



Tercera Sesión Extraordinaria

15 de Febrero de 2017

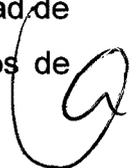
Acuerdo de la Junta Administrativa por el que se aprueba la Estrategia de Difusión Institucional 2017.

Antecedentes:

- I. El 31 de enero de 2014, el Presidente de la República expidió la Reforma Constitucional en materia político-electoral, aprobada por el Congreso de la Unión y la mayoría de las legislaturas estatales, 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).
- III. El 27 de junio de 2014, se publicó en el DOF el Decreto por el que se reforman y adicionan diversas disposiciones del Estatuto de Gobierno del Distrito Federal (Estatuto de Gobierno).
- IV. Asimismo, el 27 y 30 de junio de 2014, se publicaron en la Gaceta Oficial del Distrito Federal (GODF) los Decretos por los que se reforman y adicionan diversas disposiciones del Código de Instituciones y Procedimientos Electorales del Distrito Federal (Código), con el fin de armonizar dicha normatividad con las reformas constitucionales en materia político-electoral.

Considerando:

1. Conforme a lo previsto en el artículo 21, fracciones I y II del Código, el Instituto Electoral del Distrito Federal (Instituto Electoral) cuenta en su estructura orgánica, con un Consejo General y una Junta Administrativa (Junta).
2. El artículo 62, 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 de supervisar la administración de los recursos financieros, humanos y materiales del propio organismo.
3. En cumplimiento a lo dispuesto en el artículo 37, fracción III del Reglamento Interior del Instituto Electoral del Distrito Federal 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, para ser sometida a consideración de la Junta.
4. El Secretario Ejecutivo mediante oficio SECG-IEDF/318/2017, remitió a la Secretaría de la Junta Administrativa la propuesta de Estrategia de Difusión Institucional 2017, para ser sometida a consideración de la Junta.
5. La Estrategia de Difusión 2017 marca una ruta a seguir que contribuye a la misión institucional dedicada a desarrollar la vida democrática de la Ciudad de México, así como organizar los procesos electorales y los instrumentos de



participación ciudadana, promoviendo la pluralidad y la acción de la ciudadanía.

6. Con esta Estrategia la UTCSyD cumplirá con su atribución de difundir de manera integral las actividades institucionales que habrán de realizarse a lo largo del año, fortaleciendo la comunicación efectiva al interior del Instituto, así como reforzando la imagen institucional como promotor de los valores de participación ciudadana y del fortalecimiento de la vida democrática.
7. El objetivo General de la Estrategia es posicionar al Instituto Electoral como un organismo fundamental en la promoción de valores y fortalecimiento democrático y cercano a la ciudadanía, además de hacer eficaz el canal de comunicación de las diversas áreas del Instituto a efecto de homologar los esfuerzos institucionales.

Por lo expuesto y fundado, se emite el siguiente:

A c u e r d o
JA019-17

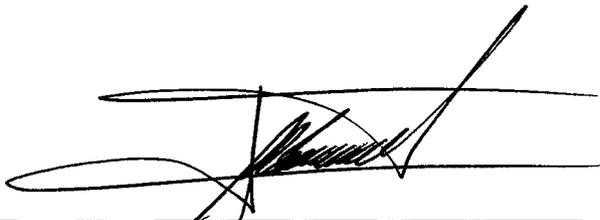
PRIMERO. Se aprueba la Estrategia de Difusión Institucional 2017.

SEGUNDO. Se instruye a la Unidad Técnica de Comunicación Social y Difusión, así como a la Oficina de Acceso a la Información Pública y Protección de Datos Personales, para que dentro del ámbito de sus atribuciones publiquen el presente Acuerdo en virtud de la determinación asumida por la Junta Administrativa en el apartado de Transparencia del sitio de Internet www.iedf.org.mx.

TERCERO. El Presente Acuerdo entrará en vigor el día de su aprobación.

Así lo aprobaron por unanimidad de votos de los integrantes presentes de la Junta Administrativa del Instituto Electoral, en sesión pública el quince de febrero de dos mil diecisiete, firmando al calce el Presidente y el Secretario de la Junta, de conformidad con lo dispuesto por los artículos 63 del Código de Instituciones y Procedimientos Electorales del Distrito Federal, 27 y 32 del Reglamento de Funcionamiento de la Junta Administrativa.

**EL PRESIDENTE DE LA JUNTA
ADMINISTRATIVA**



**MTRO. MARIO VELÁZQUEZ
MIRANDA**

**EL SECRETARIO DE LA JUNTA
ADMINISTRATIVA**



**MTRO. ALEJANDRO FIDENCIO
GONZÁLEZ HERNÁNDEZ**



Estrategia de Difusión Institucional 2017

Unidad Técnica de Comunicación Social y Difusión

Titular: Maestro Salvador G. Macías Payén

LA

índice

I. PRESENTACIÓN.....	3
II. INTRODUCCIÓN.....	4
III. MARCO LEGAL.....	6
IV. ATRIBUCIONES DE LA UNIDAD TÉCNICA.....	8
V. POLÍTICAS Y PROGRAMAS DEL PLAN GENERAL DE DESARROLLO INSTITUCIONAL APLICABLES A LA ESTRATEGIA.....	9
VI. DIAGNÓSTICO EN MATERIA DE DIFUSIÓN.....	12
VII. VALORES QUE REGIRÁN EL PROYECTO.....	13
VIII. ETAPAS DE LA ESTRATEGIA.....	16
IX. OBJETIVOS.....	17
X. LINEAS DE ACCIÓN.....	18
X.1 POSICIONAMIENTO DE IMAGEN INTERNA.....	18
X.2 POSICIONAMIENTO DEL PROGRAMA DE IMAGEN EXTERNA.....	20
X.3 MATRIZ.....	24
XI. ALIADOS ESTRATÉGICOS.....	26
XII. RECURSOS.....	27
XIII. PLAN DE TRABAJO.....	28

I. Presentación

El presente documento se integra por trece apartados, considerando la introducción y esta presentación, seguidas por la exposición del marco legal, en el cual se hace mención de las disposiciones normativas que regulan la competencia y atribuciones en materia de imagen y comunicación institucional del IEDF y de la UTCSyD en particular.

Como quinto apartado, se indican las políticas y programas del Plan General de Desarrollo Institucional vigente que resultan aplicables a la presente Estrategia, así como un apartado de diagnóstico en materia de difusión y otro con los valores que regirán al proyecto.

En el apartado octavo se enuncian las etapas de la estrategia, en el siguiente el objetivo general y objetivos específicos, para continuar con el dedicado a las líneas de acción así como el seguimiento y evaluación (metas e indicadores), que nos servirá como instrumento de apoyo para mejorar la eficiencia y efectividad de la UTCSyD en el manejo de actividades el cual está dividido en dos vertientes: Posicionamiento del Programa de Imagen Interna y Posicionamiento de Imagen Externa.

El décimo primer apartado se refiere a los aliados estratégicos, a la importancia de conservar los que ya se tiene y a ampliar el horizonte para explorar más alianzas institucionales

Finalmente, los últimos dos apartados hacen referencia a los recursos con los que cuenta la Unidad Técnica para la puesta en marcha de las actividades sustantivas descritas en el documento así como el plan de trabajo correspondiente que se llevarán a cabo durante el año para cumplimentar en su totalidad la Estrategia de Difusión.



II. Introducción

En 2017 la recién nombrada Ciudad de México se posiciona como la entidad protagónica en la historia del país; la evolución de su nombre obedece a una transformación en su ordenación política, territorial e incluso cultural. La ciudadanía de esta capital será testigo y elemento fundamental de este cambio que se asume como un progreso de la democracia donde las nuevas reglas de convivencia brindarán las garantías que cada habitante requiere para el pleno ejercicio de sus derechos político-electorales.

