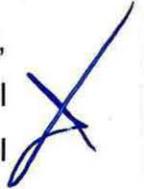


Segunda Sesión Ordinaria
28 de febrero de 2018

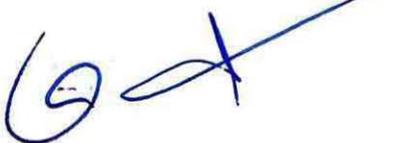
Acuerdo de la Junta Administrativa por el que se aprueba la Estrategia de Difusión Institucional 2018.

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

- I. El 31 de enero de 2014, en uso de las facultades que le otorga la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos (Constitución Federal), el Presidente de la República promulgó la reforma constitucional en materia político-electoral, 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 15 de diciembre de 2016, mediante acuerdo JA145-16 la Junta Administrativa del otrora Instituto Electoral del Distrito Federal (Junta), aprobó el Plan Integral de los Procesos Electorales Locales 2017-2018 (PIPEL 2017-2018).
- IV. El 23 de junio de 2016, la Junta aprobó el Acuerdo JA059-16, por el cual determinó someter a la consideración del Consejo General del entonces Instituto Electoral del Distrito Federal (Consejo General), la propuesta de modificación a la estructura orgánica funcional del Instituto Electoral.
- V. El 28 de junio de 2016, el Consejo General mediante Acuerdo ACU-42-16, aprobó las modificaciones a la estructura orgánica funcional del Instituto Electoral en acatamiento a lo previsto en el artículo Séptimo Transitorio del Estatuto del SPEN.

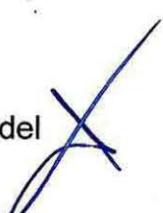



- VI. El 31 de enero de 2017, el Consejo General aprobó mediante Acuerdo ACU-07-17, el Plan General de Desarrollo del entonces Instituto Electoral del Distrito Federal para el periodo 2017-2020.
- VII. El 5 de febrero de 2017, se publicó la Constitución Política de la Ciudad de México (Constitución), cuyo artículo Transitorio Primero establece que la Constitución entrará en vigor el 17 de septiembre de 2018, excepto por lo que hace a la materia electoral, que estará vigente a partir del día siguiente de su publicación.
- VIII. El 28 de febrero de 2017, el Consejo General aprobó mediante Acuerdo ACU-017-17, la creación del Comité encargado de coordinar las actividades tendentes a recabar el voto de las y los ciudadanos de la Ciudad de México residentes en el extranjero para la elección de la Jefatura de Gobierno para el Proceso Electoral Ordinario 2017-2018 (COVECM 2018).
- IX. El 7 de junio de 2017, se publicó en la Gaceta Oficial de la Ciudad de México (GOCDMX), el Decreto por el cual se abroga el Código de Instituciones y Procedimientos Electorales del Distrito Federal y se expide el Código de Instituciones y Procedimientos Electorales de la Ciudad de México (Código), en el cual se establece el cambio de denominación del Instituto Electoral del Distrito Federal a Instituto Electoral de la Ciudad de México (Instituto Electoral), el 21 de junio de 2017, se publicó en la GOCDMX una nota aclaratoria al decreto por el que se expide el Código.
- X. El 4 de agosto de 2017, el Consejo General, aprobó mediante Acuerdos IECM/ACU-CG-016/2017 e IECM/ACU-CG-022/2017, respectivamente, el Reglamento Interior del Instituto Electoral de la Ciudad de México (Reglamento Interior), el Reglamento de Funcionamiento de la Junta Administrativa del Instituto Electoral de la Ciudad de México (Reglamento de la Junta), así como el Reglamento de Relaciones Laborales, mismo que dio cumplimiento a lo



establecido en el artículo décimo tercero transitorio del Código, el cual se publicó en la GOCDMX el 16 de agosto.

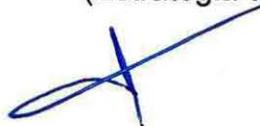
- XI. El 4 de agosto de 2017, mediante Acuerdo IECM/ACU-CG-035/2017, el Consejo General aprobó las modificaciones a la estructura orgánica funcional del Instituto Electoral de la Ciudad de México, en acatamiento a lo previsto en las nuevas disposiciones en materia electoral de la Constitución y del Código.
- XII. El 29 de agosto de 2017, mediante Acuerdo IECM-ACU-CG-03-17, el Consejo General aprobó el Documento Rector para el voto de las y los ciudadanos de la Ciudad de México residentes en el extranjero para la elección de la Jefatura de Gobierno en el Proceso Electoral Local Ordinario 2017-2018 (Documento Rector).
- XIII. El 6 de septiembre de 2017, mediante Acuerdo IECM/ACU-CG-038/2017 el Consejo General aprobó y emitió la Convocatoria dirigida a la ciudadanía y partidos políticos a participar en el Proceso Electoral Local Ordinario 2017-2018 para elegir Jefa o Jefe de Gobierno; Diputadas y Diputados del Congreso de la Ciudad de México; Alcaldesas y Alcaldes, así como Concejales de las dieciséis demarcaciones territoriales, cuya jornada electoral se celebrará el primero de julio de 2018.
- XIV. El 8 de septiembre de 2017, el Instituto Nacional Electoral suscribió el Convenio General de Coordinación y Colaboración con el Instituto Electoral (Convenio General), con la finalidad de establecer las bases de coordinación para hacer efectiva la realización del Proceso Electoral 2017-2018 de la Ciudad de México, para la renovación de los cargos a Jefe de Gobierno, Diputados Locales y Alcaldías, cuya jornada electoral será el primero de julio de 2018.
- XV. El 06 de octubre de 2017, el Consejo General declaró formalmente el inicio del Proceso Electoral Local Ordinario 2017-2018, en la Ciudad de México.



- XVI. El 31 de octubre de 2017, la Junta mediante acuerdo IECM-JA58-17, aprobó la actualización al PIPEL 2017-2018.
- XVII. El 31 de enero de 2018, mediante Acuerdo IECM-ACU-CG-026-18 el Consejo General aprobó las modificaciones al Documento Rector.

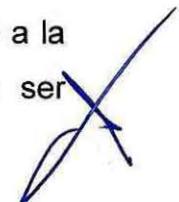
Considerandos

1. Que conforme a lo previsto en el artículo 37, fracciones I y II del Código, el Instituto Electoral cuenta en su estructura orgánica, con un Consejo y una Junta.
2. Que el artículo 81, párrafo primero del Código, define a la Junta como el órgano encargado de velar por el buen desempeño y funcionamiento administrativo de los órganos del Instituto Electoral, así como de supervisar la administración de los recursos financieros, humanos y materiales del propio organismo.
3. Que el artículo 83, fracción I del Código, establece que la Junta tiene la atribución de aprobar los criterios generales y los procedimientos necesarios para la elaboración de los Programas Institucionales del Instituto Electoral, a propuesta de la Secretaría Administrativa.
4. Que de acuerdo con el artículo 87 del Código, la Secretaría Administrativa es el órgano ejecutivo encargado de la administración de los recursos financieros, humanos y materiales.
5. Que el artículo 28, fracción III del Reglamento Interior señala que la Unidad Técnica de Comunicación Social y Difusión (UTCSyD) deberá presentar al Secretario Ejecutivo la propuesta anual de la Estrategia de Difusión Institucional (Estrategia de Difusión), para ser sometida a consideración de la Junta.



6. Que el Convenio General en sus clausulas 14, 17, 18 y 21, menciona los puntos estratégicos que se llevarán a cabo a lo largo de la jornada como son: la organización de debates, la promoción de la participación ciudadana, los resultados electorales preliminares y el acceso a radio y televisión.
7. Que la Estrategia de Difusión tiene el objetivo de precisar los instrumentos y acciones que en materia de Difusión y Comunicación Social se emplearán para promover y difundir los planes, programas y proyectos institucionales.
8. Que con esta Estrategia de Difusión 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.
9. Que la Estrategia de Difusión marca una ruta a seguir con la finalidad de afrontar los retos Institucionales como son organizar y conducir exitosamente el Proceso Electoral Local Ordinario 2017-2018 y el voto de las y los originarios de la Ciudad de México residente en el extranjero, así como difundir la Consulta Ciudadana sobre Presupuesto Participativo 2019 y la implementación de una estrategia para la Recertificación del ISO/TS-17582:2014 e ISO-9001:2008 y la Norma Mexicana de Igualdad Laboral y No Discriminación.
10. Que el objetivo General de la Estrategia es emprender acciones para promover y difundir la cultura cívico-democrática entre los habitantes de la capital del país.
11. Que el Secretario Ejecutivo mediante oficio SECG-IECM/1058/2018, remitió a la Junta la propuesta de Estrategia de Difusión Institucional 2018, para ser sometida a consideración de este órgano colegiado.

Por lo expuesto y fundado, la Junta emite el siguiente:



**Acuerdo
IECM-JA026-18**

PRIMERO. Se aprueba la Estrategia de Difusión Institucional 2018 de conformidad con el documento anexo, el cual forma parte integral del presente Acuerdo.

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 y su anexo, así mismo se realicen las modificaciones pertinentes en el apartado de Transparencia del sitio de Internet www.iecm.mx

TERCERO. El Presente Acuerdo entrará en vigor al momento de su aprobación.

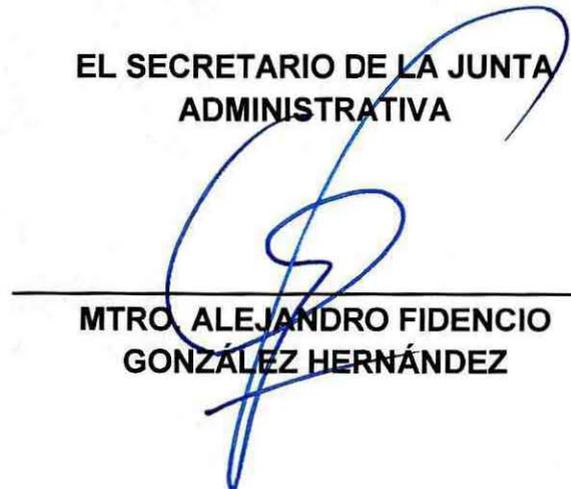
Así lo aprobaron por unanimidad de votos las y los integrantes de la Junta Administrativa del Instituto Electoral, en sesión pública el veintiocho de febrero de dos mil dieciocho, firmando al calce el Presidente y el Secretario de la Junta, de conformidad con lo dispuesto por los artículos 82 del Código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

**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 2018

Unidad Técnica de Comunicación Social y Difusión

Titular: Mtro. Salvador G. Macías Payén

Handwritten signature or initials in blue ink, appearing to be "S.G.P." or similar, located in the bottom right corner of the page.

ÍNDICE

| | |
|---|----|
| I. PRESENTACIÓN..... | 3 |
| II. INTRODUCCIÓN | 4 |
| III. MARCO LEGAL Y NORMATIVO..... | 6 |
| IV. POLÍTICAS Y PROGRAMAS GENERALES DEL PLAN GENERAL DE DESARROLLO INSTITUCIONAL APLICABLES A LA ESTRATEGIA..... | 11 |
| V. DIAGNÓSTICO EN MATERIA DE COMUNICACIÓN SOCIAL Y DIFUSIÓN | 13 |
| VI. VALORES QUE REGIRÁN LA ESTRATEGIA DE DIFUSIÓN | 21 |
| VII. ETAPAS DE LA ESTRATEGIA..... | 24 |
| VIII. OBJETIVOS | 25 |
| IX. LÍNEAS DE ACCIÓN | 26 |
| IX.1 Fortalecer la confianza ciudadana en el proceso electoral..... | 26 |
| IX.2 Impulso y promoción del voto libre e informado..... | 29 |
| IX.3 Incrementar niveles de participación en la Consulta Ciudadana sobre Presupuesto Participativo 2019 | 32 |
| IX.4 Educación cívica..... | 34 |
| X. PROGRAMA GENERAL DE TRABAJO | 37 |

I. Presentación

La Estrategia de Difusión Institucional 2018 del Instituto Electoral de la Ciudad de México (IECM) comprende once apartados, los cuales muestran de manera precisa los instrumentos y acciones que en materia de Difusión y Comunicación Social se emplearán para promover y difundir los planes, programas y proyectos institucionales.

Como punto de partida contiene el marco legal y normativo a partir del cual se construyen y delimitan las acciones que se emprenderán, con particular atención a las atribuciones que se le confieren a la Unidad Técnica de Comunicación Social y Difusión del IECM. Posteriormente se enlistan las políticas y programas institucionales con las que se armonizó la presente Estrategia, a la luz del Plan General de Desarrollo Institucional 2017-2020.

Estos apartados constituyen el preludio de un diagnóstico en materia de comunicación social y difusión que contextualiza y otorga un marco de referencia a las actividades a desarrollar y que permitirán encauzar los recursos humanos, técnicos y materiales disponibles.

Construido el diagnóstico, se establecen los objetivos general y específicos que se persiguen y habrán de alcanzarse.

Las líneas de acción, con sus respectivas acciones específicas, así como el seguimiento y evaluación servirán como instrumentos para eficientar las actividades a desarrollar.



II. Introducción

Durante 2018, el Instituto Electoral de la Ciudad de México afrontará cuatro grandes retos: organizar y conducir exitosamente el Proceso Electoral Local Ordinario 2017-2018 y el voto de las y los originarios de la Ciudad de México residentes en el extranjero; así como difundir la Consulta Ciudadana sobre Presupuesto Participativo 2019 y la implementación de una estrategia para la Recertificación del ISO/TS-17582:2014 E ISO-9001:2008 y la Norma Mexicana en Igualdad Laboral y No Discriminación. Asimismo, emprender acciones para promover y difundir la cultura cívico-democrática entre los habitantes de la capital del país.

La presente Estrategia de Difusión Institucional 2018, con la cual la Unidad Técnica de Comunicación Social y Difusión dará cumplimiento a las atribuciones que le confiere la normativa electoral, constituye el instrumento rector, para afrontar los retos institucionales de esta anualidad en materia de comunicación social.

Los retos institucionales para el 2018 serán afrontados por el IECM en medio de un marco de alta complejidad política y del inicio de una nueva etapa histórica para la capital del país. La renovación de la Jefatura de Gobierno, la primera elección de alcaldías y concejalías, así como la votación del primer Congreso de la Ciudad de México constituyen una oportunidad invaluable para el posicionamiento del IECM como la instancia responsable del proceso de elección de las diferentes figuras de gobierno comprometida con las y los habitantes de la ciudad, que labora con un profesionalismo reconocido incluso por instancias internacionales como la Organización de Estados Americanos y una calidad de servicio refrendada con el otorgamiento de certificaciones internacionales de calidad.

Las acciones de comunicación social y difusión buscan fortalecer la confianza ciudadana en el proceso electoral, condición básica para motivar la participación en el proceso comicial y la consulta ciudadana, ejercicios en los que se insistirá, en promover un voto libre e informado.

Teniendo como premisa la transparencia y la máxima publicidad, también se impulsarán actividades de comunicación y difusión que buscarán cumplir con: a) elaborar un plan para prevenir y atender violencia por razón de género; b) utilizar en los distintos instrumentos



lenguaje de género; c) impulsar prácticas de inclusión para todos los sectores sociales de la ciudad, y d) promover una cultura democrática y educación cívica que fomente la participación y estimule el involucramiento de la ciudadanía en los asuntos institucionales.

La Estrategia se fundamenta en una visión proactiva frente a los distintos hechos que pudieran presentarse y, de ser necesario, emplear acciones resilientes para cada uno de los escenarios que se pudieran presentar. Para ello, se emplearán los recursos humanos, técnicos y materiales de la institución para alcanzar los objetivos, reforzando la relación con aliados estratégicos, como organismos desconcentrados, instituciones, dependencias, instituciones de educación superior, actores fundamentales para potencializar los alcances de estos objetivos.

Con apego a los principios rectores, las políticas, los programas, las líneas estratégicas, así como los objetivos establecidos en el Plan General de Desarrollo vigente, la implementación de esta estrategia busca integrar a cada una de las áreas que componen el Instituto a fin de contar con una participación integral en conjunto.

El plan de trabajo 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 y Normativo

A continuación, se refiere el marco legal y normativo en el que se fundamentan las actividades a desarrollar en materia de difusión durante el presente ejercicio fiscal:

Fundamento constitucional

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

Artículo 50 de la Constitución Política de la Ciudad de México.

Ley General de Instituciones y Procedimientos Electorales (LGIPE)

Artículos 98 y 104 de la LGIPE, que establecen el marco de atribuciones para los organismos públicos locales electorales.

Artículo 329 el cual establece que las y los ciudadanos que residan en el extranjero podrán ejercer su derecho al voto para la elección de Jefe(a) de Gobierno de la Ciudad de México.

Código de Instituciones y Procedimientos Electorales de la Ciudad de México

Artículo 8 que establece, entre los fines de la democracia electoral, el:

- Garantizar el libre ejercicio de los derechos de la ciudadanía de votar y ser votados;
- Fomentar y garantizar el derecho fundamental de asociación política de las y los ciudadanos;
- Ofrecer opciones políticas a la ciudadanía para elegir a sus representantes mediante procesos electorales;
- Impulsar la participación de la ciudadanía en la toma de decisiones públicas;
- Fortalecer los mecanismos de transparencia y rendición de cuentas de las autoridades electorales, asociaciones políticas y personas candidatas hacia la ciudadanía;
- Fomentar una ciudadanía informada, crítica y participativa, dotada de valores democráticos;

- Favorecer la corresponsabilidad entre las personas gobernantes y las gobernadas en la solución de los problemas de la Ciudad.

Reglamento de Elecciones del Instituto Nacional Electoral

Libro Tercero, Título I, Capítulo XIX relativo a la organización y celebración de debates.

Ley de Participación Ciudadana del Distrito Federal

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 de la Ciudad de México, 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.

Reglamento Interior del Instituto Electoral de la Ciudad de México

Artículo 28. A la Unidad Técnica de Comunicación Social y Difusión corresponde:

- I.** Diseñar, producir y difundir las acciones para fortalecer la imagen institucional y consolidar la comunicación institucional;
- II.** Llevar a cabo la difusión integral de las actividades institucionales;
- III.** Presentar a la Secretaría Ejecutiva la propuesta anual de la Estrategia de Difusión Institucional, para ser sometida a consideración de la Junta. La estrategia deberá procurar difundir de manera eficaz y eficiente los programas, políticas y actividades institucionales;
- IV.** Planear, organizar, dirigir, coordinar y supervisar las acciones que permitan el constante suministro de información institucional a los diferentes medios de comunicación;
- V.** Operar las relaciones públicas e interinstitucionales;
- VI.** Organizar conferencias de prensa, foros y entrevistas necesarias para la difusión de los planes, programas y actividades institucionales;
- VII.** Elaborar la síntesis informativa y reportes de monitoreo de medios de comunicación impresos y electrónicos de actividades institucionales y temas de interés;
- VIII.** Ejecutar el Programa Operativo Anual aprobado por el Consejo General, respecto al proyecto de comunicación social, elaborado por la propia Unidad Técnica;
- IX.** Apoyar a la Secretaría Ejecutiva para supervisar la correcta aplicación del Manual de Identidad Gráfica Institucional y, en su caso, proponer actualizaciones al mismo;
- X.** 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;
- XI.** Realizar la cobertura informativa y supervisar la transmisión de los eventos institucionales a través del Circuito Cerrado de Televisión e Internet;
- XII.** Supervisar y emitir opinión técnica en la planeación y producción de materiales de difusión internos y externos;
- XIII.** Coadyuvar en la producción de materiales audiovisuales que requieran las diferentes áreas;
- XIV.** Asesorar a las áreas en la organización de eventos institucionales en cuanto al manejo adecuado de la imagen institucional;
- XV.** 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;

- XVI.** Supervisar la actualización y dar mantenimiento, con el apoyo de la Unidad Técnica de Servicios Informáticos, al sitio de Internet del Instituto Electoral;
- XVII.** 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;
- XVIII.** Administrar las cuentas institucionales de redes sociales;
- XIX.** Actualizar la videoteca y el archivo fotográfico de las sesiones del Consejo General y demás actividades institucionales;
- XX.** 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
- XXI.** Las demás que le confiera la normativa que rige al Instituto Electoral.

Acuerdo del Consejo General del IECM por el que se aprueba la Convocatoria dirigida a la ciudadanía y partidos políticos a participar en el Proceso Electoral Local Ordinario 2017-2018, para elegir Jefa o Jefe de Gobierno; Diputadas y Diputados del Congreso de la Ciudad de México; Alcaldesas y Alcaldes, así como Concejales de las dieciséis demarcaciones territoriales, cuya jornada electoral se celebrará el primero de julio de 2018 (IECM ACU-CG-038/2017).

