituto tiene disponibles, acompañando a la ciudadanía durante todo el ciclo.
Línea de Acción	Elaborar y promover contenidos incluyentes que fomenten la apropiación de los mecanismos e instrumentos de participación ciudadana entre las personas habitantes de la Ciudad de México.
Resultado	Se cumplen a cabalidad las actividades orientadas a la organización, desarrollo y vigilancia de los procesos de participación ciudadana relativos a los Mecanismos de Democracia Directa e Instrumentos de Democracia Participativa, en apego a los principios del servicio público, de la función electoral y de la buena administración pública, con el fin superior de salvaguardar el libre ejercicio de los derechos ciudadanos de participación.
Subresultado	Se organizan procesos de democracia participativa y democracia directa oportunos, actuales, íntegros, innovadores, justos, equitativos, con rigor técnico y adecuados al ambiente social y geográfico, para los que se ejecutan las acciones necesarias para enfrentar y controlar los riesgos y desafíos inherentes a su organización.
Justificación	Atender las obligaciones conferidas a la UTCSyD en el Reglamento Interior del Instituto Electoral de la Ciudad de México, considerando lo establecido en la Ley de Participación Ciudadana de la Ciudad de México.
Objetivo específico	Impulsar, durante el periodo de organización de la Consulta sobre Presupuesto Participativo mayores acciones de coordinación interinstitucional entre autoridades responsables en materia de Participación Ciudadana y aliados estratégicos para la difusión de este ejercicio democrático, respecto a años pasados.
Indicador	Porcentaje de acciones de comunicación ejecutadas $\sum: ((n) \text{ Actividades de comunicación para la difusión de la Consulta de Presupuesto Participativo 2026-2027, implementadas } / (n) \text{ Actividades de comunicación para la difusión de la Consulta de Presupuesto Participativo 2026-2027, programadas}) * 100$
Meta	Campaña de difusión de la Consulta de Presupuesto Participativo 2026-2027, con una visión ciudadana, ejecutada al 100%.
Acciones	1. Difundir las diversas etapas de la Consulta de Presupuesto Participativo previstas en la Convocatoria 2. Invitar a la ciudadanía a presentar proyectos, enfatizando los beneficios y mejoras que el ejercicio puede aportar a sus comunidades. 3. Explicar a la ciudadanía la importancia de participar en la Observación y los requisitos para ejercer ese derecho. 4. Informar a la ciudadanía la importancia de dar seguimiento a los proyectos y a la ejecución de los mismos. 5. Instrumentar acciones de vinculación con instituciones públicas y privadas y diversos sectores de la población con el fin de potenciar los alcances establecidos en el programa. 6. Gestionar espacios gratuitos con autoridades gubernamentales a partir de la responsabilidad establecida en el marco regulatorio de la participación ciudadana.

Actividad institucional 04: Campaña de Difusión de la Elección de Comisiones de Participación Ciudadana 2026-2029, instrumentada.	
Responsable Operativo	02. Dirección de Comunicación
Tipo	Apoyo
Objetivo Estratégico	Fomentar la participación ciudadana inclusiva a través de los mecanismos que el Instituto tiene disponibles, acompañando a la ciudadanía durante todo el ciclo.
Línea de Acción	Elaborar y promover contenidos incluyentes que fomenten la apropiación de los mecanismos e instrumentos de participación ciudadana entre las personas habitantes de la Ciudad de México.
Resultado	Se cumplen a cabalidad las actividades orientadas a la organización, desarrollo y vigilancia de los procesos de participación ciudadana relativos a los Mecanismos de Democracia Directa e Instrumentos de Democracia Participativa, en apego a los principios del servicio público, de la función electoral y de la buena administración pública, con el fin superior de salvaguardar el libre ejercicio de los derechos ciudadanos de participación.
Subresultado	Se organizan procesos de democracia participativa y democracia directa oportunos, actuales, íntegros, innovadores, justos, equitativos, con rigor técnico y adecuados al ambiente social y geográfico, para los que se ejecutan las acciones necesarias para enfrentar y controlar los riesgos y desafíos inherentes a su organización.
Justificación	Atender las obligaciones conferidas a la UTC Syd en el Reglamento Interior del Instituto Electoral de la Ciudad de México, considerando lo establecido en la Ley de Participación Ciudadana de la Ciudad de México.
Objetivo específico	Impulsar, durante el periodo de organización de la Elección de Comisiones de Participación Comunitaria mayores acciones de coordinación interinstitucional entre autoridades responsables en materia de Participación Ciudadana y aliados estratégicos para la difusión de este ejercicio democrático, respecto a años pasados.
Indicador	Porcentaje de acciones de comunicación ejecutadas $\Sigma: ((n) \text{ Acciones de comunicación para la difusión de la Elección de Comisiones de Participación Ciudadana 2026-2029, implementadas } / (n) \text{ Acciones de comunicación para la difusión de la Elección de Comisiones de Participación Ciudadana 2026-2029, programadas}) * 100$
Meta	Campaña de difusión de la Elección de Comisiones de Participación Comunitaria 2026-2029, con una visión ciudadana, ejecutada al 100%.
Acciones	1. Difundir las diversas etapas de la Elección de Comisiones de Participación Ciudadana 2026-2029, mediante el uso de boletines de prensa y colaboraciones de Consejerías en medios de comunicación. 2. Difundir particularidades de la elección mediante la elaboración y publicación de materiales informativos de difusión en redes sociales. 3. Instrumentar acciones de vinculación con instituciones públicas y privadas, así como diversos sectores de la población con el fin de potenciar los alcances establecidos en el programa.