En este contexto, el Instituto Electoral del Distrito Federal (IEDF), tendrá la responsabilidad de tres tareas fundamentales: a) llevar a cabo las acciones necesarias para ser identificado por la ciudadanía a partir de su nueva denominación, b) realizar como cada año desde 2010, la Consulta Ciudadana sobre Presupuesto Participativo 2018, y c) iniciar con los trabajos del Proceso Electoral Ordinario 2017-2018, conforme a lo establecido en la Ley de Participación Ciudadana y en el Código de Instituciones y Procedimientos Electorales del Distrito Federal, respectivamente. Asimismo, el IEDF se enfrenta al reto de elevar los niveles de participación ciudadana al amparo del nuevo marco normativo una vez promulgada la primera Constitución de la Ciudad de México.

Aunado a lo anterior y para dar cumplimiento con lo establecido en la nueva Carta Magna, el IEDF deberá asumir el desafío de proponer la renovación de la imagen institucional en todos los aspectos que la conforman, incidiendo de manera sustantiva en la conceptualización de los documentos rectores que conducen a este órgano electoral, así como en todos los elementos gráficos y visuales que le dan identidad, todo ello con el objetivo de posicionar a la institución como el organismo local electoral al servicio de quienes viven en la capital del país.

Coincidentemente, en 2017 el IEDF celebra su décimo octavo aniversario, circunstancia idónea para impulsar el modelo de comunicación que ha acuñado en los últimos años en el marco de una Estrategia Institucional trazada con apego a las políticas y programas generales establecidos en el Plan General de Desarrollo 2017-2020 aprobado por el Consejo General el 31 de enero. En este sentido, cabe destacar la distribución de los Proyectos Estratégicos Institucionales encabezados por los Consejeros Electorales quienes fungen como los patrocinadores de cada uno. Así, para el caso de dos de ellos relativos a *diseñar una estrategia transversal de redes sociales, que incida en el debate y la democratización y contribuya a la divulgación del quehacer institucional y a identificar valor público, a partir de las actividades institucionales que tienen impacto en la vida cotidiana de quienes habitan en la Ciudad de México, así como generar consciencia entre los funcionarios del IEDF sobre la importancia del enfoque de valor público y el ciclo de planeación estratégica*, es el Consejero Pablo Lezama y la Consejera Olga González respectivamente encargados de liderar cada uno.

De cara a estos compromisos, durante el siguiente año se deberá gestar la ruta de acciones en materia de difusión al interior de la institución para fortalecer el sentido de pertenencia así como al exterior para motivar la participación ciudadana, la promoción del voto y el posicionamiento por la renovación de la imagen institucional, que en conjunto forman parte de la cultura cívica democrática cuya implementación buscará alinearse con la Estrategia Nacional de Educación Cívica aprobada por el Instituto Nacional Electoral en octubre pasado.



Para este propósito, se hará uso de todos los recursos humanos, técnicos y económicos que dispone este organismo, asimismo se buscará fortalecer la relación que mantiene con aliados estratégicos, actores fundamentales para potencializar los alcances de estos objetivos. Además es indispensable señalar que la Estrategia de Difusión Institucional destacará por ser implementada de manera transversal e incluyente en todos los niveles de ejecución.

Por otra parte, el andamiaje legal que faculta y respalda al Instituto le obliga a proponer, diseñar y ejecutar aquellas actividades que brinden una respuesta eficaz a la ciudadanía, a través de los medios que considere convenientes para la capacitación, conocimiento y difusión de su quehacer.

En este sentido y en cumplimiento con lo establecido en el artículo 37, fracciones I, II y III del Reglamento Interior del IEDF, la Unidad Técnica de Comunicación Social y Difusión (UTCSyD), presenta al Secretario Ejecutivo el documento denominado Estrategia de Difusión Institucional 2017, a fin de ser sometido a la consideración de la Junta Administrativa.

Así, esta Estrategia describe una alternativa de comunicación para contribuir a la misión institucional con apego a los principios rectores, a las políticas, a los programas, a las líneas estratégicas así como a los objetivos establecidos en el Plan General de Desarrollo vigente. Su implementación estará programada considerando el trabajo que realiza cada una de las áreas que componen el Instituto y su efectividad estará determinada por el nivel de involucramiento de cada instancia ejecutora.

Para la UTCSyD este documento representa el cumplimiento de su atribución al difundir de manera integral las actividades institucionales por realizar durante 2017. Para ello, establece un plan de trabajo que describe claramente las gestiones, plazos y mecanismos por realizar a fin de fortalecer una comunicación efectiva interna y externa ante los retos que deberá afrontar en el corto plazo.



III. Marco legal

Para dar sustento al trabajo que presenta la UTCSyD, resulta indispensable presentar el marco legal que se observa como referencia.

Fundamento constitucional

Artículo 41, Base V, Apartado C de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos.

Ley de Participación Ciudadana del Distrito Federal (Ley)

Artículo 2, párrafo segundo. La participación ciudadana contribuirá a la solución de problemas de interés general y al mejoramiento de las normas que regulan las relaciones en la comunidad, para lo que deberá considerarse la utilización de los medios de comunicación para la información, difusión, capacitación y educación, para el desarrollo de una cultura democrática de la participación ciudadana; así como su capacitación en el proceso de una mejor gobernanza de la Ciudad capital.

Artículo 15, párrafo tercero. Las autoridades promoverán entre los habitantes, ciudadanos y vecinos del Distrito Federal, a través de campañas informativas y formativas, programas de formación para la ciudadanía, mejoramiento de la calidad de vida, representación y promoción de los intereses generales, sectoriales y comunitarios, promoción y desarrollo de los principios de la participación ciudadana, fomento a las organizaciones ciudadanas, instrumentos de participación ciudadana y órganos de representación ciudadana.

Artículo 16 párrafo tercero. ...el Instituto Electoral está obligado a implementar programas de capacitación, educación, asesoría, evaluación del desempeño y comunicación en la materia.

Artículo 204, fracción I. El Instituto Electoral tendrá las siguientes atribuciones en materia de presupuesto participativo:

- Educar, asesorar, capacitar y evaluar a los integrantes de los Comités Ciudadanos en materia de presupuesto participativo;

Artículo 241, fracción VI, establece el derecho de los integrantes de los Consejos Ciudadanos Delegacionales a recibir capacitación y educación de acuerdo con lo establecido en la Ley.

Ley General de Instituciones y Procedimientos Electorales (LGIPE)

Artículo 104, incisos d) y e).- Prevé entre las facultades de los OPL:

- Desarrollar y ejecutar programas de educación cívica en la entidad;
- Orientar a los ciudadanos en la entidad para el ejercicio de sus derechos y cumplimiento de sus obligaciones político-electorales.

6
9

Estatuto de Gobierno del Distrito Federal (Estatuto)

Artículo 22, párrafo segundo. La participación ciudadana contribuirá a la solución de problemas de interés general y el mejoramiento de las normas que regulan las relaciones en la comunidad, para lo que deberá considerarse, de conformidad con las leyes aplicables, la utilización de los medios para la información, la difusión, la capacitación y la educación, así como para el desarrollo de una cultura democrática de participación ciudadana.

Artículo 127, inciso 2 - El Instituto Electoral del Distrito Federal tendrá a su cargo en forma integral y directa, además de las que le determine la ley, las actividades relativas a:

- La educación cívica.

Código de Instituciones y Procedimientos Electorales del Distrito Federal

Artículo 82. Las atribuciones de las Unidades Técnicas serán determinadas en la normatividad interna del Instituto Electoral, así como las relaciones, actividades de colaboración y apoyo que deban brindar.

Reglamento Interior del IEDF (Reglamento)

Artículo 37, fracciones I, II, III, IV, V, XII y XXII. Señala entre otras funciones de la Unidad Técnica de Comunicación Social y Difusión:

- Diseñar, producir y difundir 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, la cual deberá procurar difundir los programas, políticas y actividades institucionales;
- Planear, organizar, dirigir, coordinar y supervisar el constante suministro de información institucional a los diferentes medios de comunicación;
- Operar las relaciones públicas e interinstitucionales;
- Supervisar y emitir opinión técnica en la planeación y producción de materiales de difusión internos y externos.
- Coadyuvar en el diseño y aplicación de estrategias y campañas de promoción del voto, de difusión de la cultura democrática y de participación ciudadana, de manera incluyente no discriminatoria y no sexista.