Documento Rector para el voto de las y los ciudadanos de la Ciudad de México residentes en el extranjero para la elección de la Jefatura de Gobierno en el Proceso Electoral Local Ordinario 2017-2018.

Plan General de Desarrollo del Instituto Electoral del Distrito Federal 2017-2020 aprobado por el Consejo General mediante acuerdo ACU-07-17

Convenio General de coordinación y colaboración suscrito por el Instituto Nacional Electoral y el Instituto Electoral de la Ciudad de México, cláusulas 14 (organización de debates), 17 (promoción de la participación ciudadana), 18 (Resultados electorales preliminares) y 21 (acceso a radio y televisión).

Acuerdos de la Junta Administrativa JA 145-16 y IECM-JA058-17 relativos a la aprobación y actualización del Plan Integral de los Procesos Electorales Locales 2017-2018 (PIPEL).

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

El Plan General de Desarrollo del Instituto Electoral de la Ciudad de México 2017-2020 (ACU-07-17), en su marco estratégico define cuatro perspectivas: 1) Cultura Político Democrática, para fomentar la cultura democrática y participación ciudadana; 2) Ciudadanía, para incidir en la vida democrática a través de la educación cívica; 3) Procesos, para asegurar la calidad y la innovación en el quehacer institucional para brindar un mejor servicio a la ciudadanía, y 4) Capacidades, para simplificar la gestión y contar con un compromiso de excelencia en el servicio y en el uso eficiente de recursos.

❖ De las Políticas Generales:

El Plan establece como políticas generales las siguientes:

- 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 de la capital del país.
- 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 institucionales 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 en el IECM 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

De estas políticas se desprenden los programas generales que el IECM impulsa a partir de acciones transversales e incluyentes. Para lo cual se requiere integrar la planeación del desarrollo de los siguientes programas:

1. **De Organización de los Procesos Electorales.** Dirigir y ejecutar lo referente a los procesos electorales, que le correspondan al IECM, 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 IECM 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 IECM, 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 IECM realiza hacia la ciudadanía.
6. **De innovación del quehacer institucional.** Generar una cultura de innovación al interior del IECM 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 IECM.
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 IECM 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 IECM persigue, englobado en un clima organizacional armonioso y productivo y basado en los principios rectores del Instituto.

V. Diagnóstico en materia de comunicación social y difusión

El IECM se constituye y reafirma como una institución modelo, cuyo funcionamiento se basa en la promoción de valores democráticos. Desde su creación hace ya 19 años, se ha esforzado al máximo por el empoderamiento de la ciudadanía, el fomento permanente de la cultura democrática y procurar mecanismos para potenciar los derechos político-electorales de la ciudadanía y una participación consciente e informada.

Como cada seis años, en 2018 la Ciudad de México celebrará elecciones para designar Jefatura de Gobierno, las ahora denominadas Alcaldías, que sustituirán a las 16 Jefaturas delegacionales; se implementarán en la urbe la figura de Concejalías en cada una de estas demarcaciones y se elegirán a los 33 diputados locales, además de que, al igual que en el resto del país, se elegirá a quien ocupe la Presidencia de la República, Senadores y Diputados.

La Ciudad de México tiene una nueva naturaleza jurídica y territorial que, en el mediano plazo tendrá impacto cultural. Las y los ciudadanos de esta capital serán testigos y protagonistas de este cambio que se inscribe como un ejemplo del avance democrático e institucional. Las nuevas reglas de convivencia brindarán las garantías que cada habitante requiere para el pleno ejercicio de sus derechos político-electorales, todo ello derivado de la nueva Constitución Política de la Ciudad de México. En esta etapa, el IECM tendrá este año entre sus atribuciones la responsabilidad de: a) realizar como cada año desde 2010, la Consulta Ciudadana sobre Presupuesto Participativo, esta vez para el año 2019, b) continuar con los trabajos de promoción y difusión, pero sobre todo de organización del Proceso Electoral Local Ordinario 2017-2018, conforme a lo establecido en la Ley de Participación Ciudadana y en el Código de Instituciones y Procedimientos Electorales de la Ciudad de México, respectivamente, c) elevar los niveles de participación ciudadana al amparo del nuevo marco normativo tanto en la entidad como de mexicanos oriundos de la Ciudad de México residentes en el extranjero, y d) promover la cultura democrática.

El IECM es una institución que afronta con solidez estos retos, a la luz del profesionalismo y reconocimiento al cumplimiento de sus responsabilidades, por instituciones internacionales y por los propios partidos políticos. El 2018 se afrontará en un ambiente de solidez institucional y reconocimiento público.

La encuesta "Como vamos Ciudad de México", evidencia que de 2013 a 2016, se cuenta con un techo entre el porcentaje de población que dice tener mucha o algo de confianza en el Instituto electoral local. Así, en 2013, este porcentaje era de 22%, en 2014, 21%; 2015, 15%, y 2016, 21%. Durante el 2018, se buscará incrementar la confianza en la ciudadanía, resaltando la naturaleza imparcial y transparente del quehacer institucional pero, sobre todo, promoviendo los valores y principios democráticos que deben regir los procesos electorales y la democracia participativa. Se buscará reafirmar a la institución como una organización con calidad internacional, al servicio de la ciudadanía y promotora incansable de procesos impecables y sujeta a estándares internacionales.

En virtud de los datos estadísticos que arroja el Instituto Nacional Electoral (INE), de este año en curso, se observa que dos grupos objetivos son nuestros focos para fusionar nuestra estrategia tanto en medios tradicionales como en medios digitales. El primer grupo objetivo es el denominado *grupo primario* que está conformado por los estudiantes de nivel medio superior y superior, es decir, la población de entre 18 a 25 años, en este grupo el porcentaje de electores participantes corresponde a 1 066 823 y también se encuentra el grupo objetivo de adultos jóvenes de 25 a 35 años donde el porcentaje de electores participantes es de 1 604 757. El segundo grupo objetivo se denomina *grupo secundario* que es donde se encuentran los hombres y mujeres de 36 a 60 años, que tiene el mayor número de electores participantes con 4 881 589.

Con base en lo anterior, definimos que nuestra estrategia está dirigida a todos los habitantes de la Ciudad de México, pero se buscará llegar, de una manera más directa a sectores juveniles (grupo objetivo primario), por dos razones: la primera es porque cuentan con el menor número de electores participantes y porque dado a que en el estudio de *Hábitos de los Consumidores móviles en México* se considera que las redes sociales son la fuente de información más confiable ya que ésta se construye entre los propios usuarios del grupo primario. El *Estudio de consumo de medios y dispositivos entre internautas mexicanos*¹ realizado por IAB México (*Interactive Advertising Bureau*) en 2017, arroja que el 87% de

¹ https://www.iabmexico.com/wp-content/uploads/2017/06/ECMYD_2016_NSEBajo_VPrensa.pdf

internautas en México se conecta a internet a través de un Smartphone, de los cuales el 81% de jóvenes los utiliza para chatear (envío de mensajes a través de plataformas de mensajería por internet), el 72% para el uso de Redes Sociales y el 66% para realizar compartir fotografías y videos. En el mismo estudio se destaca que las plataformas de internet como las redes sociales predominan sobre otros medios como la Televisión, Radio e Impresos, ya que el 93% prefiere internet porque dicen mantenerse más actualizados; el 92% lo utiliza más que cualquier otro medio de difusión; el 87% dice que le permite decidir el tipo de contenidos que desea ver, oír o leer; el 77% dice que es un medio de comunicación más accesible; el 64% lo prefiere porque tiene publicidad atractiva y porque es más confiable.

Por otra parte, diversos estudios² destacan que Facebook es la red social favorita en México, ya que en 2016 cerró con 98% de los internautas mexicanos presentes en esta red social. De toda Latinoamérica, México fue el país que tuvo las páginas con mayor interacción (*engagement*) por publicación.

Asimismo, Twitter es la red social ha tenido un crecimiento anual del 2.4%. Algunas de las industrias que han incrementado su participación en Twitter son las aerolíneas, compañías de electrónica, gobierno y comercio electrónico, ya que los usuarios utilizan dicha plataforma para obtener información oficial de primera mano.

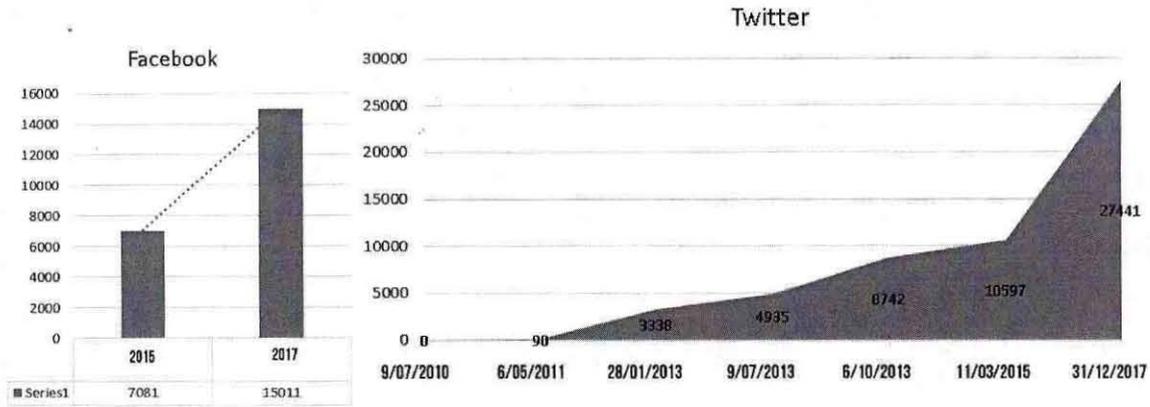
Algunas de las tendencias en redes sociales para 2018 son las transmisiones en vivo, emisión de cápsulas de video y contenidos que fomenten el debate y la participación de los seguidores.

El IECM cuenta con perfiles en las principales redes sociales: Facebook y Twitter, las cuales son cuentas difusoras de las actividades institucionales y vínculo directo entre la ciudadanía y el Instituto; asimismo, a través de ellas, brindamos contenidos de interés para los habitantes de la Ciudad de México, académicos, medios de comunicación, figuras políticas, estudiosos de la rama electoral, organismos públicos y ONG's.

Las redes sociales institucionales se abrieron el 9 de julio de 2010. En 2015 se contaba con 10,597 seguidores en Twitter y 7,081 fans en Facebook; es decir, la media del crecimiento anual era de 2,119 seguidores en Twitter y 1,416 en Facebook.

² <https://ilifebelt.com/tendencias-crecimiento-redes-sociales-mexico-2017/2017/03/>

Desde 2015 a la fecha, se cuentan con 27,918 seguidores en Twitter y 15,514 en Facebook; es decir, subieron los seguidores en redes sociales más del doble en tan sólo dos años y medio de operación.



Entre Institutos Electorales Locales, la cuenta del IECM en **Twitter** está en primer lugar.

| | | | |
|------------------|-------|-----------------|------|
| Ciudad de México | 27441 | Campeche | 3950 |
| Estado de México | 18148 | Quintana Roo | 3812 |
| Jalisco | 17435 | Zacatecas | 3787 |
| Oaxaca | 10541 | Baja California | 3268 |
| Puebla | 7015 | Chihuahua | 3251 |
| Querétaro | 6264 | Hidalgo | 3201 |
| Tabasco | 6253 | Colima | 2578 |
| Chiapas | 5978 | Guerrero | 2434 |
| Veracruz | 5595 | San Luis Potosí | 2148 |
| Sonora | 5555 | Morelos | 2121 |
| Coahuila | 4845 | Tamaulipas | 1969 |
| Michoacán | 4806 | Nayarit | 1690 |
| Aguascalientes | 4782 | Yucatán | 1261 |
| Nuevo León | 4323 | Sinaloa | 677 |

| | | | |
|------------|------|---------------------|-----|
| Durango | 4309 | Baja California Sur | 550 |
| Guanajuato | 4212 | Tlaxcala | 232 |

Entre Institutos Electorales Locales, la cuenta del IECM en **Facebook** está en quinto lugar.

| | | | |
|-------------------------|--------------|---------------------|------|
| México | 64867 | Colima | 5396 |
| Jalisco | 35601 | Tabasco | 4901 |
| Nuevo León | 25331 | Campeche | 4768 |
| Chihuahua | 25043 | Sonora | 4415 |
| Ciudad de México | 15011 | Puebla | 4413 |
| Guanajuato | 14871 | Tlaxcala | 4357 |
| Baja California | 13956 | Durango | 4175 |
| Veracruz | 10681 | San Luis Potosí | 3589 |
| Chiapas | 10100 | Morelos | 3572 |
| Querétaro | 9992 | Yucatán | 3224 |
| Oaxaca | 9071 | Aguascalientes | 2838 |
| Guerrero | 8665 | Sinaloa | 2640 |
| Michoacán | 7416 | Tamaulipas | 2448 |
| Hidalgo | 6777 | Baja California Sur | 2039 |
| Nayarit | 6350 | Quintana Roo | 1414 |
| Zacatecas | 6213 | Coahuila | 377 |

En comparación con cuentas similares a la del IECM nos encontramos en primer lugar en ambas redes sociales, el cual se buscará mantener entre los demás organismos electorales y se seguirá trabajando para subir el lugar en Facebook.

| | Twitter | Facebook |
|-------------|---------|----------|
| IECM | 27441 | 15011 |

| | | |
|--------------------|-------|------|
| InfoDF | 19956 | 5863 |
| TECDMX | 10336 | 5397 |
| Sala Especializada | 9112 | 3118 |
| Sala Regional CDMX | 4486 | 0 |

Por otro lado, el IECM cuenta con otra cuenta institucional de apoyo (Ciudadanos Uni2) la cual es una plataforma de soporte para difundir, en un lenguaje más ciudadano, el quehacer institucional; asimismo, atrae el apoyo de diversas ONG's para replicar los contenidos y generar alianzas digitales.

El sitio web del IECM; representa uno de los medios de difusión más importantes para mantener informada a la ciudadanía. Las visitas al sitio web se han incrementado año con año, con un crecimiento del 56% (1 132 533 visitas) en el proceso electoral de 2015 con respecto al de 2012 (881,788 visitas). Con base en dichos resultados y en las analíticas reportadas, se rediseñará el sitio web para hacerlo todavía más amigable con el usuario.

Se continuarán difundiendo las actividades institucionales a través de contenidos dinámicos y generar conversación y debate entre las y los seguidores para alcanzar un empate entre la ciudadanía y el Instituto; por estas razones se realizó una Estrategia de Medios, la cual contiene los grupos objetivos a nivel local y *apps* que deben utilizarse, así como el presupuesto considerado para la campaña de proceso electoral, mismo que se encuentra en el Anexo No. 1 *Estrategia de Medios 2018*.

No obstante, nuestro grupo objetivo secundario (adultos de 36 a 60 años) será nuestro foco para armar una estrategia en medios tradicionales, dado que el estudio *Hábitos de los Consumidores* determina que un porcentaje casi del 60% de los electores participantes sigue utilizando medios de comunicación tradicionales como periódicos, revistas, etc. Dado que el 58% leen noticias, el 44% leen noticias deportivas.

Por otra parte, se siguen contemplando medios digitales para dicho sector debido a que el 25% ven videos a través de internet y usan otras *apps* para pagar servicios, realizar transferencias o consultar saldos.

El Instituto Federal de Telecomunicaciones determina que el 74% escucha la radio a través de un estéreo, grabadora o teléfono celular, entre los principales hallazgos en lo referente a la

televisión, se observó que el 98% de los hogares posee al menos un aparato receptor y de éstos el 56% cuenta con señal de televisión abierta, por tal motivo continuaremos difundiendo nuestros spots tanto de radio como de televisión por estos medios.

Por lo tanto, las y los habitantes de la Ciudad de México, sin importar edad, ocupación y nivel socioeconómico conforman nuestro gran grupo objetivo que es de 7 553 169 de electores participantes. Logrando así exponer diariamente todo tipo de mensajes publicitarios, políticos y sociales con una estrategia en medios masivos de comunicación masiva que implique prensa impresa, prensa digital, exteriores, transporte público, carteles y activaciones que serán medios de recordación y de gran impacto en zonas geográficas del interés de nuestro instituto y lograr una campaña 360 en cada una de las campañas que conforman la presente estrategia.

El primer módulo (Proceso electoral) está destinado a esclarecer que la ciudadanía lleva a cabo las elecciones mediante un esfuerzo comunitario y voluntario, es decir, comunicaremos los temas: Cargos a elegir y Quién hace las elecciones; para esta tarea organizaremos la información en apartados independientes que se encargarán de explicar las nuevas figuras de gobierno y cómo se lleva a cabo una elección, así como las funciones de otras figuras del proceso (Observadores, Consejeros distritales, etc.), para así cimentar una cultura democrática e integrar sistemáticamente a las nuevas generaciones.

La siguiente parte será dedicada al Voto informado, en la cual se motive a la ciudadanía a conocer más acerca de los puestos de elección popular, sus funciones, y a las y los candidatos que pretenden incorporarse a ellos, difundiendo sus respectivas plataformas políticas, tanto de candidatos con partido como de las y los candidatos sin partido.

El Anexo No.2 **Campaña de Difusión**, contiene: estrategia, manifiesto, racional creativo y línea de diseño; así como la **Estrategia Conjunta** que marcará la ruta institucional a seguir por cada área del IECM en el Anexo No. 3.

A su vez, integraremos la campaña Voto Chilango para tener el mismo impacto en la comunidad de procedencia local que se encuentra en el extranjero. Sustentaremos esta campaña en la idea *vota por lo que más amas* ya que el voto en el extranjero es importante para quienes desean un mejor futuro para sus familiares residentes de la Ciudad de México.

Las actividades en materia de difusión estarán sujetas acorde a la estrategia de difusión contenida en el documento rector aprobada por el Consejo General a propuesta del comité

encargado de coordinar las actividades a recabar “el voto de las y los ciudadanos residentes en el extranjero”. Los temas por difundir en esta campaña serán: Credencialización, registro y voto; enfocando los esfuerzos en la última etapa, para exponenciar la participación ciudadana activa el primero de julio. Ver Anexo No. 4 **Voto Chilango**, que contiene la campaña de Difusión con sus materiales correspondientes: estrategia, manifiesto, racional creativo y línea de diseño.

Para la Consulta Ciudadana Sobre Presupuesto Participativo 2019, promoveremos la vigilancia en el cumplimiento para la continuidad de los proyectos ganadores de la Consulta Ciudadana de 2018, difundiendo las herramientas que faciliten a la ciudadanía el seguimiento de ellos, así como los métodos de denuncia ante cualquier irregularidad en su cumplimiento. La Campaña de Difusión puede ser consultada en el Anexo No. 5 **Presupuesto Participativo 2019**.

Por otra parte, impulsaremos a la ciudadanía hacia un pleno conocimiento de sus colonias y pueblos originarios, para optimizar la comunicación vecinal y la creación de redes comunicantes entre ellas. Llegada esta instancia volveremos a difundir y explicar plenamente qué es el Presupuesto Participativo, en pos de la motivación para el registro de posibles proyectos novedosos y válidos que participen en la consulta de este año. A través de estas acciones estratégicas incentivaremos a la sociedad para que participe activamente.

Respecto al tercer módulo (Recertificación ISO Electoral y Norma Mexicana en Igualdad Laboral y No Discriminación) retomaremos la línea de comunicación organizacional utilizada para todos los procesos internos relacionados con el Sistema de Gestión Electoral, en el cual puede consultarse la estrategia y campaña de difusión en el Anexo No. 6 **Campaña de la Política de Calidad y Norma Mexicana en Igualdad Laboral y No Discriminación**.

Finalmente, en el cuarto módulo (Proceso ordinario de vinculación con la sociedad) nos enfocaremos en la Difusión de las actividades ordinarias del IECM y buscaremos la vinculación e interacción entre la ciudadanía y los componentes humanos del Instituto. Para esto, utilizaremos un lenguaje sencillo para la población; la información será veraz, inmediata, transparente y sencilla, y la expresaremos a través de materiales con lenguaje accesible.

Para la ejecución de estas acciones haremos uso de las herramientas gráficas, audiovisuales y multimediales cuyo alcance favorezca nuestro contenido, es decir, adecuando la plataforma y la información que queremos transmitir al momento y la red en la cual estemos trabajando.

VI. Valores que regirán la Estrategia de Difusión

A continuación, se enlistan cuatro aspectos esenciales en los que se cimentará las líneas de acción que se emprenderán.