Actividad institucional 05: Estrategia integral de comunicación y difusión, para difundir el Proceso Electoral Local Ordinario 2026-2027 y el Proceso Electoral Local Extraordinario, implementada	
Responsable Operativo	02. Dirección de Comunicación
Tipo	Apoyo
Objetivo Estratégico	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.
Línea de Acción	Garantizar el ejercicio de los derechos político-electorales de la ciudadanía, a través de la organización de procesos electorales sencillos y con una visión incluyente.
Resultado	Se cumplen a cabalidad las actividades orientadas a la organización, desarrollo y vigilancia del Proceso Electoral del Poder Judicial Local, en apego a los principios del servicio público, de la función electoral y de la buena administración pública, con el fin superior de salvaguardar la voluntad ciudadana.
Subresultado	Se organizan elecciones locales libres, democráticas, justas, equitativas y competitivas del Proceso Electoral Extraordinario del Poder Judicial Local 2025, para lo cual se ejecutan las acciones necesarias para enfrentar y controlar los riesgos y desafíos inherentes a su organización, y se logra una adecuada coordinación y colaboración con el Instituto Nacional Electoral.
Justificación	Atender las obligaciones conferidas a la UTCSyD en el Reglamento Interior del Instituto Electoral de la Ciudad de México, con el propósito de difundir las diferentes etapas del Proceso Electoral Local Ordinario 2026-2027 y del Proceso Electoral Local Extraordinario del Poder Judicial Local 2027.
Objetivo específico	Realizar diferentes acciones en materia comunicación para afrontar las responsabilidades de difusión relacionadas con el Proceso Electoral Local Ordinario 2026-2027 y el Proceso Electoral Local Extraordinario del Poder Judicial Local 2027.
Indicador	Porcentaje de acciones de comunicación ejecutadas. $\Sigma: ((n) \text{ Actividades de comunicación para difundir el Proceso Electoral Local Ordinario 2026-2027 y el Proceso Electoral Local Extraordinario, implementadas} / (n) \text{ Actividades de comunicación para difundir el Proceso Electoral Local Ordinario 2026-2027 y el Proceso Electoral Local Extraordinario, programadas}) * 100$
Meta	Estrategia integral de Comunicación y Difusión, implementada para difundir el Proceso Electoral Local Ordinario 2026-2027 y el Proceso Electoral Local Extraordinario del Poder Judicial Local 2027, ejecutado al 100%.
Acciones	1. Comunicar las particularidades de cada proceso, al tener reglas y procedimientos distintos, para lo cual se emitirán boletines de prensa, y se echará mano de apoyos interinstitucionales para ampliar la difusión. 2. Diferenciar los tipos de cargos a elegir y la mecánica de votación y de cómputo, para lo cual se buscarán espacios para entrevistas de las Consejerías, quienes explicarán en medios masivos estas dinámicas. 3. Particularidades en cuanto al desarrollo del proceso, para lo que se elaborarán diversos materiales informativos de carácter didáctico, para su difusión en redes sociales.

8

8

VI. Cronograma de acciones de apoyo

Actividad institucional 01: Estrategia integral de comunicación y difusión, segmentada.