Derivado de las reformas en materia electoral acontecidas durante el año 2016, el IEDF se dio a la tarea de actualizar su estructura organizacional, cargos, puestos y funciones por lo que emitió el acuerdo:

Acu-42-16.- Acuerdo del Consejo General del Instituto Electoral del Distrito Federal, por el que se aprueban modificaciones a la estructura orgánica funcional del Instituto Electoral del Distrito Federal, en acatamiento a lo previsto en el Estatuto del Servicio Profesional Electoral Nacional y del personal de la Rama Administrativa.

En ejercicio de estas funciones y con el propósito de cumplir las normas antes mencionadas, se emite la presente Estrategia, la cual se ha sometido a la consideración de las autoridades institucionales competentes para su revisión y aprobación.

No obstante lo anterior, se deberá tomar en cuenta que en febrero de 2017 se llevará a cabo la promulgación de la Constitución de la Ciudad de México, misma que modificará en algunos aspectos el marco jurídico local incluyendo las políticas electorales, por lo que, este Instituto electoral, deberá adecuar su normativa y sus procesos conforme a las reformas que de ello deriven.

IV. Atribuciones de la Unidad Técnica

La Reforma Política aprobada en 2014, obligó a instancias como el IEDF a realizar ajustes no sólo en su normativa interna, si no también fue necesario reformular su estructura orgánica para estar en concordancia con las nuevas atribuciones y aprovechar al máximo las habilidades multidisciplinarias con las que cuenta su personal. En este sentido, y con la plena responsabilidad de concentrar las tareas en materia de difusión, el Consejo General aprobó el acuerdo ACU-42-16, donde faculta a la UTCSyD para asumir dicha labor y para lo cual fue necesario desprenderse del área de Transparencia y Protección de Datos Personales e incluir en sus filas al área de Difusión. Si bien la Código de Instituciones y Procedimientos Electorales del Distrito Federal aún no refleja este reajuste institucional, el Estatuto del Servicio Profesional Electoral Nacional y del personal de la Rama Administrativa otorga los parámetros necesarios que respaldan dichos movimientos.

Derivado de lo anterior, la UTCSyD será la encargada de atender las líneas de acción sustantivas que se describen a continuación:

1. Promoción de la participación ciudadana: estrategias de promoción del voto y de difusión de la cultura democrática.
2. Imagen institucional externa: diseñar, producir, difundir acciones de la imagen institucional.
3. Imagen institucional interna: difusión de actividades institucionales al personal del Instituto.
4. Quehacer institucional: planear, organizar, dirigir, coordinar y supervisar el suministro de información institucional.

5. Relaciones Públicas e Interinstitucionales: operar las relaciones con instituciones y organismos externos que potencialicen los alcances de comunicación.

Estas tareas y ámbitos son distribuidos por el Código en su artículo 79, y el Reglamento Interior del IEDF específicamente en su artículo 37, donde se establece que la UTCSyD posee atribuciones relacionadas con la imagen y la comunicación institucional, además que se le encomienda directamente, el diseño, la producción y la difusión de las actividades institucionales y de la información institucional; así como operar las relaciones públicas del Instituto y las relaciones interinstitucionales.

Consecuentemente, la UTCSyD será la encargada de planear, organizar, dirigir, coordinar y supervisar las acciones que permitan el constante suministro de información institucional a los diferentes medios de comunicación.

Asimismo, la difusión de la imagen institucional y las relaciones con otras autoridades sobre este tema, corresponden exclusivamente a la UTCSyD al amparo y vigilancia de los Consejeros que fungen como patrocinadores de los proyectos conforme a lo señalado en el Plan General de Desarrollo 2017-2020.

La cultura democrática puede difundirse a través de talleres, publicaciones e incluso la capacitación que se proporciona a la ciudadanía, a su vez, la imagen institucional se difunde preponderantemente a través de los medios de comunicación masiva, de allí que la UTCSyD, tenga relación directa con periodistas y comunicadores.

V. Políticas y Programas Generales del Plan General de Desarrollo Institucional aplicables a la Estrategia

El desarrollo de la Estrategia de Difusión tiene como punto de partida obligado, el Plan General de Desarrollo del Instituto Electoral del Distrito Federal 2017-2020 aprobado por el Consejo General mediante acuerdo ACU-07-17 el 31 de enero de 2017 toda vez que en él se concentran las políticas y programas generales del quehacer institucional y el marco jurídico que da sustento a sus acciones, asimismo establece un plazo trianual de ejecución. Por estas razones, resulta imprescindible que en 2017 de inicio a lo establecido es dicho documento.

Los principios rectores y objetivos estratégicos serán los elementos que guíen esta labor y definan la ruta de la Estrategia, sus alcances y los componentes más adecuados para lograr una efectiva comunicación que apuntalen la misión y visión institucionales. A continuación de enlistan las políticas y programas referidos que se vinculan con dicha Estrategia:

❖ De las Políticas Generales:

- 1. De fomento a la cultura democrática y participación ciudadana.** Atiende el compromiso de dirigir las acciones de la institución hacia la apropiación de la cultura

democrática y la participación entre las y los habitantes y demás actores políticos del Distrito Federal.

2. **De educación cívica.** Se encamina a la formación de la ciudadanía para que ejerza activamente sus derechos político electorales y sean conscientes del valor de su intervención en las prácticas democráticas de la Ciudad de México.
3. **De innovación institucional y reconocimiento.** Dirigida a comprometer los esfuerzos del IEDF para innovar en el quehacer institucional, y que los resultados de estos esfuerzos se vean reflejados en un reconocimiento por parte de la ciudadanía de un órgano que le aporta valor.
4. **De mejora de la calidad y simplificación en la gestión.** Enfocada a accionar una cultura de calidad dentro del IEDF que propicie la mejora en sus procesos electorales, sustantivos y de apoyo, con la premisa de simplificar el trabajo, tener un ejercicio responsable del gasto, y aprovechar los recursos humanos, materiales, presupuestales y de infraestructura en beneficio de la ciudadanía.

❖ De los Programas Generales

A partir de este marco normativo interno de referencia, las acciones previstas por implementar deberán considerar estas directrices de manera transversal e incluyente, de modo que impacten en el contenido y en la forma al momento de operarlas. Para ello, será necesario integrar una planeación donde claramente se puedan detectar áreas de oportunidad que permitan aprovechar los recursos destinados para el alcance de los objetivos deseados.

1. **De Organización de los Procesos Electorales.** Dirigir y ejecutar lo referente a los procesos electorales, que le correspondan al IEDF, de forma efectiva.
2. **De Participación Ciudadana.** Realizar la organización de los mecanismos de participación ciudadana, y aprovechar la experiencia y conocimiento para incorporar mejoras en cada ejercicio.
3. **De la educación para la vida en democracia.** Diseñar contenidos, elaborar materiales e implementar acciones de formación cívica democrática así como de promoción de los principios y prácticas propios de una cultura política informada, responsable, incluyente y participativa, para quienes habitan la Ciudad de México.
4. **De transparencia, accesibilidad y rendición de cuentas.** Garantizar a la ciudadanía que la transparencia, la rendición de cuentas y el acceso a la información pública en posesión del IEDF se realicen de manera oportuna, eficaz, de fácil acceso y con lenguaje ciudadano.
5. **De inclusión, igualdad de género y el derecho a la no discriminación.** Asegurar que las acciones de la operación cotidiana del IEDF, tengan de manera explícita como premisas básicas indeclinables: los principios de igualdad de género y de no discriminación. De igual forma promover estos principios a través de todas las actividades que el IEDF realiza hacia la ciudadanía.