Confianza

El IECM ha emprendido acciones que le han permitido generar valor público y mejorar la credibilidad y aprecio entre quienes habitan la Ciudad de México, prueba de ello son, entre otros, los siguientes resultados: a) Reconocimiento de la Organización de Estados Americanos de ser una autoridad electoral profesional, vanguardista, con buenas prácticas y un ejemplo a seguir (Informe al Consejo Permanente de la Misión de Visitantes Extranjeros 2015); b) Obtención de reconocimiento como la única institución subnacional que cuenta con una certificación internacional, c) Reconocimiento explícito de los partidos políticos de ser una autoridad imparcial y capaz de organizar elecciones que garantizan la transición pacífica del poder. Los aspectos anteriores y la organización de procesos electorales precedentes con estándares de calidad constituyen la carta de presentación para fortalecer la confianza de la ciudadanía

Como sostiene Francis Fukuyama (*Trust*), "la confianza es la expectativa que surge en una comunidad de un comportamiento ordenado, honrado y de cooperación; basado en una presunción sobre la conducta futura del otro bajo la responsabilidad y es a partir de ésta que se construye capital social".

El IECM continuará garantizando certeza a toda la población y en particular a los actores políticos, con ello fortalecerá durante 2018 el prestigio entre los habitantes de la ciudad, al organizar un proceso electoral con apego y sujeción a los principios que rigen la materia y sus acciones potenciarán el ejercicio de derechos político-electorales de la ciudadanía.

Como órgano electoral se robustecerá una mayor confianza y reconocimiento de la sociedad, ello se logra a través de la constancia y asertividad en el servicio; para el IECM es fundamental continuar construyendo vínculos con la ciudadanía desde diferentes ámbitos, ajeno siempre a los intereses particulares de partidos políticos y de cualquier asociación, candidatura sin partido o instancia que busque el apoyo de un sector de la sociedad para conseguir beneficios específicos.

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.

Libertad y equidad

El IECM diseñará e implementará acciones para motivar el ejercicio de un voto libre, informado y razonado, así como prevenir y combatir la compra, coacción e inducción del voto. De igual forma, al ser la primera institución en la ciudad en contar con la certificación INMX-R-025-SCFI-2015, relativa a la Igualdad Laboral y No Discriminación, se generará el plan específico de difusión del Protocolo para Atender la Violencia Política contra las Mujeres.

En las distintas acciones e instrumentos de comunicación social y difusión se procurará impulsar el ejercicio de derechos político-electorales, atendiendo que la visibilización y transparencia en esta actividad redundará en el trato equitativo con las distintas fuerzas políticas y generará condiciones óptimas para un voto libre e informado.

Democracia participativa

Como cada año, el compromiso del IECM será posicionar la democracia participativa como un ejercicio de empoderamiento, apropiación del espacio público e involucramiento en los asuntos de la comunidad.

La Consulta Ciudadana sobre Presupuesto Participativo 2019 constituye el ejercicio democrático a partir del cual las personas de las colonias y pueblos de la Ciudad de México adoptan esta política pública. Mediante acciones específicas se procurará que la población asuma la responsabilidad de involucrarse en los tres momentos principales que implica este ejercicio: registro de proyectos, emisión de opinión y seguimiento para que se lleven a cabo los proyectos ganadores, acompañado de la generación de un contexto de exigencia para las autoridades involucradas.

Educación cívica

El nuevo Sistema Electoral Nacional establece como una atribución de los organismos públicos locales la implementación y difusión de la educación cívica. El marco en el que se desarrolla esta actividad lo constituye, entre otros, la Estrategia Nacional de Cultura Cívica 2017-2023, a través de la cual se busca: 1) desarrollar una ciudadanía que se apropie y

ejerza de manera responsable sus derechos (en general y no sólo los políticos); 2) que esta ciudadanía contribuya e incida en la discusión pública y 3) que cree contextos de exigencia a los poderes públicos, que favorezcan la estatalidad y la eficacia del Estado de Derecho. Esta promoción buscará que los habitantes de la ciudad se apropien del espacio público, que se sientan auténticamente parte de las decisiones que afectan su vida cotidiana, y que incidan en ella mediante tres ejes estratégicos que, para facilitar su comprensión y asimilar su significado, se han denominado Verdad, Diálogo y Exigencia.

Transparencia

La difusión oportuna del quehacer institucional es tema básico e inseparable en la ejecución de procesos electorales y de participación ciudadana. El IECM pone a disposición de las y los ciudadanos toda la información que genera, promociona y realiza, lo que permite ser un organismo no sólo de consulta, sino también de referencia. Para ello, se han creado las vías de comunicación a fin de que la ciudadanía pueda tener acceso de manera rápida y clara sobre prácticamente cualquier tema electoral que requieran consultar.

Buscamos ser una institución de puertas abiertas y al servicio de la ciudadanía, conducida en apego a los valores de la imparcialidad, objetividad, legalidad y certeza.



VII. 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 comunicación social y difusión. A continuación, se presenta cada una de las etapas de la Estrategia de Difusión.,

| ETAPA | FASE | PERIODO | DESCRIPCIÓN |
|--|---------|-------------------|--|
| Implementación de las acciones planteadas | Externa | Marzo - Diciembre | Esta fase estará enfocada a posicionar el trabajo que realiza el IECM, para promover el voto informado y la participación en la Consulta Ciudadana |
| | Interna | | Se definirán las actividades específicas para afianzar al IECM como una institución de puertas abiertas y al servicio de la ciudadanía, conducida en apego a los principios de transparencia, imparcialidad, objetividad, legalidad y certeza. |
| Seguimiento y evaluación de las acciones implementadas | Interna | Marzo - Diciembre | A partir de la evaluación que se realice se podrían reafirmar acciones o, en su caso, realizar ajustes o redefinir los instrumentos que se emplean. |
| | Externa | | |

VIII. Objetivos

OBJETIVO GENERAL

Fortalecer la confianza ciudadana en el proceso electoral y la consulta ciudadana a partir de la utilización de herramientas de comunicación social y difusión que promuevan la emisión de un voto libre e informado, con un tratamiento equitativo a las distintas fuerzas políticas y que consolide el posicionamiento del Instituto Electoral de la Ciudad de México como el referente a nivel nacional e internacional de la gestión electoral.

OBJETIVOS PARTICULARES

- Empezar acciones de comunicación social y difusión que permitan fortalecer la confianza ciudadana en el proceso electoral, a partir de la difusión de cada una de las etapas de la elección y un actuar institucional transparente, las cuales permitirán fortalecer el posicionamiento del IECM.
- Emplear instrumentos de comunicación social y difusión que promuevan un voto libre e informado, que garanticen un trato equitativo a las distintas fuerzas políticas y permitan el desarrollo del proceso electoral en un marco de respeto a la diversidad y libre de violencia por razón de género o de cualquier tipo.
- Impulsar el incremento de los niveles de participación en la Consulta Ciudadana sobre Presupuesto Participativo 2019, con la utilización de distintos instrumentos de comunicación social y difusión.
- Difundir entre los habitantes de la Ciudad de México una cultura democrática y educación cívica que promueva la apropiación del espacio público, robustezca el involucramiento ciudadano en la toma de decisiones y genere contextos de exigencia a las autoridades involucradas.
- Continuar con el cumplimiento estricto de transparentar y difundir todo aquel producto informativo que genere el IECM y ponerlo al alcance inmediato y de fácil acceso para cualquier ciudadano o ente interesado.

IX. Líneas de Acción

En el presente apartado se interrelacionan los valores que rigen la presente Estrategia y los objetivos específicos planteados, bases para establecer las líneas de acción que se desplegarán, las actividades que deberán realizar y los indicadores que medirán la efectividad planteada.

IX.1 Fortalecer la confianza ciudadana en el proceso electoral

Esta línea de acción se vincula con el objetivo específico siguiente:

- Empezar acciones de comunicación social y difusión que permitan fortalecer la confianza ciudadana en el proceso electoral, a partir de la difusión de cada una de las etapas de la elección y un actuar institucional transparente, las cuales permitirán fortalecer el posicionamiento del IECM.

Líneas de acción:

- Resaltar la importancia de la participación ciudadana como eje central de los mensajes y productos institucionales que se realicen.
- Comunicar los aspectos relevantes de cada una de las etapas del proceso electoral, destacando los aspectos inéditos: elección de alcaldías y concejales, nueva composición del congreso de la Ciudad de México y el voto chilango desde el extranjero.
- Posicionar en la opinión pública las acciones que realice el IECM para garantizar el desarrollo de un proceso electoral apegado a los principios de certeza, legalidad, imparcialidad, independencia, objetividad, transparencia y máxima publicidad.
- Fortalecer la imagen del IECM como referente de la gestión electoral a nivel nacional e internacional.

Actividades de difusión y comunicación

Cobertura y transmisión de eventos. En atención a los principios de transparencia y máxima publicidad, se difundirán permanentemente, a través de la página institucional de internet, plataformas digitales de Youtube y Facebook y Circuito Cerrado de Televisión, en vivo o de manera diferida, las principales actividades institucionales, realizadas dentro o fuera del IECM. Todas quedarán a disposición de la ciudadanía en las respectivas plataformas públicas utilizadas.

Comunicados y Boletines de prensa. Con el propósito de informar y fijar posicionamientos institucionales sobre diversos temas, se realizarán y difundirán boletines, comunicados,

tarjetas o notas informativas. En cada uno de los mensajes emitidos por la institución, se pondrá énfasis en el compromiso para cumplir con las obligaciones normativas.

Generación de contenidos para medios de comunicación. De manera permanente se proporcionará información a los medios de comunicación acerca de las actividades realizadas o por realizar por parte del IECM.

Promoción de la participación ciudadana. Se construirá con el INE un plan de trabajo conjunto para diseñar acciones dirigidas a motivar el ejercicio del voto libre y razonado, así como prevenir y combatir la compra, coacción e inducción del voto. En particular, con el INE se emprenderán acciones en radio y televisión para difundir la elección de alcaldías y concejalías en las 16 demarcaciones territoriales.

Mensajes centrales a difundir. Se integrarán estrategias de difusión específicas (plan de medios, calendarización de actividades de difusión, definición de concepto, línea creativa e imagen gráfica de las campañas), teniendo como eje central la ciudadanización del proceso electoral. De así requerirse se procurará el posicionamiento y focalización a los distintos segmentos de la población.

De igual forma, se integrará la estrategia de difusión para recabar el voto de las y los mexicanos de la Ciudad de México residentes en el extranjero.

Realización, producción y difusión de infografías y videos. Se producirán materiales que en lenguaje ciudadano expliquen cada una de las etapas del proceso electoral y las diferentes acciones que emprenda el IECM.

Monitoreo de medios impresos de encuestas por muestreo, sondeos de opinión, encuestas de salida y conteos rápidos no institucionales. Se realizará el monitoreo de los estudios demoscópicos y se remitirán a la Secretaría Ejecutiva del IECM para atender las disposiciones en la materia.

Entrevistas y reuniones con reporteros y líderes de opinión. Se programarán entrevistas en medios impresos y electrónicos con consejeros electorales y/o funcionarios del IECM, según se requiera, en donde cada uno de ellos compartirá los planes y programas de la institución.

Conferencia con medios. Se convocará a los representantes de los medios de comunicación para fijar posicionamientos o fijar postura respecto de los acuerdos y determinaciones que

adopte el IECM. Con ello también se responderá a los planteamientos e inquietudes respecto del quehacer institucional.

Acreditación de medios de comunicación. Para brindar atención a los representantes de los medios de comunicación, se realizará la acreditación –en su oportunidad- de los medios que realizarán la cobertura de las actividades institucionales.

Carpa de la información y sala de prensa. Para facilitar las tareas de los representantes de los medios de comunicación y potenciar el ejercicio de la libertad de expresión, se montará la carpa de la información y la sala de prensa para la adecuada cobertura informativa del proceso electoral.

Actividades en plataformas digitales

Afianzar el posicionamiento de las plataformas digitales institucionales, Se afianzará y continuará con el fortalecimiento de la estrategia digital para informar sobre las acciones del IECM.

Generar interacción y difundir contenidos digitales propios. Se informará de cada una de las etapas y se responderá con la velocidad que exigen las plataformas digitales aquellos cuestionamientos de la población.

Pautas digitales. Con el propósito de posicionar en la opinión pública aspectos relevantes del proceso electoral se construirá sinergia con medios o plataformas digitales que permitan, sobre todo, llegar a público joven (votantes por primera vez).

Influencers. Se buscará construir una red de personalidades con influencia en sectores específicos de la población jóvenes y con alto nivel de consumo de contenidos digitales.

Seguimiento y evaluación (meta e indicadores).

En virtud de las actividades a desarrollar se procurará dar seguimiento puntual en cuanto a la proyección planteada en el Programa Operativo Anual (POA), buscando superar las proyecciones numéricas en cuanto a encuentros con medios de comunicación, entrevistas, conferencias de medios, boletines y plataformas digitales.

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.

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.

IX.2 Impulso y promoción del voto libre e informado

Esta línea de acción se armoniza con el siguiente objetivo

Emplear instrumentos de comunicación social y difusión que promuevan un voto libre e informado, que garanticen un trato equitativo a las distintas fuerzas políticas y permitan el desarrollo del proceso electoral en un marco de respeto a la diversidad y libre de violencia por razón de género o de cualquier tipo.

Líneas de acción:

- Elaborar y difundir mensajes que promuevan el voto libre e informado
- Empezar acciones que prevengan y combatan la compra, coacción y/o inducción del voto.
- Producir material audiovisual en el que la ciudadanía conozca y potencialice el ejercicio de derechos político-electorales.
- Generar mensajes que resalten el carácter imparcial del IECM y la organización imparcial del proceso electoral.
- Garantizar a las fuerzas políticas y candidatos sin partido la producción y difusión de debates en condiciones equitativas.

- Construir un plan de difusión que promueva y atienda cualquier caso de violencia política por razón de género.
- Generar acciones para visibilizar las tareas que realice la red de observación electoral del IECM

Actividades de comunicación y difusión

Spots de radio y televisión. A través de los tiempos que el INE asigne al IECM se producirán spots para generar certeza y promover la participación libre e informada de la ciudadanía, colocando a la institución como un órgano electoral transparente.

Producción de materiales impresos. Se producirán materiales impresos que destaquen el voto libre e informado (trípticos, volantes, dípticos, carteles, anuncios, espectaculares, publicidad exterior, material de promoción, entre otros).

Promoción y difusión de debates. Los debates tendrán por objeto proporcionar a la sociedad la difusión y confrontación de las ideas, programas y plataformas electorales de las y los candidatos, por los que, en su realización, se asegurará el más amplio ejercicio de la libertad de expresión, garantizando condiciones de equidad en el formato y trato igualitario a quienes participen. Para su realización se convocará a los concesionarios y permisionarios de radio y televisión con sede en la Ciudad de México; así mismo, se comunicará a concesionarios de uso público la obligación de transmitir los debates a Jefatura de Gobierno. Para la programación y realización de los debates se procurará el uso eficaz y racional de los recursos, atendiendo los lineamientos que al respecto se dispongan.

Atención a violencia política de género. En coordinación con la autoridad electoral nacional se elaborará el plan de difusión del Protocolo para Atender la Violencia Política contra las Mujeres, que deberá armonizarse con el protocolo existente en el IECM y se sujetará a las directrices que establezcan los órganos de dirección en este tema.

Monitoreo de espacios noticiosos. Se elaborará el catálogo de programas de radio y televisión que difundan noticias sobre el proceso electoral de la Ciudad de México, para detectar el tratamiento informativo que reciben las diferentes ofertas políticas y, mediante acuerdo con alguna institución, se recabarán y difundirán a la opinión pública los respectivos resultados.

Difusores externos del PREP. Se invitará a los medios de comunicación a ser difusores externos del Programa de Resultados Electorales Preliminares, en acatamiento a los

lineamientos que establezcan las autoridades respectivas. Se buscará superar el número de difusores externos de elecciones precedentes.

Alianza con red de observación electoral. En diferentes momentos, se generarán productos informativos que visibilicen el desarrollo del proceso por parte de las personas u organizaciones que participen como observadores o visitantes extranjeros.

Seguimiento y evaluación (meta e indicadores):

Al igual que el aspecto anterior, se proyecta la armonización de objetivos con el Programa Operativo Anual y superar las proyecciones específicas en cuanto a producción de spots de radio y televisión, difusión de mensajes para atender violencia política de género. En cuanto al monitoreo de medios, difusores externos.

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.

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: Contabilización y valoración de las actividades de difusión y comunicación.

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

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

IX.3 Incrementar niveles de participación en la Consulta Ciudadana sobre Presupuesto Participativo 2019

Esta línea de acción se vincula con el objetivo específico siguiente:

- Impulsar el incremento de los niveles de participación en la Consulta Ciudadana sobre Presupuesto Participativo 2019, en función de la utilización de distintos instrumentos de comunicación social y difusión.

Líneas de acción:

- Difundir las distintas etapas de la consulta ciudadana sobre presupuesto participativo 2019.
- Impulsar el cumplimiento de los proyectos ganadores de la Consulta Ciudadana, a partir de la construcción de contextos de exigencia mediante la utilización de herramientas de comunicación social.
- Promover la participación ciudadana mediante estrategias de participación ciudadana y emisión de opiniones.

Actividades de comunicación social y difusión

Cobertura y transmisión de eventos. Se difundirán en la página institucional de internet, plataformas digitales de Youtube y Facebook y Circuito Cerrado de Televisión, en vivo o de manera diferida, las actividades institucionales y se pondrán a disposición de la ciudadanía.

Promoción de la participación ciudadana en el registro de proyectos. Se generarán productos materiales impresos (volantes, carteles, pendones, y en prensa escrita) para promover el registro de proyectos

Comunicados y boletines de prensa. Se informará de las actividades para la Consulta Ciudadana, se destacará el carácter apartidista de este ejercicio de democracia participativa.

Generación de contenidos para medios de comunicación. De manera permanente se proporcionará información a los medios de comunicación de las actividades realizadas por el IECM para la Consulta.

Realización y producción de infografías y videos. Se producirán materiales que expliquen el carácter ciudadano de la Consulta y las acciones que emprenda el IECM.

Entrevistas y reuniones con reporteros y líderes de opinión. Se programarán una serie de entrevistas en medios impresos y electrónicos con consejeros electorales, en donde cada uno de ellos compartirá los objetivos que se buscan para cada etapa de la Consulta.

Actividades en plataformas digitales

Afianzar el posicionamiento de las plataformas digitales institucionales, Se afianzará y continuará con el fortalecimiento de la estrategia digital para informar sobre las acciones del IECM.

Generar y difundir contenidos digitales propios. Se informará de cada una de las etapas y se responderá con la velocidad que exigen las plataformas digitales las inquietudes y cuestionamientos de la población.

Pautas digitales. Para llegar a públicos jóvenes, se contratará pautas digitales en los medios y plataformas con amplia penetración.

Influencers. Se buscará construir una red de personalidades con influencia en sectores jóvenes y con alto nivel de consumo de contenidos digitales, para transmitir orgánicamente mensajes relacionados con las plataformas digitales.

Seguimiento y evaluación (meta e indicadores):

En virtud de las actividades a desarrollar se procurará dar seguimiento puntual en cuanto a la proyección planteada en el Programa Operativo Anual (POA), buscando superar las proyecciones numéricas en cuanto a encuentros con medios de comunicación, entrevistas, conferencias de medios, boletines y plataformas digitales.

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.

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: 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.

IX.4 Educación cívica

Esta línea de acción se vincula con el objetivo específico siguiente:

- Difundir entre los habitantes de la Ciudad de México una cultura democrática y educación cívica que promueva la apropiación del espacio público, robustezca el involucramiento ciudadano en la toma de decisiones y genere contextos de exigencia a las autoridades involucradas.

Líneas de acción:

- Generar mensajes y productos institucionales que fortalezcan la vida en democracia en la Ciudad de México.
- Trabajar coordinadamente con la autoridad nacional para alcanzar los objetivos de la Estrategia Nacional de Cultura Cívica.
- Propiciar el involucramiento y apropiación de los valores democráticos entre la población.

Actividades de comunicación social y difusión

Cobertura y transmisión de eventos. Se difundirán en la página institucional de internet, plataformas digitales de Youtube y Facebook y Circuito Cerrado de Televisión, en vivo o de manera diferida, las actividades institucionales y se pondrán a disposición de la ciudadanía.

Promoción de la participación ciudadana en el registro de proyectos. Se generarán productos materiales impresos (volantes, carteles, pendones, y en prensa escrita) para promover el registro de proyectos



Comunicados y Boletines de prensa. Se informará de las actividades para la Consulta Ciudadana, se destacará el carácter apartidista de este ejercicio de democracia participativa.

Generación de contenidos para medios de comunicación. De manera permanente se proporcionará información a los medios de comunicación de las actividades realizadas por el IECM para la Consulta.

Realización y producción de infografías y videos. Se producirán materiales que expliquen el carácter ciudadano de la Consulta y las acciones que emprenda el IECM.

Entrevistas y reuniones con reporteros y líderes de opinión. Se programarán una serie de entrevistas en medios impresos y electrónicos con consejeros electorales, en donde cada uno de ellos compartirá los objetivos que se buscan para cada etapa de la Consulta.