No.	ACCIÓN	RO	Meses											
			Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
1.1	Elaborar la Estrategia de Difusión Institucional anual.	01												
1.2	Implementar y supervisar la ejecución de las actividades planteadas en el documento rector de difusión institucional.	01												
1.3	Establecer un vínculo permanente con los medios de comunicación para la difusión del quehacer institucional.	01												
1.4	Gestionar espacios con medios de comunicación para difundir el quehacer institucional a través de entrevistas, colaboraciones y ruedas de prensa.	01												
1.5	Implementar acciones de vinculación institucional en materia de comunicación.	01												

8

B



Actividad institucional 02: Acciones de comunicación institucional articuladas

No.	ACCION	RO	Meses											
			Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
2.1	Generar insumos y materiales informativos de manera continua.	02												
2.2	Difusión de temas estratégicos en medios impresos, electrónicos, virtuales, internet y redes sociales.	02												
2.3	Cobertura y difusión de eventos institucionales internos y externos con un enfoque informativo.	02												
2.4	Elaborar documentos informativos (síntesis informativas matutinas y vespertinas) que aporten un panorama noticioso y faciliten la toma de decisiones.	02												
2.5	Posicionar al sitio web institucional como la principal plataforma de acceso a la información del quehacer del organismo.	02												
2.6	Aprovechar las redes sociales institucionales como plataforma para difundir de manera inmediata mensajes estratégicos.	02												
2.7	Reactivar el sitio de intranet como un canal de comunicación interna para motivar el sentido de pertenencia y compromiso institucional entre el personal.	02												
2.8	Hacer visible el quehacer institucional a través de la transmisión en vivo de eventos.	02												
2.9	Producir material gráfico y	02												

No.	ACCIÓN	RO	Meses											
			Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
	audiovisual que enriquezca los contenidos informativos.													
2.10	Realizar actividades orientadas a difundir las Consultas de Acciones Afirmativas para Grupos de atención prioritaria rumbo al Proceso Electoral Local 2026-2027	02												



8

Actividad institucional 03: Campaña de Difusión Específica de la Consulta de Presupuesto Participativo 2026-2027, enfocada.

No.	ACCIÓN	RO	Meses											
			Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
3.1	Difundir las diversas etapas de la Consulta de Presupuesto Participativo previstas en la Convocatoria	02												
3.2	Invitar a la ciudadanía a presentar proyectos, enfatizando los beneficios y mejoras que el ejercicio puede aportar a sus comunidades.	02												
3.3	Explicar a la ciudadanía la importancia de participar en la Observación y los requisitos para ejercer ese derecho.	02												
3.4	Informar a la ciudadanía la importancia de dar seguimiento a los proyectos y a la ejecución de los mismos.	02												
3.5	Instrumentar acciones de vinculación con instituciones públicas y privadas y diversos sectores de la población con el fin de potenciar los alcances establecidos en el programa.	02												
3.6	Gestionar espacios gratuitos con autoridades gubernamentales a partir de la responsabilidad establecida en el marco regulatorio de la participación ciudadana.	02												

Actividad institucional 04: Campaña de Difusión de la Elección de Comisiones de Participación Comunitaria 2026-2029, instrumentada

No.	ACCIÓN	RO	Meses											
			Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
4.1	Difundir las diversas etapas de la Elección de Comisiones de Participación Ciudadana 2026-2029, mediante el uso de boletines de prensa y colaboraciones de Consejerías en medios de comunicación.	02												
4.2	Difundir particularidades de la elección mediante la elaboración y publicación de materiales informativos de difusión en redes sociales.	02												
4.3	Instrumentar acciones de vinculación con instituciones públicas y privadas, así como diversos sectores de la población con el fin de potenciar los alcances establecidos en el programa.	02												

Actividad institucional 05: Estrategia integral de comunicación y difusión, para difundir el Proceso Electoral Local Ordinario 2026-2027 y el Proceso Electoral Local Extraordinario, implementada

No.	ACCIÓN	RO	Meses											
			Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
5.1	Comunicar las particularidades de cada proceso, al tener reglas y procedimientos distintos, para lo cual se emitirán boletines de prensa, y se echará mano de apoyos interinstitucionales para ampliar la difusión.	02												
5.2	Diferenciar los tipos de cargos a elegir y la mecánica de votación y de cómputo, para lo cual se buscarán espacios para entrevistas de las Consejerías, quienes explicarán en medios masivos estas dinámicas.	02												
5.3	Particularidades en cuanto al desarrollo del proceso, para lo que se elaborarán diversos materiales informativos de carácter didáctico, para su difusión en redes sociales.	02												

VII. Matriz de Gestión de Riesgos

La probabilidad de que se presente una falla, así como el grado de afectación, está relacionado con la importancia de las actividades institucionales, toda vez que, algunos servicios son catalogados como de misión crítica; lo que, ante la presencia de una contingencia, pudiera afectar considerablemente a la operación institucional.

J

B

Con la Matriz de Gestión de Riesgos se podrá delimitar dónde enfocar los esfuerzos de la Unidad Técnica en la búsqueda de soluciones y así mejorar el nivel en el control de riesgos.

*Se integra como anexo en Excel.