6. **De innovación del quehacer institucional.** Generar una cultura de innovación al interior del IEDF que promueva la mejora en actividades, procesos, servicios y todo aquello relacionado con el quehacer institucional, asegurando que estos cambios generen valor para el cliente interno y/o externo y para la institución.
7. **De vinculación institucional.** Fomentar la ampliación y consolidación de los vínculos con entes públicos, privados y sociales, así como instituciones académicas y de investigación, para fortalecer las actividades sustantivas que realiza el IEDF.
8. **De identidad institucional.** Generar una nueva identidad institucional que al interior promueva el orgullo y sentido de pertenencia, y al exterior propicie un reconocimiento y cercanía con la ciudadanía.
9. **De mejora de la calidad.** Simplificar y mejorar tanto en procesos como en normativa, estructura organizacional e infraestructura, para dotar al IEDF de los elementos necesarios para elevar su eficiencia y sobresalir en su desempeño.
10. **De desarrollo del Capital Humano.** Desarrollar los mecanismos necesarios para la contratación, desarrollo y retención del talento humano, que permita incrementar la mejora del desempeño del personal y alcanzar los objetivos que el IEDF persigue, englobado en un clima organizacional armonioso y productivo y basado en los principios rectores del Instituto.

VI. Diagnóstico en materia de difusión

Las diferentes estrategias de difusión que ha desarrollado e implementado el Instituto para atender este aspecto fundamental de su quehacer, han estado determinadas principalmente por dos factores, primero, la disponibilidad de recursos económicos durante el año del ejercicio, y segundo, la responsabilidad de realizar el o los ejercicios de participación ciudadana conforme a lo establecido en la ley correspondiente. Esta circunstancia ha obligado a diseñar fórmulas efectivas de comunicación y privilegiar conseguir el mayor impacto entre los diferentes sectores de la población capitalina.

En este contexto, también debe considerarse una serie de aspectos socioculturales que sin duda determinan la efectividad de una campaña específica, cuya ruta de operación debe estar definida a partir de ciertas características como demográficas, nivel de educación e incluso situación política, entre otras.

Al respecto, el Informe País elaborado bajo el sello editorial del Instituto Nacional Electoral y presentado en 2015, revela algunos datos sustantivos que ayudan a ilustrar la percepción nacional de las instituciones de gobierno así como algunas particularidades de las entidades, por ejemplo entre otra información, refiere que:

- Quienes mayormente sufragan tienen escolaridad secundaria 23% de los encuestados y quienes menos, preparatoria 15%.
- En general votan más las mujeres que los hombres, con hasta 8 puntos porcentuales de diferencia.
- En general los hombres tienden a participar más en formas de política no electoral.
- El mayor número de participantes está entre 30 y 49 años.

Por lo que respecta al nivel de confianza a instituciones públicas, éste no supera el 50% a excepción de tres casos, el ejército con 62%, los maestros con 56% y las iglesias con 55%.

Asimismo, el periódico El Universal en su encuesta denominada *¿Cómo vamos Ciudad de México?* realizada en 2015 sobre el rubro de percepción de confianza refiere que el IEDF registró una baja de 7 puntos porcentuales, pasando de 22% de aprobación en 2013 a 15% en 2015.

Por otra parte, el estudio más reciente del IAB México (Interactive Advertising Breaú), señala que las redes sociales más utilizadas en México son Facebook con un 92%, Youtube con un 45%, seguido de Instagram y Twitter con 19% cada una. Cabe señalar que la comunicación institucional en redes sociales inició en mayo 2010 con la creación de las cuentas en Twitter y Facebook con el objetivo de ofrecer una línea de comunicación directa e inmediata con las y los usuarios de estas comunidades digitales.

Adicional a lo anterior, durante sus 18 años de existencia, el IEDF ha tenido que afrontar la asociación que la ciudadanía ha hecho entre éste y el órgano nacional electoral. En 2017 deberá asumir el desafío del cambio de denominación e iniciar con un proceso de posicionamiento intenso para ser identificado no solo como la instancia local responsable de organizar los procesos de participación ciudadana, sino como la principal institución en promover las acciones de educación cívica democrática.



VII. Valores que regirán el proyecto

El IEDF se ha caracterizado por ser un organismo interesado en construir un modelo de institución basado en los valores democráticos. Desde su creación hace 18 años, se ha preocupado por empoderar a la ciudadanía, a través del fomento permanente de la cultura democrática, ofreciendo los mecanismos para ejercer su derecho de participación de manera consiente e informada y en conjunto se ve por el bienestar de la sociedad.

En 2017, para lograr coordinar las tareas en materia de cultura democrática como uno de los ejes rectores del quehacer institucional, se integra la Estrategia de Educación Cívica cuya elaboración e implementación estará a cargo de la Dirección Ejecutiva y reforzada por las diferentes áreas del Instituto, en específico la UTCSyD estará atenta para dar a conocer por los diferentes medios a los que tiene acceso, las actividades que se desprendan de dicha Estrategia y lograr el mayor alcance e impacto posible.

Lo anterior, tendrá como parámetro de referencia indispensable, lo establecido en la Estrategia Nacional de Educación Cívica aprobada por el Instituto Nacional Electoral el 14 de octubre de 2016 así como el Plan General de Desarrollo que el IEDF apruebe a fin de crear e instrumentar la promoción de valores de manera integral.

En este sentido, a continuación se enlistan cuatro aspectos esenciales en los que basará su línea de trabajo.

1. Confianza ciudadana en los procesos electorales.

El gran reto de toda institución gubernamental es lograr la confianza y el reconocimiento de a quienes sirve, esto sin duda se consigue a través de la constancia y asertividad en el servicio que otorga; para el IEDF es fundamental continuar construyendo vínculos genuinos con la ciudadanía desde diferentes ámbitos, mostrándose ajeno a los intereses de partidos políticos y de cualquier asociación o instancia que busque el apoyo de un sector de la sociedad para conseguir beneficios específicos.

La conceptualización y prestigio que este órgano local ha logrado afianzar es resultado de la credibilidad construida con sus acciones al organizar procesos electorales y de participación ciudadana, con apego a las reglas establecidas en la ley y basados en la optimización de recursos. Asimismo, ha encontrado las rutas para dar voz a todos los sectores de la sociedad que convergen en esta metrópoli al promover espacios de expresión para conocer sus inquietudes, aportaciones e inconformidades en su caso, y fungir como el árbitro que garantiza el pleno ejercicio de los derechos político-electorales.

2. Transparencia en el actuar institucional.

La exhibición del quehacer institucional es tema básico e inseparable en la ejecución de procesos, a partir de esta tesis el IEDF pone a disposición de las y los ciudadanos toda la información que genera, promociona y realiza, lo que permite ser un organismo no solo de consulta, sino también de referencia. Para ello, se han creado las vías de comunicación para que las personas puedan tener acceso de manera rápida y clara sobre cualquier tema que

requieran consultar. Así, actualmente se cuenta con los portales en internet, una oficina de transparencia y acceso a la información pública y cuarenta oficinas distribuidas en todo el territorio de la capital, disponibles para atender a quien lo solicite.

Para el siguiente año, no solo se pretende dar continuidad a este trabajo, sino buscar áreas de mejora que aspiren a lograr la excelencia y siempre mostrar a la ciudadanía una institución de puertas abiertas y a su servicio, conducida en apego a los valores de la imparcialidad, objetividad, legalidad y certeza.

3. Promoción de la participación ciudadana.

Si bien a partir de 2010 que se publica la Ley de participación Ciudadana del Distrito Federal, el Instituto organiza e implementa los ejercicios de la Consulta Ciudadana y la Elección de Comités Ciudadanos y Consejos de los Pueblos, éstos tienen su antecedente en la organización de los Comités Vecinales en 1999 y en el Plebiscito en 2002 por mencionar un par de ejemplos. En este orden de ideas, se puede afirmar que con el transcurso de los años se ha dado cumplimiento con lo señalado en la ley respectiva, y por derrama se ha mejorado el desarrollo de esta responsabilidad, por otra parte y de manera simultánea, se ha buscado en todo momento que la ciudadanía conozca y se apropie estos mecanismos de participación.

El resultado de esta labor se ha visto reflejada en el incremento del porcentaje de participación la cual ha sido vía internet de manera remota o en módulo o bien, presencial en las mesas receptoras de opinión.

En 2017, el compromiso del IEDF será elevar el nivel de participación en la Consulta Ciudadana sobre Presupuesto Participativo 2018 y que la población asuma la responsabilidad de involucrarse en los tres momentos principales que implica este ejercicio: registro de proyectos, emisión de su opinión y verificación para que se lleven a cabo. Cabe hacer mención que las autoridades y las y los ciudadanos, deberán vigilar que las todavía denominadas Delegaciones Políticas, cumplan la realización de los proyectos elegidos.