Actividades en plataformas digitales

Afianzar el posicionamiento de las plataformas digitales institucionales, Se afianzará y continuará con el fortalecimiento de la estrategia digital para informar sobre las acciones del IECM.

Generar y difundir contenidos digitales propios. Se informará de cada una de las etapas y se responderá con la velocidad que exigen las plataformas digitales las inquietudes y cuestionamientos de la población.

Pautas digitales. Para llegar a públicos jóvenes, se contratará pautas digitales en los medios y plataformas con amplia penetración.

Influencers. Se buscará construir una red de personalidades con influencia en sectores jóvenes y con alto nivel de consumo de contenidos digitales, para transmitir orgánicamente mensajes relacionados con las plataformas digitales.

Seguimiento y evaluación (meta e indicadores):

En virtud de las actividades a desarrollar se procurará dar seguimiento puntual en cuanto a la proyección planteada en el Programa Operativo Anual (POA), buscando superar las proyecciones numéricas en cuanto a encuentros con medios de comunicación, entrevistas, conferencias de medios, boletines y plataformas digitales.

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.

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: 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. Programa general de trabajo. Actividades Sustantivas | ENE | FEB | MAR | ABR | MAY | JUN | JUL | AGO | SEP | OCT | NOV | DIC |
|--|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|
| Comunicación Interna | | | | | | | | | | | | |
| Diseño de concepto creativo para campañas de comunicación interna del IECM. | | X | X | | | | | | | | | |
| Transmisiones por el Circuito Cerrado de Televisión | | X | X | X | X | X | X | X | X | X | X | X |
| Actualización de información en sitio web institucional | | X | X | X | X | X | X | X | 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 2018 | | X | | | | | | | | | | |
| Diseño de campaña institucional: imagen gráfica, líneas discursivas, plan de medios para Proceso Electoral Local Ordinario 2017-2018 | | X | X | | | | | | | | | |
| Diseño e implementación de campaña para la Consulta de Presupuesto Participativo 2019 | | | X | X | X | X | X | X | X | | | |
| Gestión de convenios de colaboración para campañas de Proceso Electoral Local Ordinario 2017-2018 y Presupuesto Participativo 2019 | | | X | X | X | | | | | | | |
| 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 IECM | 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 IECM con organizaciones ciudadanas para promover la participación y el voto | | | X | X | X | X | X | X | X | | | |

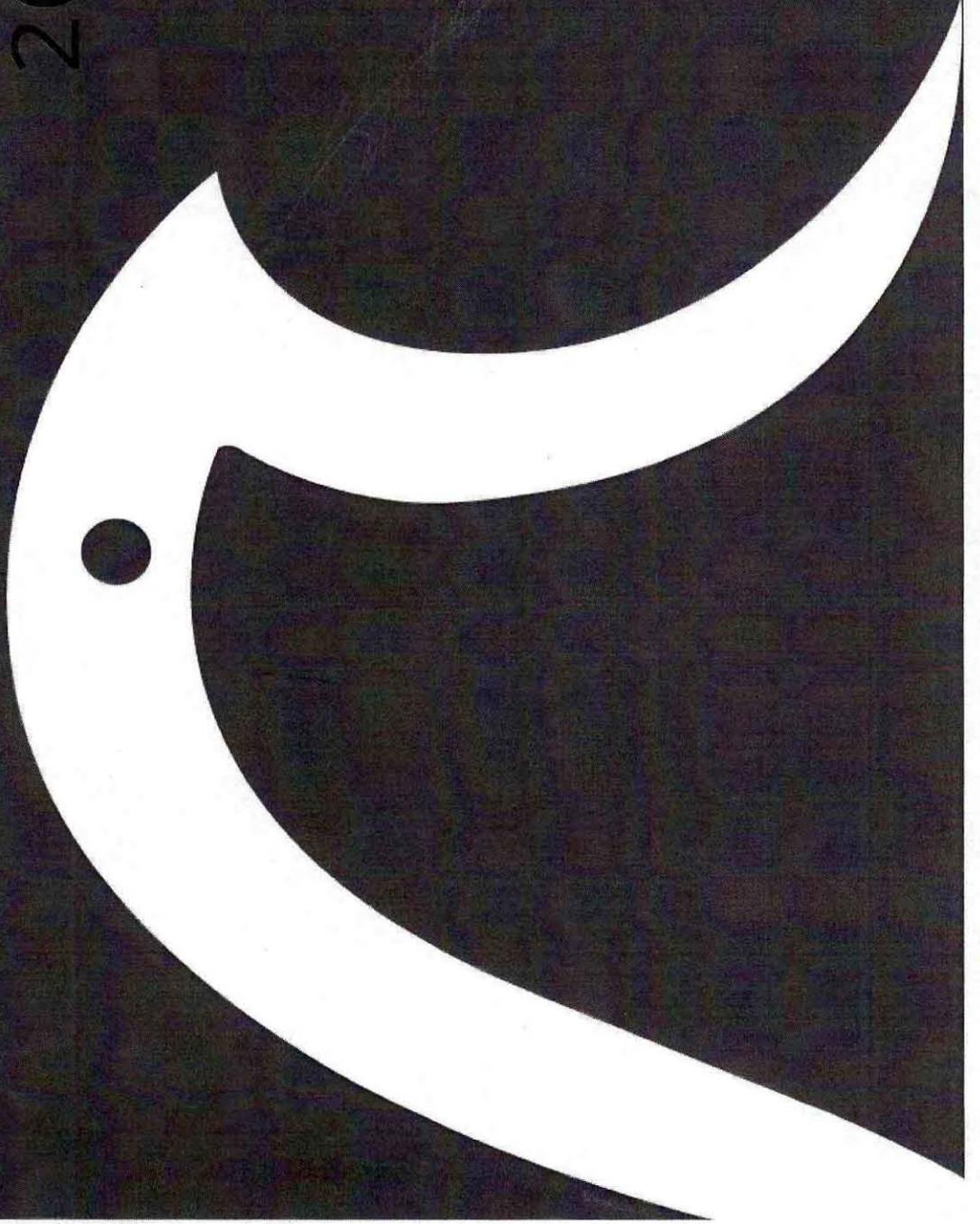
ANEXO

N.º 1

9

AR

ESTRATEGIA
DE MEDIOS
2018



0

8

Estrategia de Medios

- Grupos objetivos
 - “Círculo Rojo”
 - » Líderes de opinión
 - Columnistas
 - Política
 - Empresarial
 - Primario
 - Estudiantes
 - » de nivel medio superior y superior **1’066,823** electores
 - Adulto joven de 25 a 35 años **1’604,757** electores
 - Secundario
 - Hombres y mujeres de 36 a 60 años **4’881,589** electores



Estrategia de Medios

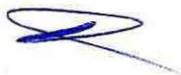
- Grupo objetivo **1'066,823** electores
 - Estudiantes de educación media superior de la Ciudad de México, en su mayoría.
 - Facebook.....83%
 - Twitter.....53%
 - Whatsapp.....85%
 - Instagram.....44%

Racional:

- Los dispositivos móviles son el instrumento con el que interactúan en la escuela, casa, transporte y bar.
 - El 83% revisa su mensajería y redes en los primeros 30 minutos de la mañana
 - 79% interrumpen su sueño para revisar su mensajes y redes sociales
 - Navegan 5.32 horas promedio diario en internet con dispositivos móviles,
 - El 70% posee un smartphone
 - El menor uso del celular es para hablar entre dos personas.
- Consideran las redes sociales “su” fuente de información más confiable ya que esta se construye entre los propios usuarios.
- La música sigue siendo su gran compañía el 45% escucha música en las diversas plataformas de la red y si es posible no pagar por ella mejor



Fuente: Hábitos de los consumidores móviles en México 2016 Deloitte 2016



Estrategia de Medios

- Grupo objetivo

1'604, 757 electores

- Adulto joven de 25 a 34 años

- Red

- App's

Busca información antes de comprar

Servicios bancarios

Viajes

Servicio de Taxis

Entretenimiento

Comida a domicilio

Videos

Cine

Reservaciones

Racional:

- El 60% verifica su mensajería en la madrugada, esta actividad disminuye a mayor edad.

- El 48% usa el celular mientras trabaja para uso personal.



Fuente: Hábitos de los consumidores móviles en México 2016 Deloitte 2016

Estrategia de Medios

- Grupo objetivo

4'881,589 electores

- Adultos de 35 a 59 años
- Red
- Navegación.....74%
- Leer noticias58%
- Leer noticias deportivas..44%
- Mail.....38%
- Compras36%
- Viajes.....33%
- Clima.....29%
- Videos.....25%

App's

- Consulta Saldos.....44%
- Tranferencias.....19%
- Paga servicios.....29%
- Ninguno.....46%

Racional:

- ✓ La red es su medio de información para finalmente realizar las compras y consumos de manera convencional.
- ✓ Servicios bancarios:
 - ✓ De 35 a 45 años realiza transferencias y pagos on-line.
 - ✓ Mayores de 45 años, sólo consultan saldos.
- ✓ Instala app's pero no las usa.

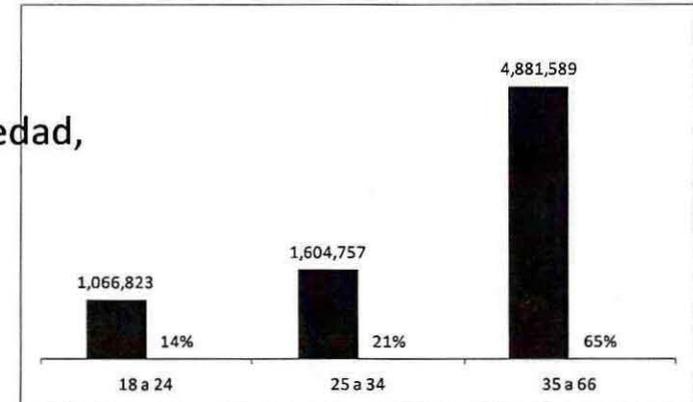


Fuente: Hábitos de los consumidores móviles en México 2016 Deloitte 2016

Fuente Havas Media Group 2016

Estrategia de Medios

- Grupo Objetivo 7'553,169 electores
 - Los habitantes de la Ciudad de México, sin importar edad, ocupación y nivel socioeconómico ocupan:
 - 2:40 horas promedio en sus traslados diarios
 - » Transporte público
 - » Propio automóvil, bicicleta o motocicleta
 - » Velocidad promedio de transporte 40 km/h
 - Pasan más de 8 horas promedio fuera de casa
 - **Los anterior los expone diariamente a todo tipo de mensajes publicitarios, políticos y sociales.**



- La estrategia en medios masivos de comunicación, adicional a tiempos oficiales es:

Prensa impresa y digital, Exteriores, Transporte público, Carteles y Activaciones

- ✓ Será nuestro medio de recordación a las campañas de tiempos oficiales en radio y televisión
- ✓ Son medios de gran impacto que pueden contratarse en zonas geográficas del interés el IECD



ANEXO

Nº.2

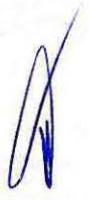
A

α

CAMPAÑA DE DIFUSIÓN

PROCESO ELECTORAL 2018

...



Nuestra campaña debía ser inmediata, incluyente y transparente, porque queríamos motivar a la participación ciudadana informada y sobre todo reflexiva.



Nuestro Objetivo

Las elecciones son una acción ciudadana. El instituto solamente organiza esfuerzos.

Concientizar sobre el poder del voto, y al mismo tiempo lograr que la ciudadanía se comprometa con ello.

Aumentar nuestro alcance, llegar a la comunidad chilanga fuera de la Ciudad de México en el proceso electoral ordinario 2018.



9

Nuestro mensaje

Nueva conformación política de la Ciudad de México / Cargos a Elegir

Voto Informado

Voto Chilango en el Extranjero

Quién hace y cómo se hacen las elecciones

El poder del voto (¿Cómo votar?)

Llamado al Voto



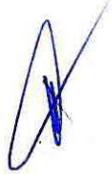
Ahora que somos Ciudad de México

2018 es nuestra oportunidad



9

**Nuestra comunicación es la clave
para lograr una participación histórica
pero tenemos que hablar como ciudadanas y ciudadanos**



*Porque estamos convencidos
que el verdadero PODER está en NUESTRO VOTO
Nos importa
y nos representa lo mismo*



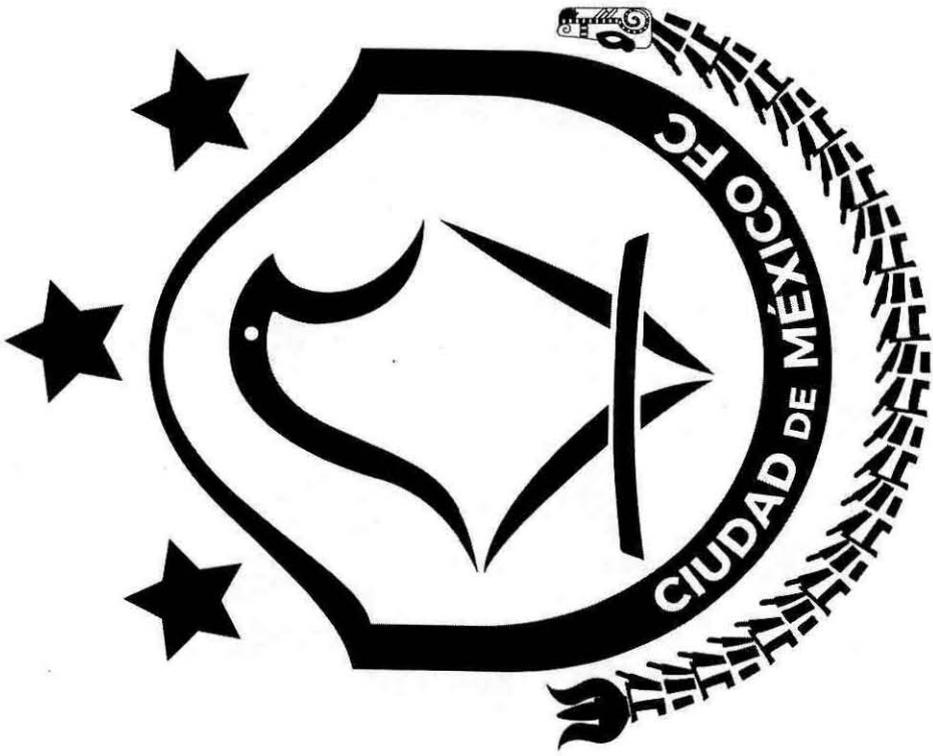
La pasión que sentimos por nuestra Ciudad



9

**Vamos a dirigir esa pasión y
ponerla en el centro de nuestra campaña,
la convertiremos en el motivo
para ser parte de un GRAN EQUIPO**

R



6

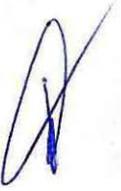
Y surge de la coyuntura. 2018 es año del mundial de Fútbol de FIFA, una de las competencias con mayor difusión e impacto social.

Por ese motivo, el alcance de todas las demás campañas se ve disminuido, incluyendo las de carácter político.

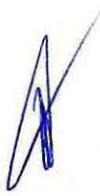
Así que aprovecharemos el impulso del deporte para impactar a la ciudadanía y entregar el mensaje más importante de este año:

CON PARTICIPACIÓN TODO FUNCIONA... hasta el fútbol.

En esta campaña utilizaremos el fútbol como una analogía del proceso electoral.

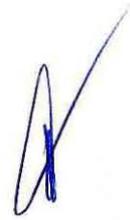


Nombrados Ciudad de México FC (Fuerza Chilanga), se tiene registro de su existencia antes de 1600, cuando surge de la unión de dos equipos antiguos, el Deportivo Tenochtitlán (Los Laguneros) y el Atlético de Castilla (Los Caballeros).



Vamos a ser la

PASIÓN por las ELECCIONES

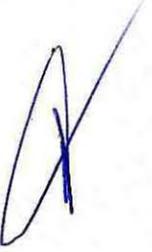


6

Nuestro estilo es aguerrido, con fuerza y entrega

Elegimos el juego en equipo

Para que todas y todos toquemos el balón

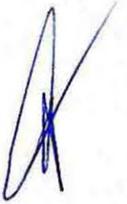


Porque el Proceso Electoral sería imposible

sin el esfuerzo conjunto de la ciudadanía

El fútbol se juega en equipo

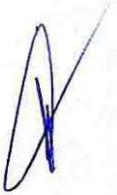
La democracia es colectiva



El juego tiene que ser limpio

Quien no juega limpio es amonestado

Quien reincide en la falta es expulsado

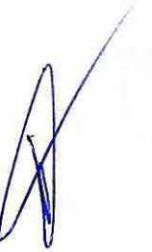


El IECM organiza esta contienda

Acondiciona instalaciones

Asegura que todos estén preparados

Y difunde los lineamientos de la competencia

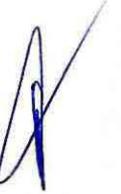


9

Cada voto es un balón

sin balón no hay fútbol

Sin votos no hay elección

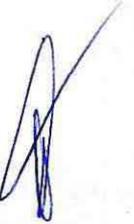


B

La Ciudad es el campo de juego

La ciudadanía tiene el balón en su poder

Y en el IECM la PARTICIPACIÓN es nuestra PASIÓN



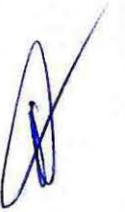
*Porque podemos cambiar de ideas
podemos cambiar de pareja
o podemos cambiar de residencia
pero este equipo es nuestra pasión
y nadie puede cambiar de pasión*

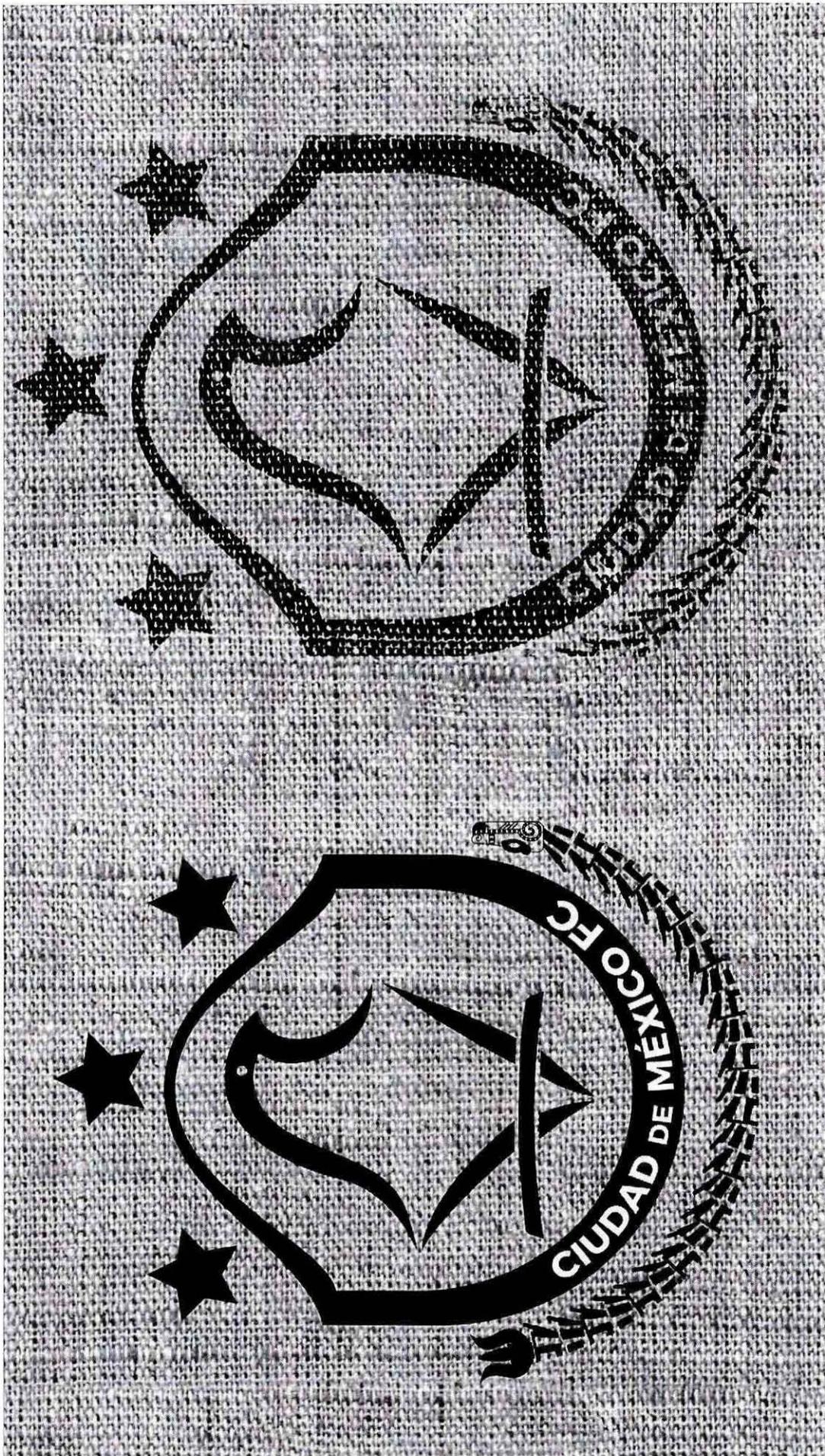


Con participación existe el fútbol

Con participación hay democracia

CON PARTICIPACIÓN TODO FUNCIONA





A handwritten signature or mark in blue ink, located in the bottom right corner of the page.