4. Promoción de valores democráticos.

Derivado de la Reforma Política aprobada en 2014, a los órganos electorales locales se les designa como principal atribución implementar y difundir la educación cívica entre la población que atienden.

Si bien en el trabajo que cada área del IEDF realiza están implícitos los valores democráticos, el referente indiscutible que mejor ilustra sobre esta materia es sin duda el proyecto denominado Ludoteca Cívica (LUCI), desde su creación en el año 2000, ha sustentado su labor en la promoción de los valores democráticos. Por casi una década, este proyecto estuvo focalizado a atender población infantil de entre 10 y 12 años, el éxito de su metodología propició abarcar públicos más amplios; actualmente atiende a niñas, niños, jóvenes, docentes en formación, servidores (as) públicos y población en general.

Por otra parte, y a través de los diferentes programas institucionales se deberá continuar con la promoción de estos valores que de manera transversal impactan cada una de las diferentes



actividades que se realizan a lo largo del año, de tal suerte que para 2017 no sólo se deberá continuar fortaleciendo este eje rector, adicionalmente el IEDF estará obligado a impulsar aquellas prácticas democráticas entre todos los sectores de la población.

J

VIII. Etapas de la estrategia

En los apartados anteriores se ha expuesto el marco general y los parámetros en los que se suscribirá el trabajo que coordinará la Unidad Técnica en materia de difusión. A continuación se presenta una tabla con la descripción específica de este trabajo.

ETAPA	FASE	PERIODO	DESCRIPCIÓN
Elaboración y planeación de la Estrategia de Difusión Institucional 2017	Integral	Enero - Febrero	Elaboración del documento rector de la Estrategia para ser presentado al Secretario Ejecutivo quien lo someterá a consideración de la Junta Administrativa, para su aprobación.
		Marzo	Una vez aprobada la Estrategia se iniciará con las actividades propuestas así como con las gestiones administrativas correspondientes, en caso de disponer de recursos económicos para la operación. Elaboración y diseño de la Campaña específica para la difusión de la Consulta Ciudadana.
Implementación de las acciones planteadas	Interna	Abril - Diciembre	Se definirán las actividades específicas para implementar al interior del IEDF, una Campaña que involucre al personal de estructura y eventual (en su caso). Asimismo se operarán aquellas acciones derivadas de la renovación de la imagen institucional tanto en las instalaciones de oficinas centrales como en las sedes distritales.
	Externa		Esta fase estará enfocada a posicionar el trabajo que realiza el IEDF, en específico a promover la Consulta Ciudadana y el inicio del Proceso Electoral Ordinario, con el ánimo de dar cumplimiento con los objetivos definidos en el marco de la nueva normatividad local.
Seguimiento y evaluación de la de las acciones implementadas	Interna	Mayo - Diciembre	Esta etapa resulta fundamental para conocer los alcances de las acciones implementadas tanto al interior como al exterior del IEDF. Se buscará contar con el apoyo de especialistas en la materia e instituciones educativas a fin de obtener resultados precisos y certeros que permitan al Instituto detectar las áreas de oportunidad y de mejora; de contar con recursos, se podrá contratar los servicios de una empresa especializada en realizar estudios de opinión.
	Externa		

IX. Objetivos

➤ OBJETIVO GENERAL

Fortalecer al IEDF como el organismo local autónomo que promueve la cultura cívica con apego a los valores democráticos, cercano a la ciudadanía y responsable de realizar los procesos de participación ciudadana en la Ciudad de México con la intervención eficaz de todas las áreas que lo integran a partir del principio de confianza.

➤ OBJETIVOS ESPECÍFICOS

1. Propiciar y fomentar una política de integración laboral que incida en los niveles de productividad y sentido de pertenencia, a través de la implementación de una campaña de difusión interna que fortalezca la misión, la visión y los principios rectores con los que se conduce el IEDF, así como renovar la imagen institucional: visual, nominativa y editorial.
2. Concientizar a toda la ciudadanía sobre la importancia de ejercer sus derechos político-electorales de manera informada a través de los mecanismos que brinda la Ley de Participación Ciudadana con el convencimiento de que la mejora del entorno común es una responsabilidad compartida.
3. Consolidar al IEDF como el principal referente local y nacional en materia de gestión electoral ante los principales sectores involucrados en la vida política, académica, cultural y social.

X. Líneas de Acción

A todo proceso de planeación le debe continuar uno de ejecución y seguimiento para concluir con el de evaluación, esto permite conocer el ciclo completo e identificar aciertos y fallas. En el caso de las acciones consideradas para implementar durante 2017 será necesario observar el desarrollo y cumplimiento de este proceso con el propósito de detectar oportunamente cada momento para potencializar el alcance de la meta planteada. En este sentido, en el presente apartado se identifican la interrelación que existe entre los objetivos, las líneas de acción, las actividades por realizar y los indicadores a través de los cuales se va medir la efectividad de la Estrategia.

X.1 Posicionamiento de Imagen interna

La difusión interna es vista como un proceso estructurado y organizado de acceso y análisis de documentos sustanciales de las distintas áreas, los cuales constituyen la materia prima de la información para su adecuación noticiosa y correcta difusión.

Estas actividades requieren la implementación de un mecanismo de comunicación interna que permita el correcto flujo de información y la conformación de un Plan de Comunicación Organizacional efectivo.

Asimismo, se pretende sensibilizar al personal acerca de la trascendencia de la función del Instituto y dar continuidad a la Política de Calidad dando continuidad al trabajo hecho durante 2016, generando un impacto y relevancia de su labor para el fortalecimiento de la democracia de la Ciudad de México.

Para ello, se cuenta con el siguiente objetivo específico con su línea de acción y las actividades correspondientes.

Objetivo específico 1: Propiciar y fomentar una política de integración laboral que incida en los niveles de productividad y sentido de pertenencia, a través de la implementación de una campaña de difusión interna que fortalezca la misión, la visión y los principios rectores con los que se conduce el IEDF, así como renovar la imagen institucional: visual, nominativa y editorial.

Línea de acción:

- Imagen institucional interna: difusión de actividades y documentos institucionales al personal del Instituto

Actividades:

Estas actividades consideran la implementación de un mecanismo de comunicación interna que permita el correcto flujo de información y la conformación de un Plan de Comunicación Organizacional.



- ✓ Continuar y enriquecer el Portal de Intranet. Consolidar el portal como el medio digital por excelencia, crear nuevas secciones y trabajar para posicionarlo como el canal oficial por excelencia. Asimismo se mantendrá actualizada de manera permanente las actividades institucionales de acuerdo con los compromisos y responsabilidades institucionales.
- ✓ Renovar y generar nuevos convenios. Identificar las áreas de oportunidad para lograr un mayor alcance con la colaboración y apoyo de diversas instituciones para la capacitación del personal, así como informar de aquellos convenios en beneficio del personal, como descuentos en compras, actividades recreativas, deportivas y culturales.
- ✓ Difundir los logros del personal del Instituto. Motivar el sentido de pertenencia al divulgar sobre el otorgamiento de reconocimientos al buen desempeño, puntualidad y productividad del personal del Instituto y felicitación pública por logros obtenidos.
- ✓ Fortalecer el sistema de información a través de sistema de circuito cerrado de televisión y explorar la posibilidad de transmitir a través de dos canales de televisión y en el mejor de los casos, generar la propuesta de producciones propias.
- ✓ Adecuar el Manual de Identidad Gráfica. A partir de la nueva denominación del IEDF
- ✓ Plantear e instrumentar la nueva denominación del Instituto. Diseñar dinámicas y reuniones de trabajo para determinar la forma más efectiva para denominar al instituto que pueda reflejar cercanía e identificación con la ciudadanía. Se colocarán postes de ubicación y una ruta de la democracia, la cual funcionará como mapa de referencia de áreas; además de una galería fotográfica al interior y exterior del IEDF para reforzar la imagen institucional entre el personal y el público que visita las instalaciones y colocación de calcomanías con mensajes de identidad en los espacios de tránsito común con motivo del 18° aniversario del instituto.
- ✓ Grabación de audios para el servicio del conmutador en llamada de espera con el jingle, música y voz institucionales.
- ✓ Generar campañas específicas de acuerdo al nuevo plan general de desarrollo y de los valores cívicos con sentido de pertenencia, y refrendar los principios institucionales promovidos en el marco de la política de calidad.