ALCALDES

MARCADOR FINAL

CON PARTICIPACIÓN
DE TODA LA CIUDAD

CONCEJALIAS ALCALDÍAS

160

16

1

66

JEFATURA DE DIPUTACIONES
GOBIERNO LOCALES

ESTE 1 DE JULIO

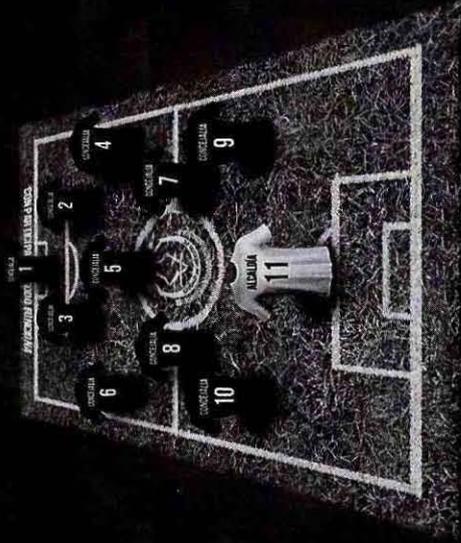
NUESTRO MEJOR MARCADOR ES CUANDO VOTAMOS



2018
PROCESO ELECTORAL



**EN TU ALCALDÍA
DECIDES
QUIÉN FORMA ESTE EQUIPO**



**EL 1 DE JULIO.
NUESTRA MEJOR ALINEACIÓN
LA CONSEGUIMOS VOTANDO**

**CON PARTICIPACIÓN
TODO FUNCIONA**



WWW.IECM.MX

**PROCESO 18
ELECTORAL**

9

Seremos los ojos y oídos de la ciudadanía

Nuestra cobertura llegará hasta los últimos detalles

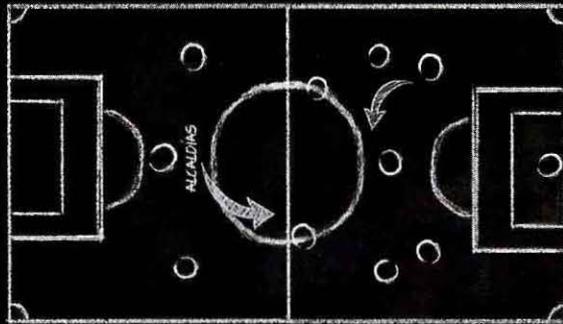
Sin juicios subjetivos

Con información siempre útil y certera

Estas son ideas inmediatas que comunican nuestro mensaje claramente.



**ESTE 1 DE JULIO,
PARA TENER LA MEJOR ALINEACIÓN
INFÓRMATE**



ALCALDIAS

ALGUNAS FUNCIONES:

GARANTIZAR Y PROMOVER LA
INCLUSIÓN, PARIDAD DE GÉNERO
Y PARTICIPACIÓN

PROTEGER Y AMPLIAR EL PATRIMONIO
ECOLÓGICO Y ASEGURAR EL
DESARROLLO SUSTENTABLE

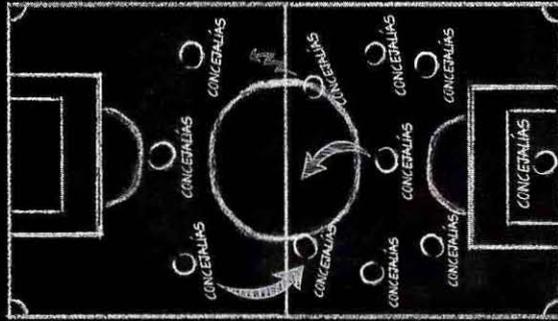
ART. 111. TRANSICIÓN A N.T.
CONSTITUCIONES DE LOS ESTADOS

**TÚ DECIDES
QUIÉN FORMA ESTE EQUIPO
CON PARTICIPACIÓN TODO FUNCIONA**

*PARA MÁS FUNCIONES CONSULTA EN: WWW.DIGITALMEXICO.COM Y EN LA CONSTITUCIÓN DE LA CIUDAD DE MÉXICO



**ESTE 1 DE JULIO,
PARA TENER LA MEJOR ALINEACIÓN
INFÓRMATE**



CONCEJALÍAS

ALGUNAS FUNCIONES:

APROBAR EL PROGRAMA DE GOBIERNO DE LA ALCALDÍA

REVISAR LOS INFORMES DE LA ALCALDÍA

SOLICITAR LA REVISIÓN DE OTORGAMIENTO DE LICENCIAS Y PERMISOS EN LA DEMARCACIÓN TERRITORIAL

ART. 110 DEL C.O.A.T.C.
CONSTITUCIÓN DE LA ALDÍA DE NEGUÉ

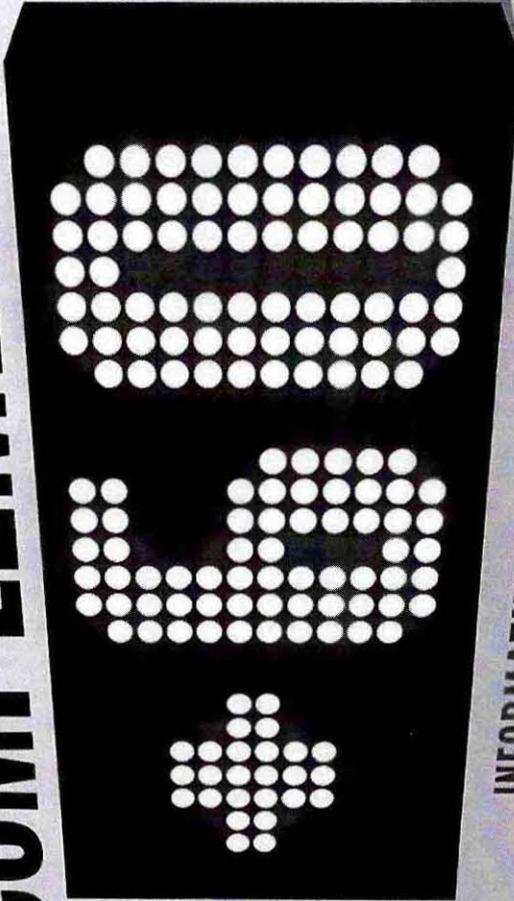
**TÚ DECIDES
QUIÉN FORMA ESTE EQUIPO
CON PARTICIPACIÓN TODO FUNCIONA**

*PARA MÁS FUNCIONES CONSULTA EN: WWW.CIUDADANOSALZADA.COM Y EN LA COSESTRUCCIÓN DE LA CIUDAD DE NEGUÉ.



[Handwritten signature]

EL COMPLEMENTO



INFORMATIVO DE GOL

Handwritten signature in blue ink.

8

TOPE DE GASTOS DE CAMPAÑA

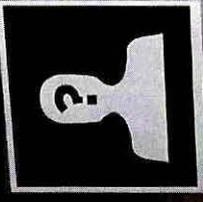


[Handwritten signature]

[Handwritten mark]



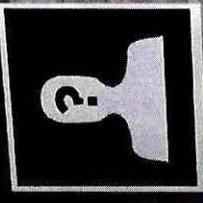
CAMPANA



| | |
|------------------------|--|
| PUESTO | ALCALDÍA |
| DÍAS DE CAMPAÑA | 60 DÍAS |
| TOPE DE GASTOS | DE 275 MIL A 3.8 MDP <small>(DEPENDIENDO DE LA DEMARCACION)</small> |




CAMPANA



| | |
|------------------------|----------------------|
| PUESTO | JEFATURA DE GOBIERNO |
| DÍAS DE CAMPAÑA | 90 DÍAS |
| TOPE DE GASTOS | \$30,259,504.00 |



AMONESTACIÓN

PARA UN CANDIDATO SI:

Si perpetra
violencia
política
de género

EXPULSIÓN

PARA UN CANDIDATO SI:

Exceder el
tope de gastos
establecido*

*Consulta los topes de gastos en:



www.ciudadanosuni2.mx



PROCESO ELECTORAL 2018

CON PARTICIPACIÓN
TODO FUNCIONA



www.ciudadanosuni2.mx



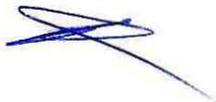
PROCESO ELECTORAL 2018

CON PARTICIPACIÓN
TODO FUNCIONA

9

XIUHCÓATL

Según la creencia de los mexicas, el sol era transportado durante su recorrido diurno por dos gigantescas Xiuhcóatl que lo rodeaban, tal y como aparece en la piedra del Sol o "Calendario Azteca"



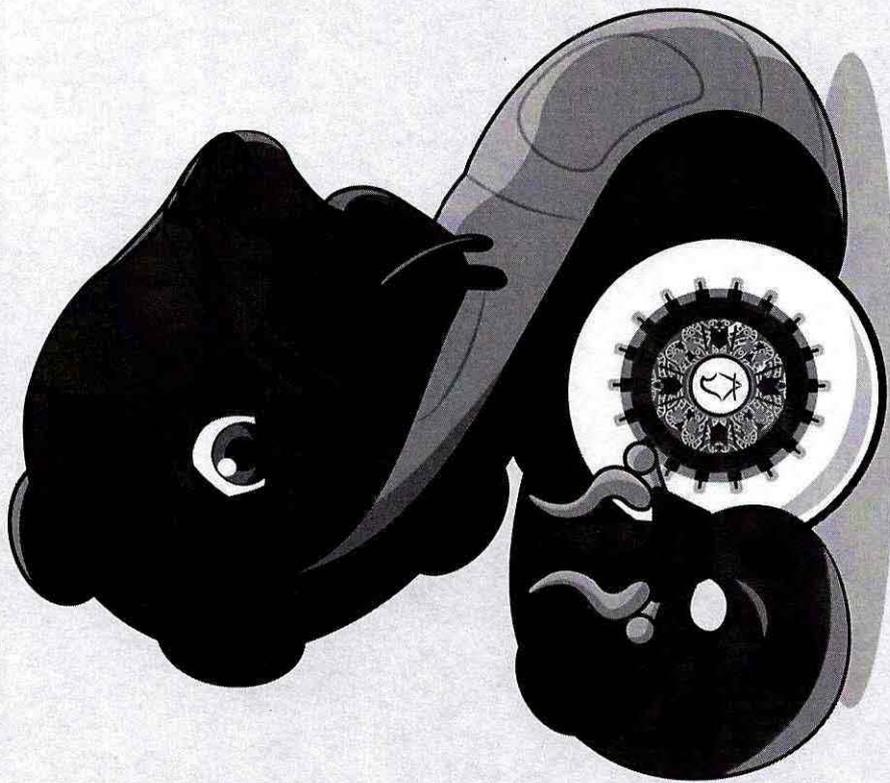
CIHUAXIUHCÓATL

“CIHUA”



NOQUIXIUHCOATL

“NOQUI”



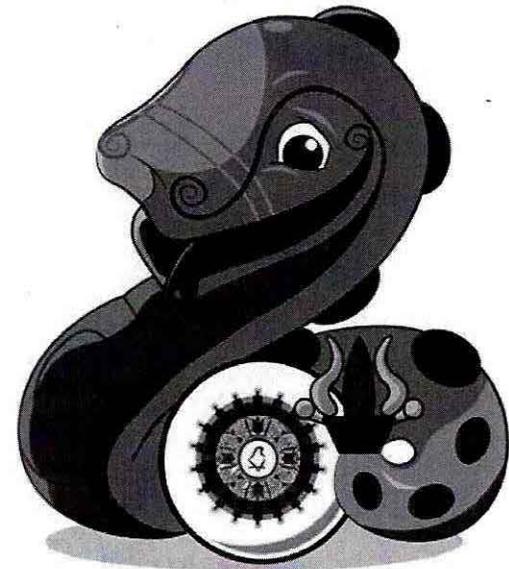
A small, handwritten mark or signature in blue ink, consisting of a few fluid, connected strokes.



CADA DISTRITO ES UNA CANCHA

DOMICILIOS DE LOS 33 DISTRITOS, ASÍ COMO LOS CONSEJOS DISTRITALES QUE FUNDIRÁN COMO CABECERA DE DEMARCACIÓN PARA EL PROCESO ELECTORAL LOCAL ORDINARIO 2017-2018

| DISTRITO | ÁMBITO | DOMICILIO |
|---------------|-------------------|---|
| 1 | GUSTAVO A. MADERO | 1a Privada de Venustiano Carranza #7, Col. Palmaflita, Delegación Gustavo A. Madero, C.P. 07170. |
| 2 CABECERA | GUSTAVO A. MADERO | Calzada de los Misterios #670, Col. Industrial, Delegación Gustavo A. Madero, C.P. 07800. |
| 3 CABECERA | AZCAPOTZALCO | San Isidro, #202-D, Col. Santa Lucía, Fracc. Industrial San Antonio, Delegación Azcapotzalco, C.P. 02760. |
| 4 | GUSTAVO A. MADERO | Oriente 153 #3406, Col. Salvador Díaz Mirón, Delegación Gustavo A. Madero, C.P. 07400. |
| 5 | AZCAPOTZALCO | Avenida 22 de Febrero #251, Col. Santa María Malinalco, Delegación Azcapotzalco, C.P. 02050. |
| 6 | GUSTAVO A. MADERO | Avenida 603 #152, U.H. San Juan de Aragón 3a Sección, Delegación Gustavo A. Madero, C.P. 07970. |



CON PARTICIPACIÓN
TODO FUNCIONA

PROCESO 18
ELECTORAL



CADA DISTRITO ES UNA CANCHA

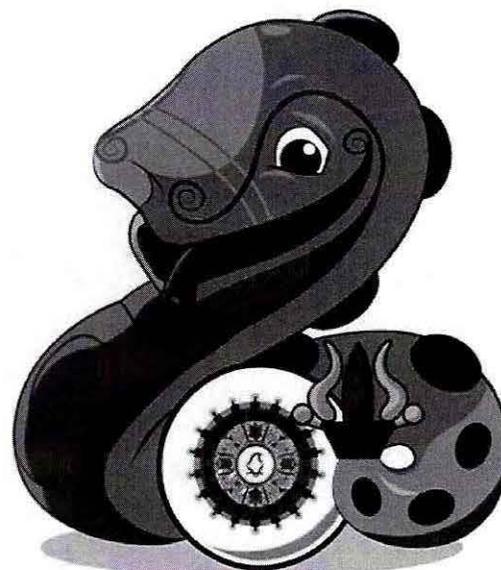
DOMICILIOS DE LOS 33 DISTRITOS, ASÍ COMO LOS CONSEJOS DISTRIATALES QUE FUNDIRÁN COMO CABECERA DE DEMARCACIÓN PARA EL PROCESO ELECTORAL LOCAL ORDINARIO 2017-2018

| DISTRITO | ÁMBITO | DOMICILIO |
|----------------|--------------------------------|--|
| 7 CABECERA | MILPA ALTA | Cuahtémoc #20, Pueblo San Pedro Atocpan, Delegación Milpa Alta, C.P. 12200. |
| 8 CABECERA | TLÁHUAC | General Manuel M. Flores #35, Barrio de Santa Ana Zapotitlán, Delegación Tláhuac, C.P. 15300. |
| 9 CABECERA | CUAUHTÉMOC | Maple #80, Col. Santa María Insurgentes, Delegación Cuahtémoc, C.P. 06430. |
| 10 CABECERA | VENUSTIANO CARRANZA | Manuel Rivera Cambas #61, Col. Jardín Balbuena, Delegación Venustiano Carranza, C.P. 15900. |
| 11 | VENUSTIANO CARRANZA/ IZTACALCO | Oriente 243-B #101, Col. Agrícola Oriental, Delegación Iztacalco, C.P. 06900. |
| 12 | CUAUHTÉMOC | Río Amazonas #36, Col. Cuahtémoc, Delegación Cuahtémoc, C.P. 06500. |



CON PARTICIPACIÓN
TODO FUNCIONA

PROCESO 18
ELECTORAL



[Handwritten signature]

[Handwritten mark]



CADA DISTRITO ES UNA CANCHA

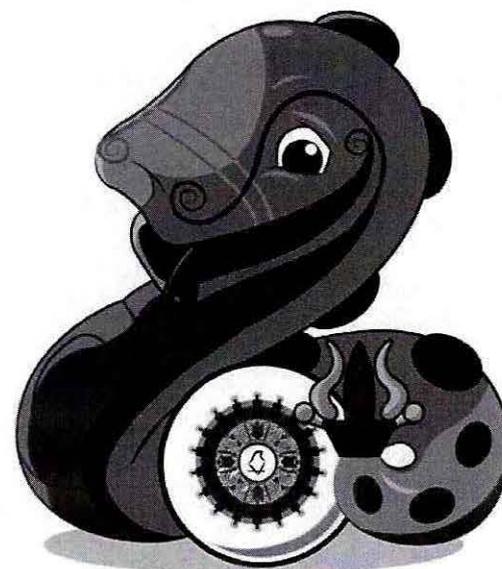
DOMICILIOS DE LOS 33 DISTRITOS, ASÍ COMO LOS CONSEJOS DISTRITALES QUE FUNGIRÁN COMO CABECERA DE DEMARCACIÓN PARA EL PROCESO ELECTORAL LOCAL ORDINARIO 2017-2018

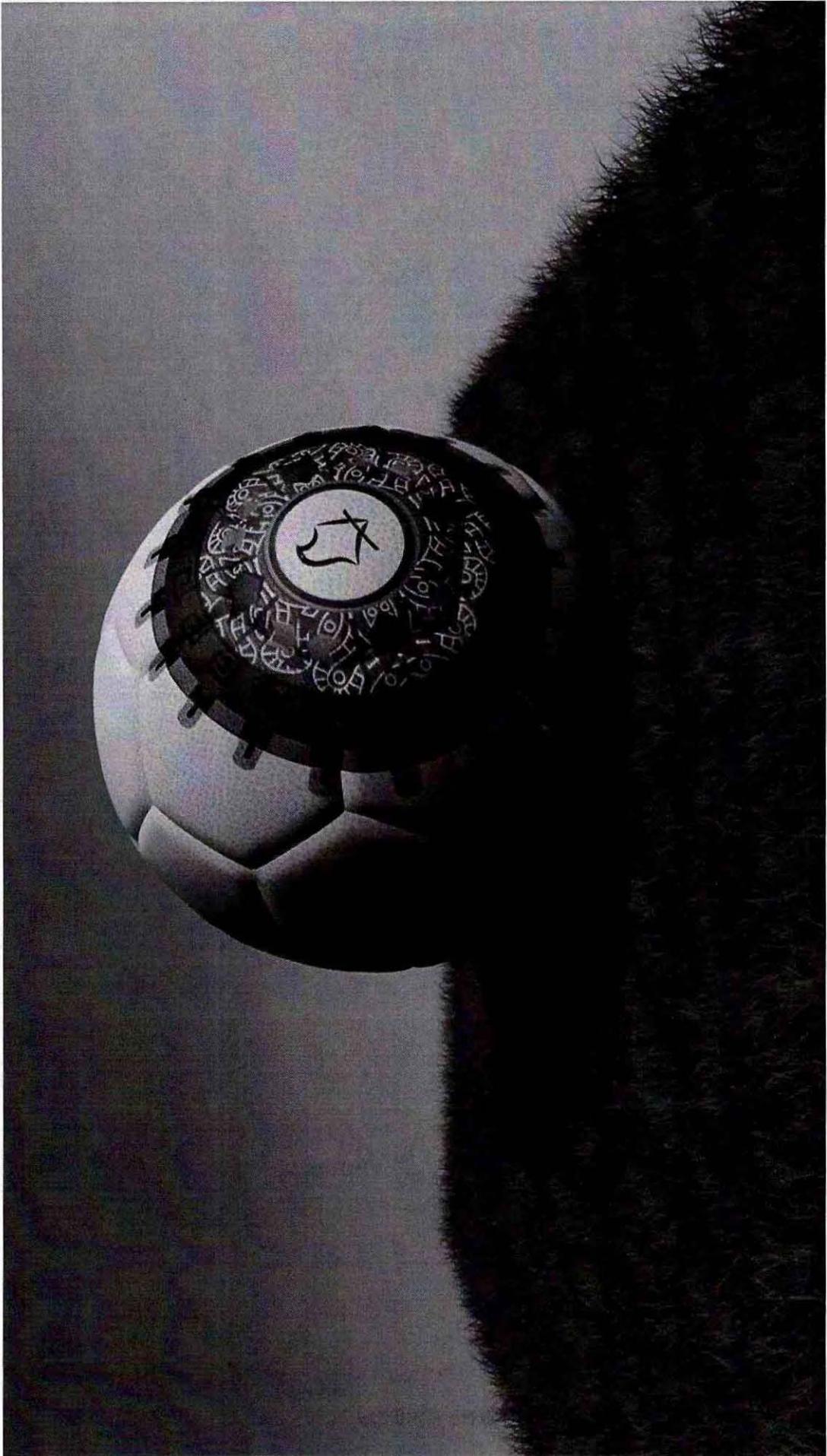
| DISTRITO | ÁMBITO | DOMICILIO |
|----------------|----------------|---|
| 13 CABECERA | MIGUEL HIDALGO | Constitución #35 Col. Escandón, Delegación Miguel Hidalgo, C.P. 11600. |
| 14 | TLALPAN | Tzinal #347, Col. Héroes de Padriana, Delegación Tlalpan, C.P. 14200. |
| 15 CABECERA | IZTACALCO | Avenida Santiago #138, Barrio Santiago Sur, Delegación Iztacalco, C.P. 06800. |
| 16 CABECERA | TLALPAN | 5 de Mayo #43, Pueblo de San Pedro Mártir, Delegación Tlalpan, C.P. 14850. |
| 17 CABECERA | BENITO JUÁREZ | Aliceto Ortega #917, Col. Del Valle, Delegación Benito Juárez, C.P. 03100. |
| 18 CABECERA | ÁLVARO OBREGÓN | Puerto Hidalgo, Mz. 11, Lt. 21, Col. Piloto Adolfo López, Mateos, Delegación Álvaro Obregón, C.P. 01298. |