Seguimiento y evaluación (meta e indicadores):

El posicionamiento del programa de imagen interna deberá ser puesto en marcha en el primer trimestre del año con la posibilidad de enriquecer y desahogar cada una de las actividades en los meses subsecuentes de manera permanente.

Indicador de cumplimiento: Porcentaje de realización de las acciones previstas. ¿Se hicieron todas las actividades? Sí, no, por qué.

$$C = \text{NaP} * 100 / \text{NaR}$$

C=Cumplimiento; NaP=Número de acciones Programadas (por cien); NaR=Número de acciones Realizadas.

9

Indicador de gestión: ¿Los productos o actividades que realizamos se hicieron como estaban previstas en su totalidad?

$$G = \text{NaP} * 100 * \text{Tp} / \text{NaR} * 100 * \text{Tr}$$

G=Gestión; NaP=Número de acciones Programadas (por cien); Tp=Tiempo planeado el año será considerado como 1; NaR=Número de acciones Realizadas (por cien) Tr=Tiempo real.

Indicador de impacto: Medición del nivel de alcance y grado de satisfacción del personal. (Cuestionarios y encuestas, aplicados al personal al inicio y al término de éste. Esta actividad irá acompañada con el trabajo de la Secretaría Administrativa)

$$\text{Impacto} = \text{Resultados} / \text{Objetivos} * 100$$

Resultado= Lo que se logró con la ejecución de la actividad institucional; Objetivos= Lo que realmente se busca lograr

X.2 Posicionamiento de imagen externa

La difusión externa propiciará la divulgación de la naturaleza, propósitos y alcances de los diferentes proyectos institucionales hacia el exterior del IEDF.

Al relacionarse con la difusión interna, comprende acciones de carácter interno indispensables, a razón de una estrecha coordinación entre los generadores, procesadores y difusores de la información.

Objetivo específico 2: Concientizar al mayor número de ciudadanos y ciudadanas de que sólo con su participación activa, a través de los mecanismos que la Ley de Participación Ciudadana otorga, pueden incidir en la toma de decisiones y en el mejoramiento de su entorno social.

Líneas de acción:

- Difusión de la cultura democrática. Apoyar la difusión de las diferentes actividades que refieren los programas de Educación Cívica, Editorial y de Participación Ciudadana y Capacitación.
- Promover la participación ciudadana mediante estrategias de participación ciudadana y promoción del voto y estrategias de difusión de la cultura democrática.
- Fomentar las relaciones Públicas e Interinstitucionales mediante la gestión y las buenas prácticas que ha realizado el instituto desde su creación a fin de sumar esfuerzos en beneficio de los habitantes de la Ciudad de México.
- Administrar el sitio Asociación de Instituciones Electorales de las Entidades Federativas (AIEEF). Actualización por dos años del sitio toda vez que el Consejero Presidente fungirá como presidente de la Asociación.

Actividades:

Desarrollar la difusión por etapas de acuerdo con el avance en la ejecución de los procesos de participación ciudadana y electorales establecidos en las convocatorias que emita el Consejo General.

- ✓ Integrar las estrategias de difusión específicas (plan de medios, calendarización de actividades de difusión, definición de un concepto, línea creativa e imagen gráfica de las campañas), tales como la Consulta Ciudadana sobre el Presupuesto Participativo, y el Proceso Electoral Ordinario 2017-2018, así como la labor permanente de difundir las actividades en materia de educación cívica
- ✓ Diseñar estrategias que permitan atender las necesidades de comunicación de grupos específicos de la sociedad civil.
- ✓ Proponer la optimización de la difusión de los planes y programas, tanto de capacitación como de participación ciudadana en forma continua, directa y masiva.
- ✓ Establecer un esquema de difusión para control y seguimiento a las actividades de los ejercicios de participación ciudadana, a través de los informes de las direcciones ejecutivas y unidades técnicas.
- ✓ Alimentar y promover plataformas alternas de difusión como Ciudadanos Uni2.
- ✓ Supervisar el uso correcto de la imagen gráfica por parte de las áreas.
- ✓ Diseñar productos comunicacionales efectivos para difundir los programas de formación y capacitación ciudadana.
- ✓ Definir jingle institucional, a partir de la nueva denominación del instituto voz institucional y colores institucionales.
- ✓ Producción y gestión de mensajes. Realización y seguimiento de la producción y transmisión de mensajes audiovisuales en medios electrónicos a través de tiempos oficiales otorgados por el Instituto Nacional Electoral.
- ✓ Concretar alianzas con diversos sectores de la sociedad (académico, cultural, político, iniciativa privada, asociaciones civiles, grupos vulnerables, entre otros) para potencializar los esfuerzos de comunicación que permitan obtener espacios que no requieran una inversión.
- ✓ Monitoreo en redes sociales e internet (medios de comunicación). Generar reportes de participación y consulta de usuarios en las cuentas oficiales para obtener datos y elaborar estadísticas cuantitativas y cualitativas para su análisis.

Seguimiento y evaluación (meta e indicadores):

La programación de las actividades estará sujeta a las fechas que deriven de la determinación que asuma el Consejo General y la Asamblea Legislativa del Distrito Federal respecto a la realización de ambos ejercicios de manera concurrente. De esta forma, en la proyección inicial esta actividad estaría iniciando a partir del segundo trimestre del año para concluir en el penúltimo mes del ejercicio fiscal.

Indicador de cumplimiento: Porcentaje de realización de las acciones previstas. ¿Se hicieron todas las actividades? Sí, no, por qué.

$$C = NaP * 100 / NaR$$

C=Cumplimiento; NaP=Número de acciones Programadas (por cien); NaR=Número de acciones Realizadas.

Indicador de gestión: ¿Los productos o actividades que realizamos se hicieron como estaban previstas, en su totalidad?

$$G = NaP * 100 * Tp / NaR * 100 * Tr$$

G=Gestión; NaP=Número de acciones Programadas (por cien); Tp=Tiempo planeado el año será considerado como 1; NaR=Número de acciones Realizadas (por cien) Tr=Tiempo real.

Indicador de impacto: En cuanto a presencia en medios y medición del nivel de alcance: ¿Cómo se enteró de la campaña? ¿A través de qué medio (radio, televisión, en el transporte público)?, evaluación de imagen y contenido: ¿Qué le dice la campaña?, medición del nivel de sensibilización: ¿la campaña lo motivó a participar? Sí, no por qué. Serán cuestionarios y encuestas aplicados a la ciudadanía a través de encuestas en calle y dinámicas en redes sociales.

$$\text{Impacto} = \text{Resultados} / \text{Objetivos} * 100$$

Resultado= Lo que se logró con la ejecución de la actividad institucional; Objetivos= Lo que realmente se busca lograr

Objetivo específico 3: Consolidar al IEDF como el principal referente local y nacional en materia de gestión electoral ante los principales sectores involucrados en la vida política, académica, cultural y social.

Líneas de acción:

- Imagen institucional externa: diseñar, producir, difundir la nueva imagen institucional.
- Quehacer institucional: planear, organizar, dirigir, coordinar y supervisar el suministro de información institucional.
- Ampliar en el uso de tecnologías de la información, a través de redes sociales.
- Potencializar el capital institucional a partir de los reconocimientos y premios obtenidos por el trabajo realizado. (Certificación de Política de Calidad)

Actividades:

A partir de las acciones que a continuación se enlistan, se busca mejorar los instrumentos de comunicación social del IEDF para difundir asertiva y oportunamente Mensajes informativos a través de los medios de comunicación a diferentes sectores poblacionales.

La difusión externa propiciará la divulgación de la naturaleza, propósitos y alcances de los diferentes proyectos institucionales hacia afuera del IEDF.

Al relacionarse con la difusión interna, comprende acciones de carácter interno indispensables, a razón de una estrecha coordinación entre los generadores, procesadores y difusores de la información.

Los productos y acciones de comunicación que se emplearán, son los siguientes:

- ✓ Implementar entrevistas y reuniones con reporteros de la fuente y líderes de opinión.
- ✓ Realizar conferencias con medios.
- ✓ Difundir permanente en internet y redes sociales.
- ✓ Elaborar comunicados y boletines de prensa.
- ✓ Acompañar y apoyar las colaboraciones de consejeros y consejeras electorales en medios de comunicación.
- ✓ Producir cápsulas televisivas y radiofónicas.
- ✓ Cobertura y transmisión de eventos en plataformas multimedia.
- ✓ Realizar estudios o análisis de presencia, prospectiva y proyección de escenarios para la mejor toma de decisiones a partir de un monitoreo.
- ✓ Elaborar de un Manual de Imagen Institucional.
- ✓ Organizar talleres con reporteros sobre la Ley de Participación Ciudadana.
- ✓ Elaborar productos informativos que destaquen la particular relevancia que poseen las deliberaciones y acuerdos de las Comisiones Permanentes, a saber: De Asociaciones Políticas; de Participación Ciudadana; de Organización y Geoestadística Electoral; de Educación Cívica y Capacitación; de Fiscalización; de Normatividad y Transparencia y de Vinculación con Organismos Externos, así como también, de las Comisiones Provisionales que se creen por mandato del Consejo General.
- ✓ Informar permanentemente sobre los avances y metas alcanzadas en los planes y programas institucionales, a fin de afianzar la certeza, transparencia y rendición de cuentas del Instituto.
- ✓ Implantar la práctica de integrar un listado cronológico de las actividades realizadas por el Instituto.
- ✓ Publicar en el sitio web institucional evidencia gráfica y en texto, tanto de eventos como acuerdos, además de continuar con la publicación de la información que por ley es pública para que esté al servicio de la ciudadanía.
- ✓ Buscar, preferentemente, realizar publicaciones en medios masivos de comunicación de fácil acceso, alta audiencia y amplia cobertura. En el caso de estrategias focalizadas, éstas tendrán como criterio de selección a los medios de audiencia específica.
- ✓ Complementar la difusión informativa con la promoción institucional, enfocándose a un esquema de contacto directo y personalizado con comunidades o grupos específicos, tomando en cuenta sus características particulares. La promoción estará muy vinculada a la focalización de públicos objetivos y a la identificación de demandas informativas.
- ✓ Envío de información a distintos medios de comunicación a través de mensajes aunado al trabajo directo de las y los Consejeros Electorales y funcionarios de sede central y de Direcciones Distritales.

- ✓ Trabajar estrechamente con todos los actores involucrados en el proceso comunicacional en diferentes etapas de éste

Seguimiento y evaluación (meta e indicadores):

Al considerarse ésta una actividad permanente, se buscará dar cumplimiento puntual de las actividades programadas a través del Programa Operativo Anual (POA), buscando superar las proyecciones numéricas en cuanto a encuentros con medios de comunicación, entrevistas, conferencias de prensa y comunicados.

Indicador de cumplimiento: Porcentaje de realización de las acciones previstas. ¿Se hicieron todas las actividades? Sí, no, por qué.

$$C = NaP * 100 / NaR$$

C=Cumplimiento; NaP=Número de acciones Programadas (por cien); NaR=Número de acciones Realizadas.

Indicador de gestión: ¿Los productos o actividades que realizamos se hicieron como estaban previstas, en su totalidad?

$$G = NaP * 100 * Tp / NaR * 100 * Tr$$

G=Gestión; NaP=Número de acciones Programadas (por cien); Tp=Tiempo planeado el año será considerado como 1; NaR=Número de acciones Realizadas (por cien) Tr=Tiempo real.

Indicador de impacto: Contabilización y valoración en el tratamiento de notas informativas, artículos y columnas. ¿Qué tanto aparecemos en medios?, ¿Qué tanto nos reproducen?, ¿Qué tanto recurre el público a nuestros canales informativos para buscar información? y ¿Cuánto tiempo le destinan en medios electrónicos a las notas que refiere el Instituto?

$$\text{Impacto} = \text{Resultados} / \text{Objetivos} * 100$$

Resultado= Lo que se logró con la ejecución de la actividad institucional; Objetivos= Lo que realmente se busca lograr.

X.3 Matriz

IMAGEN	OBJETIVOS ESPECÍFICOS	LÍNEAS DE ACCIÓN	ACTIVIDADES
Interna	Propiciar y fomentar una política de integración laboral que incida en los niveles de productividad y sentido de pertenencia, a través de la implementación de una campaña de difusión interna que fortalezca la misión, la visión y los principios	Imagen institucional interna: difusión de actividades y documentos institucionales al personal del Instituto	<ul style="list-style-type: none"> Continuar y enriquecer el portal de Intranet. Renovar y generar nuevos convenios. Difundir los logros del personal del Instituto. Fortalecer el sistema de información a través del circuito cerrado de televisión. Adecuar el Manual de Identidad Gráfica.

	rectores con los que se conduce el IEDF, así como renovar la imagen institucional: visual, nominativa y editorial.		<ul style="list-style-type: none"> • Plantear la nueva denominación del instituto. • Grabación de audios para el servicio telefónico del conmutador. • Generar campañas específicas acorde con el nuevo Plan General de Desarrollo.
Externa	<p>Concientizar al mayor número de ciudadanos y ciudadanas de que sólo con su participación activa, a través de los mecanismos que la Ley de Participación Ciudadana otorga, pueden incidir en la toma de decisiones y en el mejoramiento de su entorno social.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Difusión de la cultura democrática. • Apoyar la difusión de las diferentes actividades que refieren los programas de Educación Cívica, Editorial y de Participación Ciudadana y Capacitación. • Promover la participación ciudadana mediante estrategias de participación ciudadana y promoción del voto y estrategias de difusión de la cultura democrática. • Fomentar las relaciones Públicas e Interinstitucionales mediante la gestión y las buenas prácticas que ha realizado el instituto desde su creación a fin de sumar esfuerzos en beneficio de los habitantes de la Ciudad de México. • Administrar el sitio Asociación de Instituciones Electorales de las Entidades Federativas (AIEEF). Actualización por dos años del sitio toda vez que el Consejero Presidente fungirá como presidente de la Asociación. 	<ul style="list-style-type: none"> • Integrar y coordinar las estrategias de difusión específicas de los procesos de participación ciudadana. • Diseñar estrategia que permitan atender grupos de la sociedad civil. • Proponer la optimización de los planes y programas de forma continua, directa y masiva. • Establecer un sistema de control y seguimiento de actividades de los ejercicios de participación ciudadana. • Alimentar y promover la difusión institucional a través de las plataformas institucionales como Ciudadanos Uni2. • Supervisar el uso correcto de la imagen gráfica. • Diseñar productos de comunicación efectivos para los programas de formación y capacitación. • Producción y gestión de mensajes audiovisuales para medios electrónicos y digitales. • Concretar alianzas con diversos sectores de la sociedad (académico, cultura, político, iniciativa privada, asociaciones civiles, grupos vulnerables, etc). • Monitoreo de internet, redes sociales y cuentas institucionales.
Externa	<p>Consolidar al IEDF como el principal referente local y nacional en materia de gestión electoral ante los principales sectores involucrados en la vida política, académica, cultural y social.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Imagen institucional externa: diseñar, producir, difundir la nueva imagen institucional. • Quehacer institucional: planear, organizar, dirigir, coordinar y supervisar el suministro de información institucional. • Ampliar en el uso de tecnologías de la información, a través de redes sociales. • Potencializar el capital institucional a partir de los reconocimientos y premios obtenidos por el trabajo realizado. (Certificación de Política de Calidad) 	<ul style="list-style-type: none"> • Realizar entrevistas y reuniones con reporteros de la fuente y líderes de opinión. • Realizar conferencias con medios. • Difundir permanentemente los eventos y la labor institucional en internet y redes sociales. • Realizar comunicados y boletines de prensa. • Acompañar y apoyar las colaboraciones de Consejeras y Consejeros electorales en medios de comunicación. • Producir cápsulas televisivas y radiofónicas. • Realizar coberturas y transmisión de eventos en plataformas multimedia. • Realizar estudios o análisis de presencia, prospectiva y proyección de escenarios para las mejor toma de decisiones a partir del monitoreo • Elaborar el Manual de Imagen Gráfica Institucional. • Organizar talleres con reporteros sobre la Ley de Participación Ciudadana. • Elaborar productos informativos que destaquen la relevancia de los acuerdos de las Comisiones Permanentes y Provisionales del Consejo General. • Informar los avances y metas alcanzadas en los planes y programas institucionales. • Implementar la práctica de integrar un listado cronológico de las actividades institucionales.