CON PARTICIPACIÓN
TODO FUNCIONA

PROCESO 18
ELECTORAL





0

0

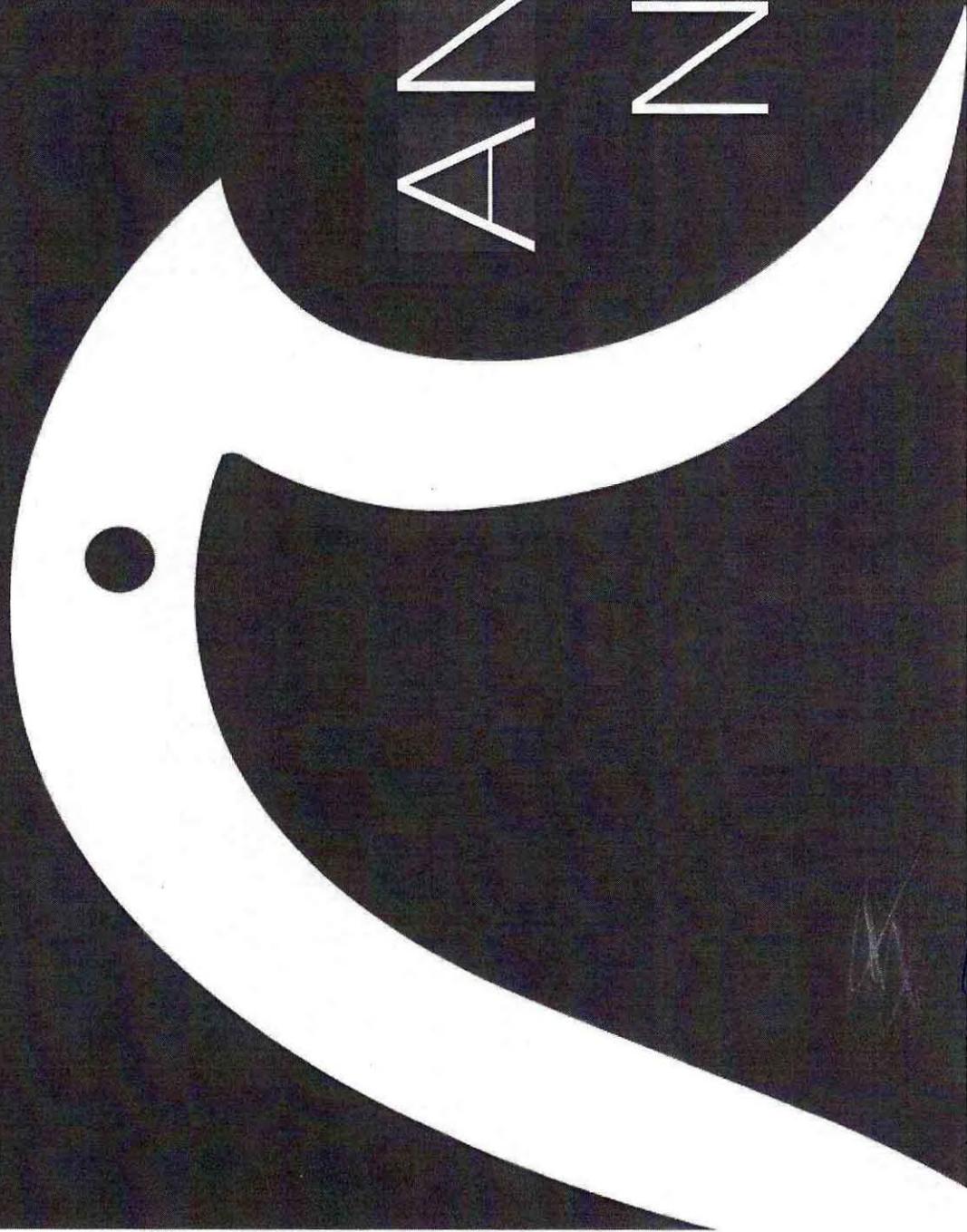
LA
PASIÓN
POR LAS
ELECCIONES



A handwritten signature in blue ink, consisting of a stylized, cursive-like mark.

ANEXO

Nº.3



2

2

UTCsyD

ESTRATEGIA
DE DIFUSIÓN

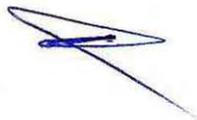
2018



0-

PRESENTACIÓN

La estrategia de Difusión Anual es el documento que por mandato del reglamento interior del IECM debe presentar la UTCSyD al Secretario Ejecutivo para someterlo a consideración de la Junta Administrativa.



PRESENTACIÓN

Con este documento, 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.



A handwritten mark or signature in blue ink, located in the bottom left area of the page. It consists of several overlapping, curved lines.



A small, handwritten mark or signature in the bottom right corner of the page. It is a simple, stylized character, possibly a letter or a symbol, drawn in black ink.

PRESENTACIÓN

La estrategia marca una ruta a seguir que contribuye a la campaña **CON PARTICIPACIÓN TODO FUNCIONA** y se tendrá la misión institucional de desarrollar los siguientes temas:

- Actividades ordinarias institucionales
- Proceso Electoral Local Ordinario 2017-2018
- Consulta Ciudadana sobre Presupuesto Participativo 2019
- Voto Chilango

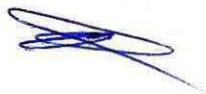


A handwritten signature in blue ink, appearing to be a stylized name.



PRESENTACIÓN

La misma se encuentra alineada con los programas generales, los medios publicitarios y la materia de difusión así como con los objetivos y directrices específicas elaboradas por las áreas ejecutivas y técnicas del Instituto.





PROCESO ELECTORAL 2017-2018
CON PARTICIPACIÓN TODO FUNCIONA

ENERO-JULIO

A handwritten signature in blue ink, consisting of several loops and a long horizontal stroke extending to the right.

9

PROCESO ELECTORAL 2017-2018

EJES PRINCIPALES



- Dar a conocer la nueva conformación política establecida por la Nueva Constitución de la CDMX.
- Dar a conocer a la ciudadanía las nuevas figuras de gobierno que se elegirán en esta elección, así como su función y utilidad.
- Informar a la ciudadanía todo lo que conlleva este proceso electoral y hacerle la invitación a participar el 1 de julio.

CON PARTICIPACIÓN TODO FUNCIONA

A handwritten signature in blue ink, consisting of several overlapping loops and lines.

A small, stylized handwritten mark or signature in blue ink, resembling a cursive letter or symbol.

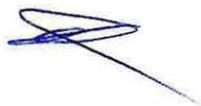
PROCESO ELECTORAL 2017-2018



EJES PRINCIPALES

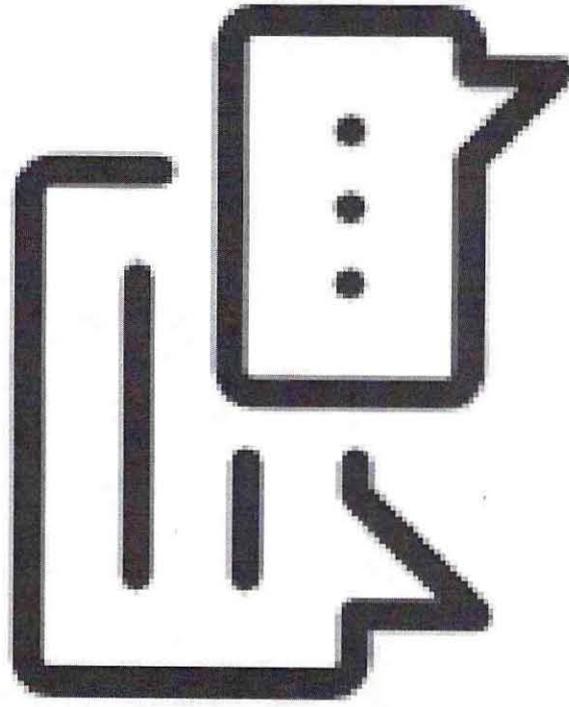
- Explicar a la ciudadanía la importancia de su participación en el desarrollo de las elecciones.
- Incentivar el voto de las y los chilangos residentes en el extranjero.
- Explicar a la ciudadanía el quién y el poder que se generará en estas elecciones.

CON PARTICIPACIÓN TODO FUNCIONA



LÍNEAS DE ACCIÓN

POR ÁREA

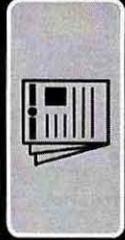
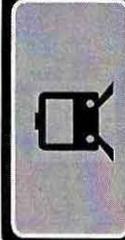
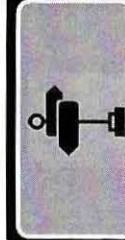


A handwritten signature in blue ink, located in the bottom right corner of the page. The signature is stylized and appears to be a single name.

9

UNIDAD TÉCNICA DE COMUNICACIÓN SOCIAL Y DIFUSIÓN
Campana de difusión

FEBRERO
a JULIO

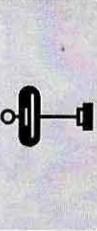
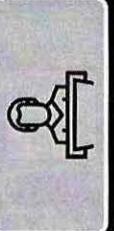
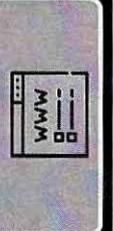
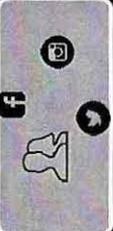
-  Presentación de campana ante medios de comunicación.
-  Activaciones en calle.
-  Espectaculares y volanteo.
-  Plotteo de transporte público.
-  Publicidad ATL y BTL.



9

UNIDAD TÉCNICA DE COMUNICACIÓN SOCIAL Y DIFUSIÓN
Campana de difusion

FEBRERO
a JULIO

-  Mobiliario urbano.
-  Cine y Spots.
-  Conferencias y boletines de prensa.
-  Marketing digital.
-  Redes sociales e Influencers.



UNIDAD TÉCNICA DE COMUNICACIÓN SOCIAL Y DIFUSIÓN
Difusores externos PREP (medios de comunicación)

JUNIO
a JULIO



Convocatoria a medios de comunicación y
portales informativos.



A blue ink handwritten signature or mark.

UNIDAD TÉCNICA DE COMUNICACIÓN SOCIAL Y DIFUSIÓN
Monitoreo de espacios noticiosos (tratamiento informativo
en campañas)

MARZO
a JUNIO



Convenio con instituciones académicas.



Envío de reportes al INE.



Boletines de prensa.



Difusión de resultados en página web y redes
sociales (enlace al sitio de la plataforma).



UNIDAD TÉCNICA DE COMUNICACIÓN SOCIAL Y DIFUSIÓN
Monitoreo de espacios noticiosos (firma de convenio para
el tratamiento informativo de equidad de género)

MARZO
a JUNIO



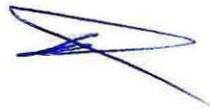
Convenio con instituciones académicas.



Boletines de prensa.

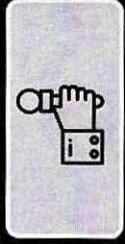
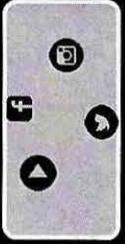
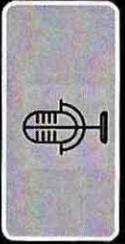


Difusión de resultados en página web y redes
sociales (enlace al sitio de la plataforma).



SECRETARÍA EJECUTIVA
Oficialía electoral

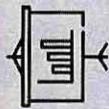
ENERO
a JULIO

-  Entrevistas en medios.
-  Boletines de prensa.
-  Redes sociales.
-  Producción de videos explicativos.
-  Acompañamiento a coberturas con medios de comunicación (en caso de requerirse).

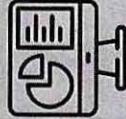


SECRETARÍA EJECUTIVA
Monitoreo de encuestas

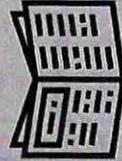
ENERO
a JULIO



Seguimiento y entrega de informes.



Publicación en página web (apartado).

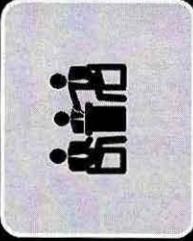


Difusión en la síntesis informativa.

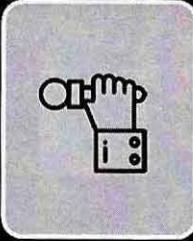


SECRETARÍA EJECUTIVA
Debates

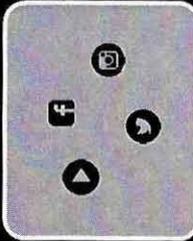
MARZO
a JULIO



Organización, realización producción y transmisión de debates.



Cobertura informativa.

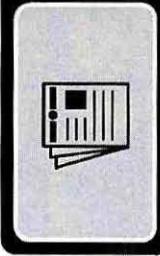


Redes sociales.



SECRETARÍA EJECUTIVA
Convenio Colegio de Notarios
(fe pública)

MAYO
a JUNIO



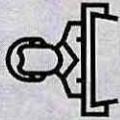
Boletín de prensa y seguimiento informativo.



A handwritten signature in blue ink, consisting of several loops and a long horizontal stroke.

SECRETARÍA EJECUTIVA
Convenio Gobierno de la Ciudad de México
(Seguridad Pública, C5)

JUNIO



Conferencia de prensa.



Seguimiento informativo.

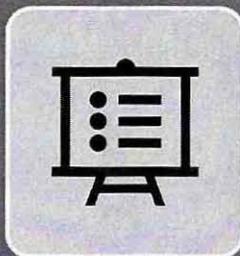


A handwritten signature in blue ink, consisting of a stylized 'S' followed by a long horizontal stroke.

DIRECCIÓN EJECUTIVA DE
ASOCIACIONES POLÍTICAS

Voto en el Extranjero (credencialización, activación y
registro, promoción del voto)

ENERO
a JULIO



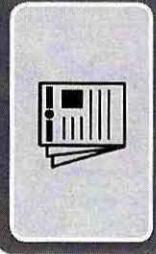
Campaña Voto Chilango (boletines, entrevistas,
redes sociales, micrositio, impresos, cobertura
informativa en giras, marketing digital,
inserciones, spots, promoción en envío de
remesas, etc.).



A handwritten signature in blue ink, consisting of a large, sweeping loop followed by a horizontal stroke and a short vertical stroke.

DIRECCIÓN EJECUTIVA DE
ASOCIACIONES POLÍTICAS
Candidaturas sin partido

MARZO
a ABRIL



Boletines de prensa (obtención de apoyo
ciudadano y registro).



A handwritten signature in blue ink, consisting of a series of loops and a long horizontal stroke.

DIRECCIÓN EJECUTIVA DE
ASOCIACIONES POLÍTICAS

Presentación de Plataformas Electorales



Campaña Voto Informado (redes sociales, inserciones, entrevistas con medios de comunicación, videos).



Convenio con la Facultad de Ciencias Políticas de la UNAM (Voto Informado y Observatorio Electoral).



Inserciones en medios de comunicación



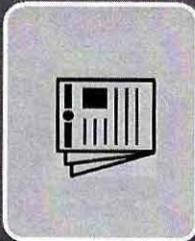
MARZO
a ABRIL

DIRECCIÓN EJECUTIVA DE
ASOCIACIONES POLÍTICAS
· Registro de candidatos

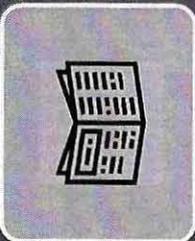
FEBRERO
a MARZO



Convocatoria a medios de comunicación.



Boletines de prensa.

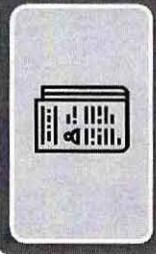


Inserciones en medios de comunicación.



DIRECCIÓN EJECUTIVA DE
ASOCIACIONES POLÍTICAS
Resoluciones y sanciones

MARZO
a JULIO



Boletines de prensa.

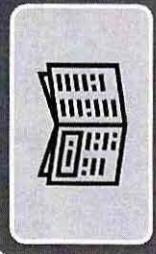


A handwritten signature in blue ink, appearing to be a stylized name.

8

DIRECCIÓN EJECUTIVA DE
ASOCIACIONES POLÍTICAS
Topes de gastos de campaña

**FEBRERO
a MARZO**

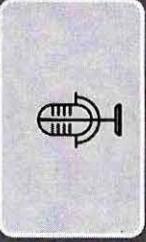
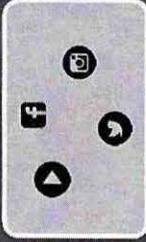
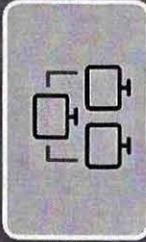


Inserciones en medios de comunicación.



A handwritten signature in blue ink, consisting of several loops and a long horizontal stroke.

DIRECCIÓN EJECUTIVA DE
ASOCIACIONES POLÍTICAS
Jornada electoral

-  Cobertura informativa.
-  Redes sociales.
-  Boletines de prensa.
-  Transmisión en línea (Sesión de Consejo General).

JULIO



DIRECCIÓN EJECUTIVA DE ORGANIZACIÓN ELECTORAL Y GEOESTADÍSTICA

Convenios

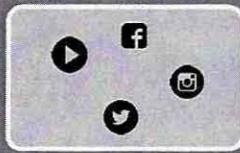
Fiscalía para Atención de Delitos Electorales PGJDF

Fepade

MARZO a JULIO



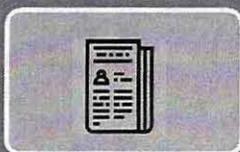
Campaña para prevenir, investigar y sancionar delitos electorales (compra y coacción del voto).



Redes sociales.



Inserciones en medios de comunicación.



Volantes y carteles.



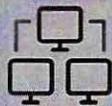
6

DIRECCIÓN EJECUTIVA DE ORGANIZACIÓN
ELECTORAL Y GEOESTADÍSTICA
Designación de consejeras y consejeros distritales

ENERO



Boletines de prensa.



Transmisión en línea de los Consejos Distritales
(grabación y transmisión en vivo).



DIRECCIÓN EJECUTIVA DE ORGANIZACIÓN
ELECTORAL Y GEOESTADÍSTICA
Instalación de consejos distritales

FEBRERO



Boletines de prensa.



Cartel digital "Conoce tu distrito" y difusión en redes sociales.

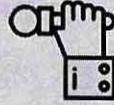


Video explicativo (entrevistas a las y los ciudadanos designados).

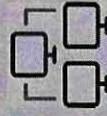


DIRECCIÓN EJECUTIVA DE ORGANIZACIÓN
ELECTORAL Y GEOESTADÍSTICA
Sesiones de Consejos Distritales

**FEBRERO
a JULIO**



Cobertura informativa.



Transmisión en línea de los Consejos Distritales
(grabación y transmisión en vivo).

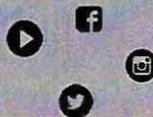


DIRECCIÓN EJECUTIVA DE ORGANIZACIÓN
ELECTORAL Y GEOESTADÍSTICA
Declaración de validez de la elección y entrega
de constancias de mayoría

JULIO



Boletines de prensa.



Redes sociales.



DIRECCIÓN EJECUTIVA DE ORGANIZACIÓN
ELECTORAL Y GEOESTADÍSTICA
Sobre Voto Postal (Voto Chilango)

MAYO
a JUNIO



Infografías.



Material promocional.



A handwritten signature or mark in blue ink, consisting of several overlapping loops and lines.

DIRECCIÓN EJECUTIVA DE ORGANIZACIÓN
ELECTORAL Y GEOESTADÍSTICA
Observadores electorales

ENERO
a JULIO



Entrevistas en medios de comunicación.



Inserciones.



Redes sociales.



Video.



Cobertura informativa.

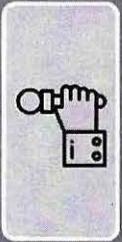
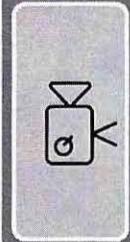
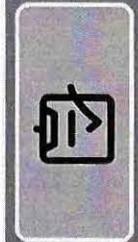


[Handwritten signature]

9

DIRECCIÓN EJECUTIVA DE ORGANIZACIÓN
ELECTORAL Y GEOESTADÍSTICA
Rehabilitación de materiales electorales

MARZO
a JUNIO

-  Cobertura informativa.
-  Video.
-  Redes sociales.
-  Reportajes especiales.
-  Entrevistas a medios.



DIRECCIÓN EJECUTIVA DE ORGANIZACIÓN
ELECTORAL Y GEOESTADÍSTICA
Impresión de boletas y materiales electorales
(traslado y resguardo)

JUNIO

-  Cobertura informativa.
-  Video.
-  Redes sociales.
-  Reportajes especiales.
-  Entrevistas a medios.
-  Referencia a medidas o códigos de seguridad.



Q

DIRECCIÓN EJECUTIVA DE ORGANIZACIÓN
ELECTORAL Y GEOESTADÍSTICA

Impresión de boletas electorales (traslado al extranjero)

MARZO
a ABRIL

-  Cobertura informativa.
-  Video.
-  Redes sociales.
-  Reportajes especiales.
-  Entrevistas a medios.
-  Referencia a medidas o códigos de seguridad.



[Handwritten signature]

DIRECCIÓN EJECUTIVA DE ORGANIZACIÓN
ELECTORAL Y GEOESTADÍSTICA

Materiales electorales para personas con discapacidad

JUNIO



Infografía con línea gráfica de cartel para la distribución en las vías públicas.



Simulacros con organismos e instituciones del sector.



Reportajes especiales.



Redes sociales.



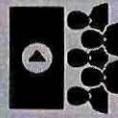
[Handwritten signature]

DIRECCIÓN EJECUTIVA DE ORGANIZACIÓN
ELECTORAL Y GEOESTADÍSTICA
Casilla única

JUNIO
a JULIO



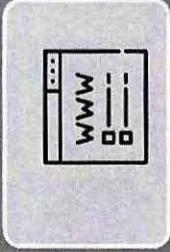
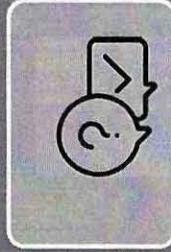
Infografías.



Video explicativo.



DIRECCIÓN EJECUTIVA DE ORGANIZACIÓN
ELECTORAL Y GEOESTADÍSTICA
Ubicación de casillas

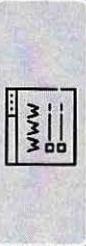
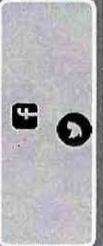
| | |
|--|---|
|  | Sistema de Ubicación de casillas (sitio web). |
|  | Difusión a las acciones de acompañamiento que realicen los distritos electorales. |

MARZO



DIRECCIÓN EJECUTIVA DE ORGANIZACIÓN
ELECTORAL Y GEOESTADÍSTICA
Ubicación de casillas

JUNIO
a JULIO

-  Sistema de Ubicación de casillas (sitio web).
-  Inserciones.
-  Redes sociales.
-  CITIECM.
-  Google maps.
-  Campaña informativa.



DIRECCIÓN EJECUTIVA DE ORGANIZACIÓN
ELECTORAL Y GEOESTADÍSTICA

Cómo votar (tipos de boleta, anulación y validación de voto)

JUNIO
a JULIO



Infografías para sitio web y redes sociales.



Entrevistas e Inserciones.



Video explicativo y materiales de difusión para entregar a los comités ciudadanos.



A handwritten signature in blue ink, consisting of a large, fluid, cursive letter 'R'.

DIRECCIÓN EJECUTIVA DE ORGANIZACIÓN
ELECTORAL Y GEOESTADÍSTICA
Cómo votar (voto nulo)

JUNIO
a JULIO



Folletería explicativa para la ciudadanía con los temas: candidaturas, cómo votar, etc.

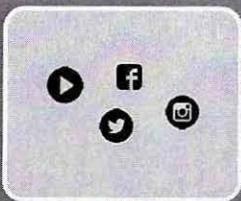


Material de difusión deberá ser entregado a los funcionarios de casilla.

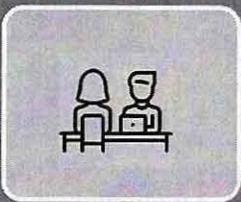


DIRECCIÓN EJECUTIVA DE ORGANIZACIÓN
ELECTORAL Y GEOESTADÍSTICA
Protocolo para garantizar el derecho a voto de comunidad
LGBTTTI

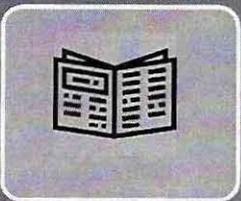
JUNIO
a JULIO



Redes sociales.



Entrevistas en medios.

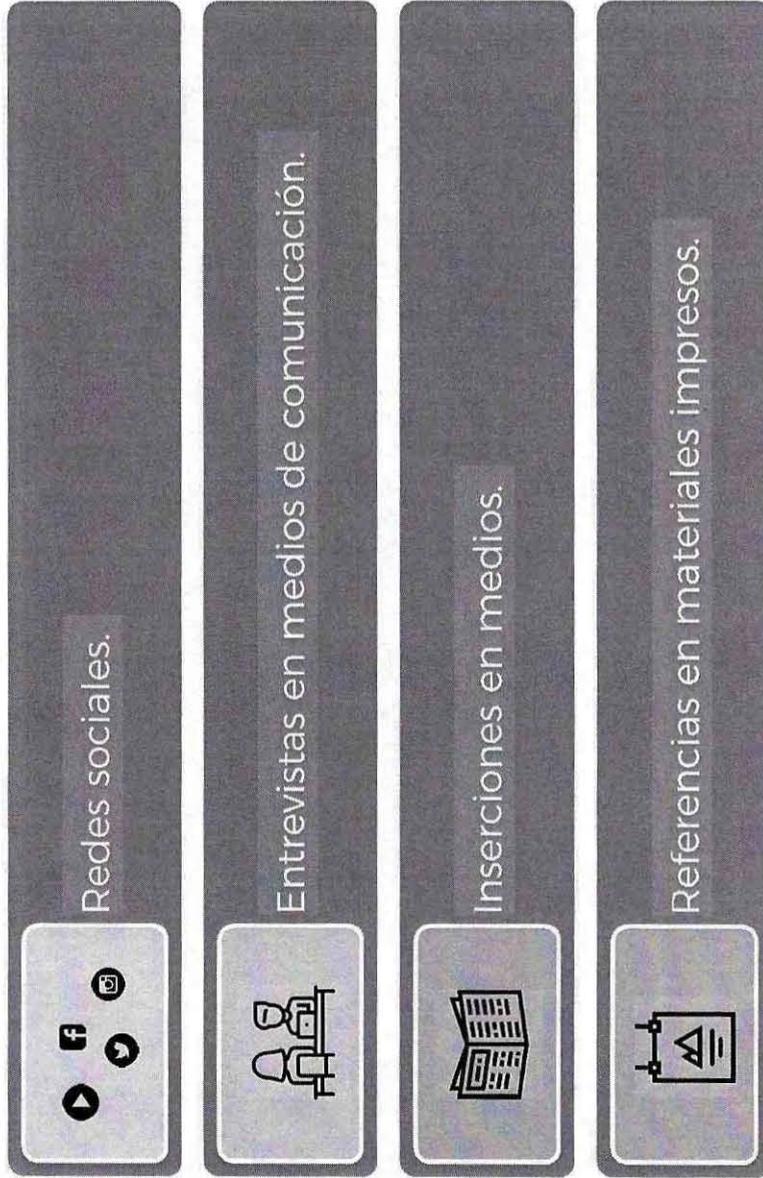


Difusión con inserciones.



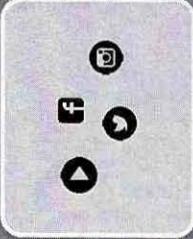
DIRECCIÓN EJECUTIVA DE ORGANIZACIÓN
ELECTORAL Y GEOESTADÍSTICA
CITIECM

JUNIO
a JULIO

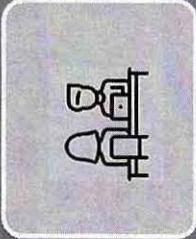


DIRECCIÓN EJECUTIVA DE ORGANIZACIÓN ELECTORAL Y GEOESTADÍSTICA

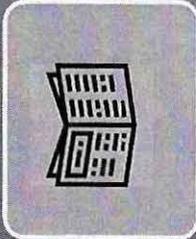
Conteos rápidos y cómputo de resultados



SIJE (Sistema de seguimiento a la jornada electoral).



Conteos rápidos.

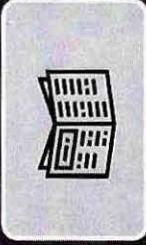
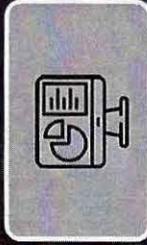
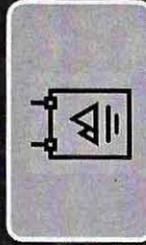


Cómputo de resultados.

JULIO



DIRECCIÓN EJECUTIVA DE EDUCACIÓN CÍVICA Y CONSTRUCCIÓN DE
CIUDADANÍA
Observatorio infantil

-  Inserciones en medios.
-  Entrevistas en medios de comunicación.
-  Micrositio de internet.
-  Carteles y folletería.

JUNIO
a JULIO



9

DIRECCIÓN EJECUTIVA DE EDUCACIÓN CÍVICA Y
CONSTRUCCIÓN DE CIUDADANÍA
Consulta infantil y juvenil

JUNIO
a JULIO

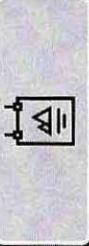
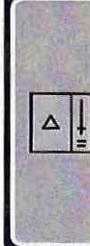
| | |
|---|-------------------------|
|  | Entrevistas. |
|  | Inserciones. |
|  | Micrositio de internet. |
|  | Spots. |
|  | Carteles. |
|  | Folletería. |



DIRECCIÓN EJECUTIVA DE EDUCACIÓN CÍVICA Y
CONSTRUCCIÓN DE CIUDADANÍA

Nuevos cargos a elegir

ENERO
a JULIO

-  Material impreso.
-  Entrevistas.
-  Redes sociales.
-  Spots.
-  Infografías.
-  Videos.



[Handwritten signature]

Q

DIRECCIÓN EJECUTIVA DE EDUCACIÓN CÍVICA Y
CONSTRUCCIÓN DE CIUDADANÍA

Entrega de invitaciones a jóvenes a participar en la
elección

JUNIO



Campaña informativa.



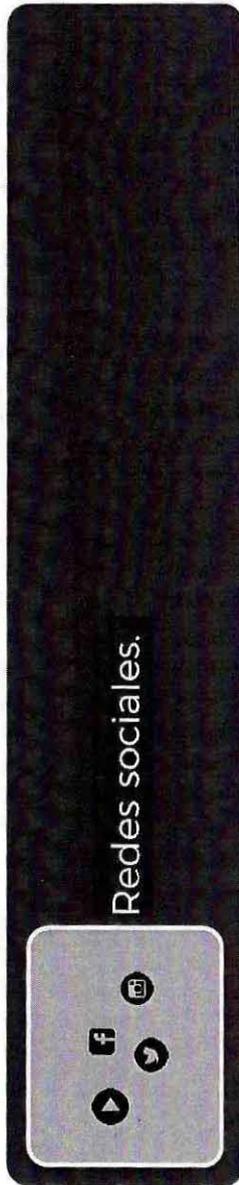
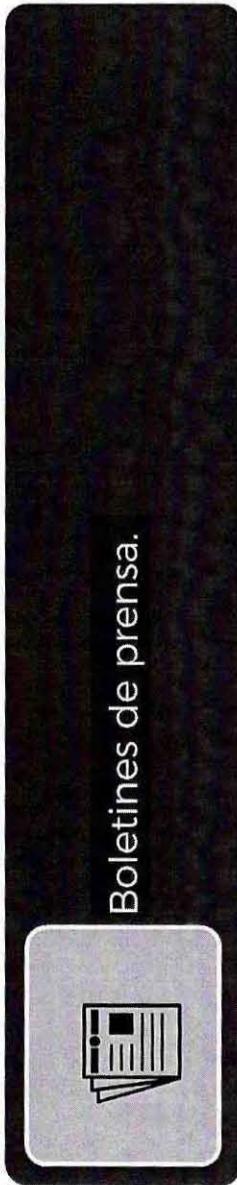
Redes sociales.



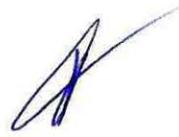
[Handwritten signature]

DIRECCIÓN EJECUTIVA DE EDUCACIÓN CÍVICA Y
CONSTRUCCIÓN DE CIUDADANÍA

Réplicas de procesos electorales en escuelas secundarias



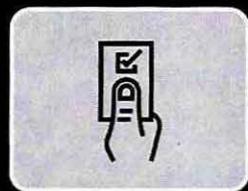
ENERO
a JULIO



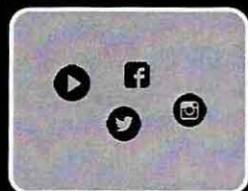
DIRECCIÓN EJECUTIVA DE PARTICIPACIÓN CIUDADANA Y
CAPACITACIÓN

Entrega de invitaciones a jóvenes a participar en su
primera elección

JUNIO



Campaña informativa.



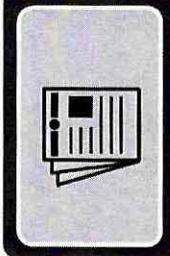
Redes sociales.



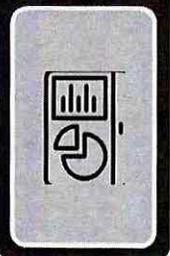
[Handwritten signature]

UNIDAD TÉCNICA DE SERVICIOS INFORMÁTICOS
Conteos rápidos (alcaldías y diputaciones)

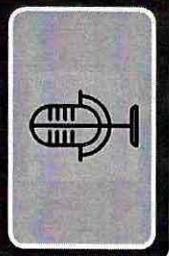
JUNIO
a JULIO



Boletines de prensa y conferencia de prensa.



Infografías.



Invitación a cobertura exclusiva a algún medio.

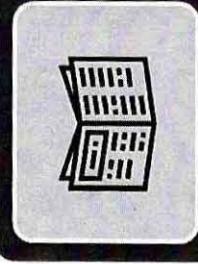


Redes sociales.

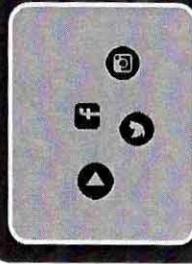


UNIDAD TÉCNICA DE SERVICIOS INFORMÁTICOS
Convocatoria para la selección de Técnicos Operativos PREP

MAYO



Inserciones.

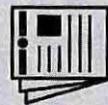


Redes sociales.



UNIDAD TÉCNICA DE SERVICIOS INFORMÁTICOS
PREP

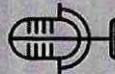
JUNIO
a JULIO



Boletines de prensa y conferencia de prensa.



Infografías.



Invitación a cobertura exclusiva a algún medio.



Redes sociales.

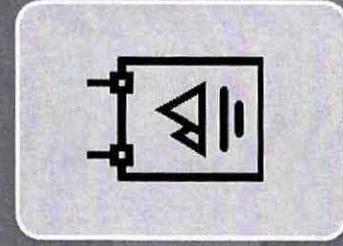


[Handwritten signature]

UNIDAD TÉCNICA DE ARCHIVO LOGÍSTICA Y APOYO A ÓRGANOS
DESCONCENTRADOS

Actualización del padrón electoral

**ENERO
a FEBRERO**



Difundir y colocar en oficinas distritales los carteles promocionales sobre las campañas de actualización del Padrón Electoral, así como a proporcionar orientación a las y los ciudadanos que acudan a las oficinas distritales para la tramitación de su Credencial para Votar con Fotografía.



UNIDAD TÉCNICA DE ARCHIVO LOGÍSTICA Y APOYO A ÓRGANOS
DESCONCENTRADOS

Jornada electoral (instalación de casillas, recepción de paquetes y cómputo)

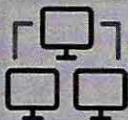
JULIO



Cobertura informativa.



Boletines de prensa.



Transmisión en línea (sesión de consejos
distritales).

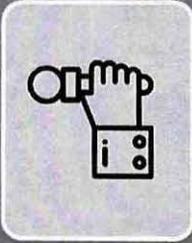


Redes sociales.

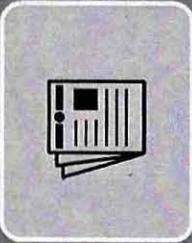


[Handwritten signature]

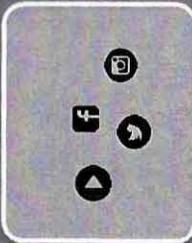
UNIDAD TÉCNICA DE ARCHIVO LOGÍSTICA Y APOYO A ÓRGANOS
DESCONCENTRADOS
Cómputos distritales



Cobertura informativa.



Boletines de prensa.



Redes sociales.

JULIO



UNIDAD TÉCNICA DE VINCULACIÓN CON
ORGANISMOS EXTERNOS

Plan de difusión para prevenir y atender la violencia política de género

MARZO
a JULIO



Plan de difusión conjunto.



UNIDAD TÉCNICA DE VINCULACIÓN CON
ORGANISMOS EXTERNOS
Red de observación del IECM

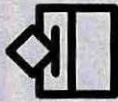
-  Boletines de prensa.
-  Cobertura de eventos.
-  Entrevista e inserciones.
-  Cápsulas de video.
-  Micrositio.
-  Redes sociales.

ENERO
a JULIO



UNIDAD TÉCNICA DE VINCULACIÓN CON ORGANISMOS EXTERNOS

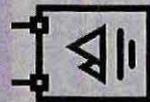
Promoción del voto a través de organizaciones ciudadanas



Definición de los mecanismos para formalizar la colaboración con las organizaciones ciudadanas y realizar las acciones que motiven la participación ciudadana y el ejercicio del voto libre y razonado en el marco de los procesos electorales.



Asesoría, orientación e información disponible a las organizaciones ciudadanas que busquen ser promotoras de la participación ciudadana respecto al cumplimiento de las disposiciones legales establecidas en "LA LGIPE" de "EL REGLAMENTO".



Intercambio de materiales impresos y/o materiales didácticos.



UNIDAD TÉCNICA ESPECIALIZADA DE FISCALIZACIÓN
Solicitudes de apoyo al IECM

MAYO



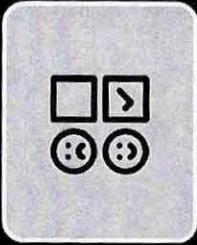
Apoyo y colaboración a la Comisión de
Fiscalización y a "LA UTF" de "EL INE"
(monitoreo y visitas de verificación).



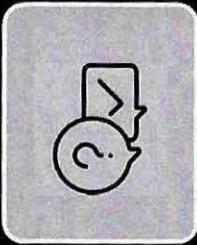
A handwritten signature in blue ink, consisting of a stylized, cursive-like mark.

ACCIONES CONJUNTAS CON EL INE

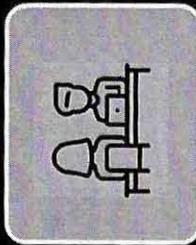
Sorteo para designar a capacitadores electorales



Acompañamiento informativo.



Campaña conjunta en redes sociales y sitio web.