9

			<ul style="list-style-type: none"> • Publicar en el sitio web institucional de manera gráfica y en texto, los eventos, acuerdos e información que por ley es pública para disposición de la ciudadanía. • Buscar realizar publicaciones en medios masivos de comunicación de fácil acceso, alta audiencia y amplia cobertura. • Complementar la difusión informativa con un esquema de contacto directo y personalizado con comunidades o grupos específicos. • Envío de información a distintos medios de comunicación a través de mensajes aunado al trabajo directo de las y los Consejeros Electorales y funcionarios de sede central y de Direcciones Distritales. • Trabajar de manera estrecha con todos los actores involucrados en el proceso comunicacional en las diferentes etapas.
--	--	--	--

XI. Aliados estratégicos

Una de las grandes fortalezas que ha acuñado el IEDF es lograr conseguir diversos colaboradores que se sumen a los proyectos y actividades que pone en marcha anualmente para atender las necesidades ciudadanas e innovar en las formas de operación con el reto de volverse más eficiente y eficaz en su labor.

El camino que ha trazado este órgano electoral en la vida de la Ciudad de México ha dejado huella en la manera para conciliar alianzas efectivas y de largo alcance con los sectores más diversos que componen el sistema político, cultural, académico y social. El objetivo de lograr impactar al mayor número de personas, ha sido el motor que en los años de existencia, ha impulsado la creatividad institucional a fin de convencer a titulares de instancias y líderes de opinión, sobre la importancia de empoderar a la ciudadanía para apropiarse de los procesos de participación como el mejor camino para hacer valer los derechos que goza cada habitante de la capital del país.

En este sentido y a dieciocho años de su creación, el IEDF se posiciona como una institución sólida en el tema de relaciones interinstitucionales, entre sus aliados figuran instancias del ámbito local, nacional e internacional lo que ha permitido construir un prestigio principalmente, ante la ciudadanía a la que sirve. Asimismo y como resultado de este trabajo, ha podido ubicarse como un eslabón fundamental en la cadena de los procesos democráticos.

Entre estos organismos amigos, destacan casas de estudio como el Colegio de México, el Instituto Politécnico Nacional, la Universidad Nacional Autónoma de México, el Instituto Tecnológico de Estudios Superiores de Monterrey y la Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales entre otras.

En tanto en el ámbito político y social algunos de los aliados que han confiado en los proyectos del IEDF son el Senado de la República, la Asamblea Legislativa, el Gobierno de la Ciudad de México, la Fiscalía Especializada para la Atención de Delitos Electorales, Instituto Nacional

Electoral, el Tribunal Federal del Poder Judicial de la Federación, Institutos Electorales Locales, la Fundación Friedrich Naumann para la Libertad, la Lotería Nacional de México y Comisión de Derechos Humanos del Distrito Federal. Por otra parte y no menos importante están sin duda las organizaciones de la sociedad civil como el Ateneo de la Juventud, el Parlamento Juvenil de México, las Constituyentes CDMX, entre otras.

Por último, cabe destacar las alianzas internacionales que sin duda, han dado una proyección mayor al trabajo institucional Organización de Estados Americanos y Organización de las Naciones Unidas para la Educación.

XII. Recursos

Derivado de la reestructura orgánica aprobada por el Consejo General en junio de 2016, a partir del 16 de septiembre del mismo año, la Unidad Técnica no sólo modificó su denominación a Comunicación Social y Difusión, también amplió su plantilla de personal a 24 plazas entre reporteros/as, diseñadores/as gráficos, administradores/as web, *community managers*, editores/as, camarógrafos/as, fotógrafos/as y personal de dirección.

En cuanto a infraestructura técnica se cuenta con una cabina de televisión y equipo de edición y post-producción; todos los equipos de cómputo, cuentan con paquetería Office, adicionalmente el área de diseño cuenta con una Mac Pro (2008) con paquetería Adobe CC instalada y una impresora EPSON PRO 3880 con capacidad doble carta; el área de fotografía cuenta con 2 equipos Nikon D800, 2 Ópticas nikkor 18-200mm, 2 Flashes SB 900, 2 Equipos iMac con paquetería Adobe instalada y 1 Disco Duro 1Tb para almacenamiento; y el área de video, cuenta con una Mac Pro con Final Cut X instalado, iMac con Final Cut 7 instalado, 3 cámaras de video P2 grabación HD y un Duplicador de CDs.

Cabe destacar que en diciembre de 2016 se logró adquirir equipo de video complementario el cual será puesto en marcha en enero de 2017 con el propósito de mejorar la capacidad de respuesta ante las solicitudes recibidas por las diferentes áreas y lograr la transmisión de eventos y almacenamiento de archivos en formato HD (*High Definition*). Dicho equipo consiste en un *switcher* con generador de gráficos, tres procesadores de video para cambio de normas con conversiones y un grabador de señal de video de dos unidades para discos duros.

Por lo que refiere a recursos financieros, se cuenta con lo estrictamente necesario para el desarrollo de las actividades ordinarias y lo respectivo de presupuesto establecido como extraordinario, por lo que considerando los alcances de los objetivos, la infraestructura técnica y humana con la que se cuenta resulta básica; sin embargo, con base en el talento propio del área la Unidad Técnica buscará potencializar los esfuerzos mediante el establecimiento de alianzas estratégicas y convenios interinstitucionales públicos y privados que permita hacer un uso racional de los recursos financieros y fomentar la creatividad.

9

XIII. Programa de Trabajo.

Actividades Sustantivas	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC
Comunicación Interna												
Elaborar y aprobar la estrategia de difusión institucional 2017	X											
Diseño de concepto creativo para campañas específicas para el fortalecimiento de la imagen institucional		X	X									
Actualización del sitio de intranet y transmisiones en el sistema de circuito cerrado		X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
Actualización de sitio web institucional	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
Actualización de manual de identidad gráfica.			X	X								
Organización y calendarización específica de cursos de inducción y convenios.			X	X								
Gestión de convenios de colaboración				X	X					X	X	
Actualización de audio de llamadas en espera o tránsito del conmutador			X		X		X		X		X	
Comunicación Externa												
Elaborar y aprobar la estrategia de difusión institucional 2017	X											
Gestión administrativa para la contratación de proveedor para realizar spots de radio y televisión.		X	X									
Diseño de campaña institucional: imagen gráfica, líneas discursivas, plan de medios		X	X			X				X		
Seguimiento y supervisión de la realización de mensajes para radio y televisión			X	X		X	X			X	X	
Gestionar la validación técnica ante el INE y supervisar el inicio de transmisión de spots para radio y televisión			X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
Diseño e implementación de campañas específicas de comunicación para la Consulta de Presupuesto Participativo 2018 y el Proceso Electoral Ordinario			X	X							X	X
Fomentar las relaciones interinstitucionales y en su caso, gestionar la suscripción de convenios de colaboración.		X		X		X						

JA019-17

Administración y publicación en las cuentas institucionales de redes sociales	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
Difundir en las plataformas institucionales los eventos organizados por el IEDF	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
Apoyo en la difusión de las actividades institucionales que realizan las direcciones ejecutivas		X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
Difundir las acciones en las que participe el IEDF con organizaciones ciudadanas para promover la participación y el voto				X	X	X	X				X	X

6