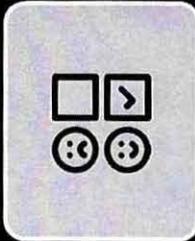


Entrevistas.

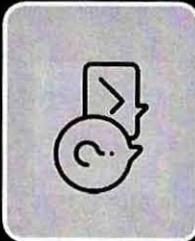
MAYO



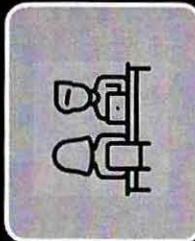
ACCIONES CONJUNTAS CON EL INE
Designación de funcionarios de casilla



Acompañamiento informativo.



Campaña conjunta en redes sociales y sitio web.



Entrevistas.

JUNIO

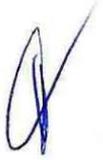


ACCIONES CONJUNTAS CON EL INE
Promoción de la participación ciudadana

FEBRERO
a **JULIO**



Diseño de desarrollo de plan de trabajo
conjunto con DEECyCC y UTCsyD.



| Enero | Febrero | Marzo | Abril | Mayo | Junio | Julio |
|---|--|--|--|---|--|---|
| <p>Designación de consejeras y consejeros distritales</p> <p>Actualización del Padrón Electoral</p> | <p>Instalación de consejos distritales</p> | <p>Oficialía Electoral</p> <p>Monitoreo de Encuestas</p> | <p>Debates</p> <p>Convenio de Notarios (Fé pública)</p> <p>Convocatoria para la selección de Técnicos Operativos PREP</p> <p>Convenios: - Fiscalía para Atención de Delitos Electorales PGJDF - FEPADE</p> | <p>Convenio de Notarios (Fé pública)</p> <p>Ciudad de México (Seguridad Pública, CS)</p> <p>Convenios: - Fiscalía para Atención de Delitos Electorales PGJDF - FEPADE</p> | <p>Jornada Electoral</p> <p>Delcaración de validez de la elección y entrega de constancias de mayoría</p> <p>Cómputos Distritales</p> | |
| <p>Presentación de candidatos</p> <p>Topes de gastos de campaña</p> | <p>Voto en el Extranjero (credencialización, activación y registro, promoción del voto)</p> <p>Observadores Electorales</p> <p>Nuevos cargos a elegir</p> <p>Réplicas de procesos electorales en escuelas secundarias</p> <p>Campaña de Difusión</p> <p>Red de Observadores del IECM</p> <p>Sesiones de consejos distritales</p> <p>Promoción de la participación ciudadana</p> <p>Resoluciones y sanciones</p> <p>Plan de difusión para prevenir y atender la violencia política de género</p> <p>Promoción del voto, a través de organizaciones ciudadanas</p> <p>Rehabilitación de materiales electorales</p> <p>Monitores de espacios noticiosos (tratamiento informativo en campañas)</p> | <p>Presentación de Plataformas Electorales</p> | <p>Sorteo para designar a capacitadores electorales</p> <p>Solicitudes de apoyo al IECM</p> | <p>Sobre Voto Postal (voto chilango)</p> <p>Casilla Única</p> <p>Ubicación de Casillas</p> <p>Cómo votar (tipos de boleta, anulación y validación de voto)</p> <p>Protocolo para garantizar el derecho a voto de comunidad LGBTTTI</p> <p>CITIECM</p> <p>Observatorio Infantil</p> <p>Consulta Infantil y Juvenil</p> <p>Difusores externos PREP (medios de comunicación)</p> <p>Conteos rápidos (alcaldías y diputaciones)</p> <p>PREAP</p> <p>Impresión de boletas y materiales electorales (traslado y resguardo)</p> <p>Materiales electorales para personas con discapacidad</p> <p>Entrega de invitaciones a jóvenes a participar en la elección</p> <p>Designación de funcionarios de casilla</p> <p>Entrega de invitaciones a jóvenes a participar en su primera elección</p> | <p>Impresión de boletas y materiales electorales (traslado y resguardo)</p> <p>Materiales electorales para personas con discapacidad</p> <p>Entrega de invitaciones a jóvenes a participar en la elección</p> <p>Designación de funcionarios de casilla</p> <p>Entrega de invitaciones a jóvenes a participar en su primera elección</p> | <p>Jornada Electoral (instalación de casilla, recepción de paquete y cómputo)</p> |



[Handwritten signature]

GRACIAS

UNIDAD TÉCNICA DE
COMUNICACIÓN SOCIAL Y DIFUSIÓN

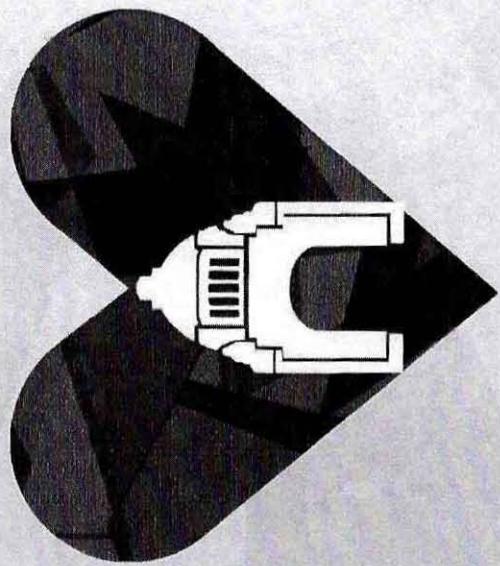


ANEXO

NO. 4

9

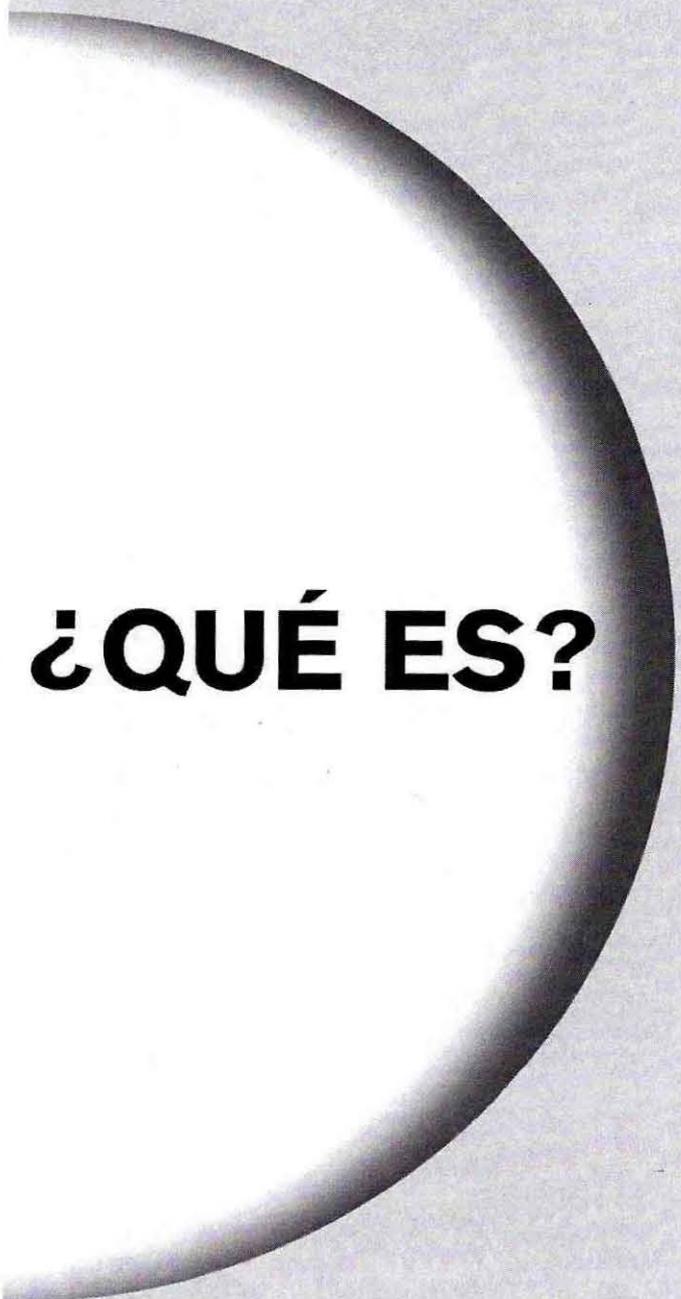
OK



VOTO CHILANGO

0

A handwritten signature or mark in blue ink, located in the bottom right corner of the page.



¿QUÉ ES?

Es un programa de difusión que tiene como misión **dar a conocer a las y a los ciudadanos de la Ciudad de México residentes en el extranjero el derecho que tienen para participar en el proceso electoral de 2018** mediante el cual se renovará la Jefatura de Gobierno.

Mediante las plataformas digitales de **#VotoChilango** (desplegadas a través de Internet), el IECM proporciona y acerca la información necesaria para facilitar la emisión de un sufragio libre e informado, en apego con la normatividad electoral y a los lineamientos emitidos por el Instituto Nacional Electoral, como parte del nuevo Sistema Nacional de Elecciones.



COBRANZA CHALLENGE

6

Es una campaña de difusión que busca **motivar a las y a los chilangos que residen en el extranjero a participar en la próxima elección de Jefa o Jefe de Gobierno de la Ciudad de México.**





Con ésta propuesta queremos representar la diversidad que existe en la Comunidad Chilanga y, con ello, **promover el voto no como una obligación moral o como un hecho político, si no como un acto positivo, con un propósito solidario y emotivo.**

Una de las maneras en que **Corazón Chilango** representará la diversidad de esta comunidad, es mostrando una serie de frases que hacen referencia a situaciones cotidianas que nos recuerdan **cómo es la vida en la Ciudad de México, y así, apelar a los sentimientos de nostalgia e identidad.**



NUESTRA ESTRATEGIA





TIENES CORAZÓN CHILANGO

Si te late celebrar en
el ángel

Si sabes usar **chido,
chale y chole**

Si sabes que **no
todas las quesadillas
llevan queso**

Si sabes que **Cielito
Lindo** está en un solo
lugar

Si el mal de amores
se cura **en Garibaldi**

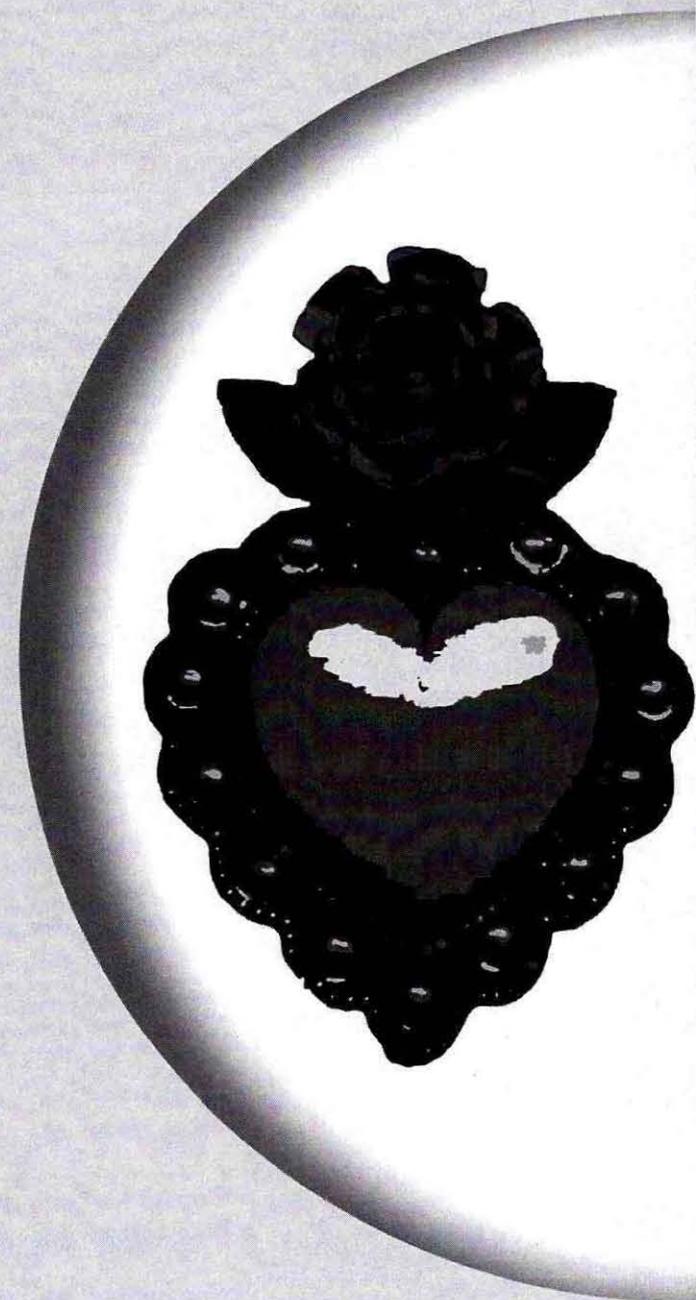
Si sabes que un buen
**pastor lleva salsa y
piña**

Si sabes que **la
guajolota es-tá mal**

Si le pones **mucha
crema a los tacos**



Las imágenes serán motivos representativos de la cultura chilanga. Harán alusión a las frases de la campaña y serán la clave para hacer **el llamado a los ciudadanos a votar.**

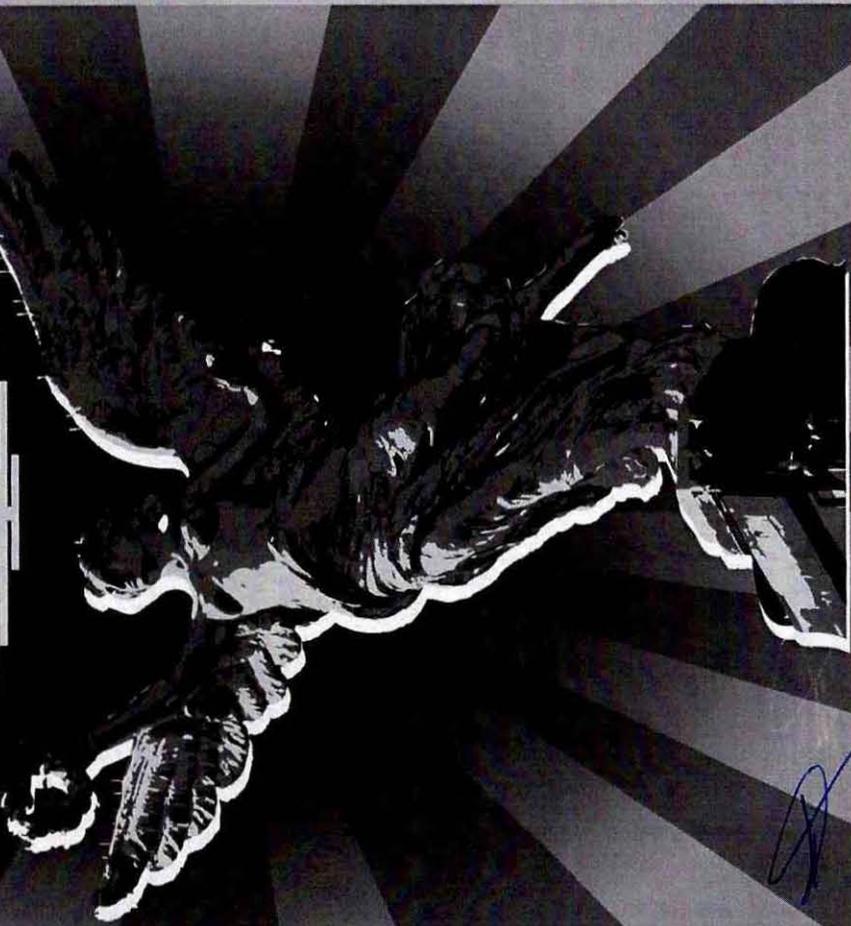


[Handwritten signature]

2

Si te late celebrar en el ángel, tienes

**COARAZÓN
CHILLANGO**



Si el mal de amores se cura en Garibaldi, tienes



**COARAZÓN
CHILLANGO**

9

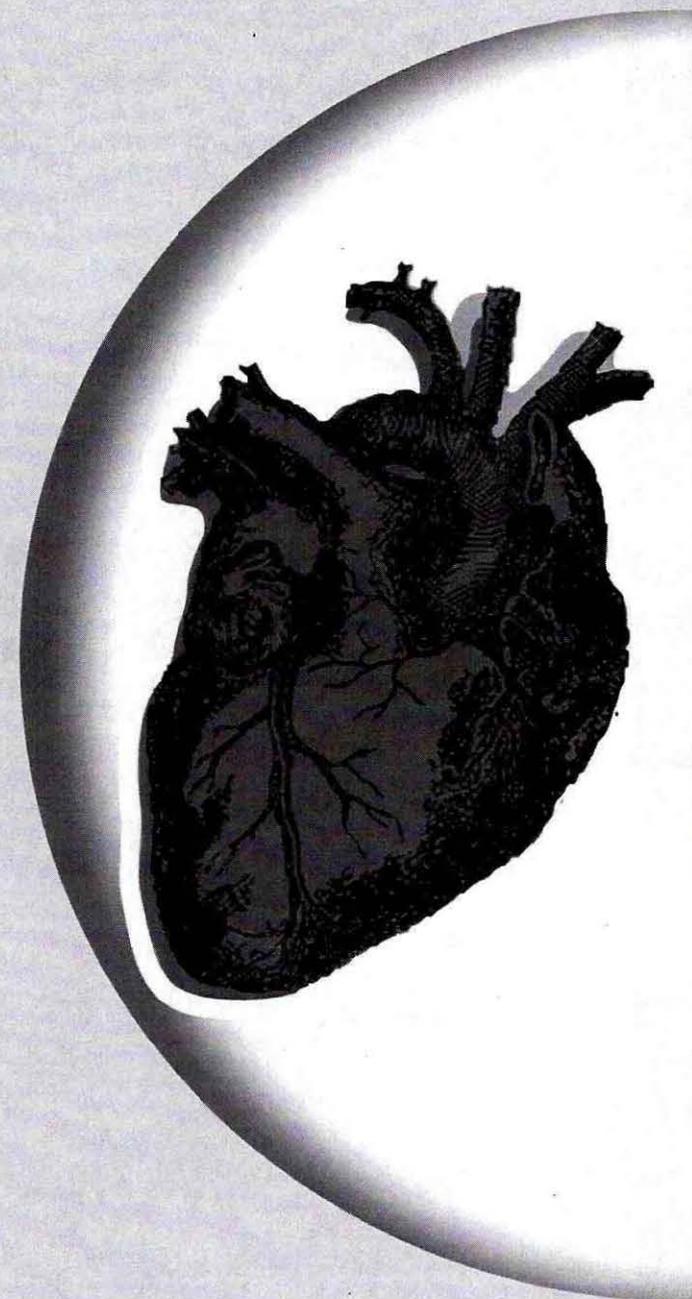


EL SLOGAN

Identificarnos con estas imágenes son la prueba de que tenemos un **Corazón Chilango**, porque tenemos una historia, y es por el afecto que sentimos hacia ese recuerdo que **debemos salir y participar.**



Porque aún a la distancia reconoces tus **raíces**, porque contemplaste sus **monumentos** y disfrutaste su **comida**; porque te distingues por el **acento** y cantaste sus **canciones**. Y es por **la identidad, el orgullo, la hermandad y el amor** que hacemos este llamado:



A blue handwritten signature or mark.

**SAL Y VOTA POR LA
CIUDAD QUE AMAS**



0



EL ESTILO

Las imágenes tendrán un estilo Kitsch-Old School que nos ayudará a evitar la limitación en la gama de color, ya que de ésta manera tendremos la libertad de generar gráficos que puedan representar la diversidad de elementos icónicos en la Ciudad de México.

APLICACIONES



0-

Llamados de Acción

Si no te rajas en una traja, tienes



CREDENCIALÍZATE

Del 1° de septiembre de 2017 al 31 de marzo de 2018 en tu consulado más cercano. El trámite es totalmente gratis.

 www.votochilango.mx 

Si sientes que Cielito Lindo está en un solo lugar, tienes



REGÍSTRATE

Del 1° de septiembre de 2017 al 31 de marzo de 2018. Indica que quieres hacerlo desde el extranjero a través del Sistema de Registro para el voto desde el extranjero en www.votoextranjero.mx

 www.votochilango.mx 

Si el mal de amores se cura en Garibaldi, tienes



¡VOTA!

Recibe tus boletas por paquetería, márcalas para elegir la próxima Jefatura de Gobierno de la Ciudad de México y reenvía tu paquete de vuelta a México antes del 29 de junio de 2018 para que tu voto sea tomado en cuenta.

 www.votochilango.mx 

Si te late celebrar en el ángel, tienes

CORAZÓN CHILANGO



Credencialízate

Regístrate para Votar

¡VOTA!



[Handwritten signature]

[Handwritten signature]

6

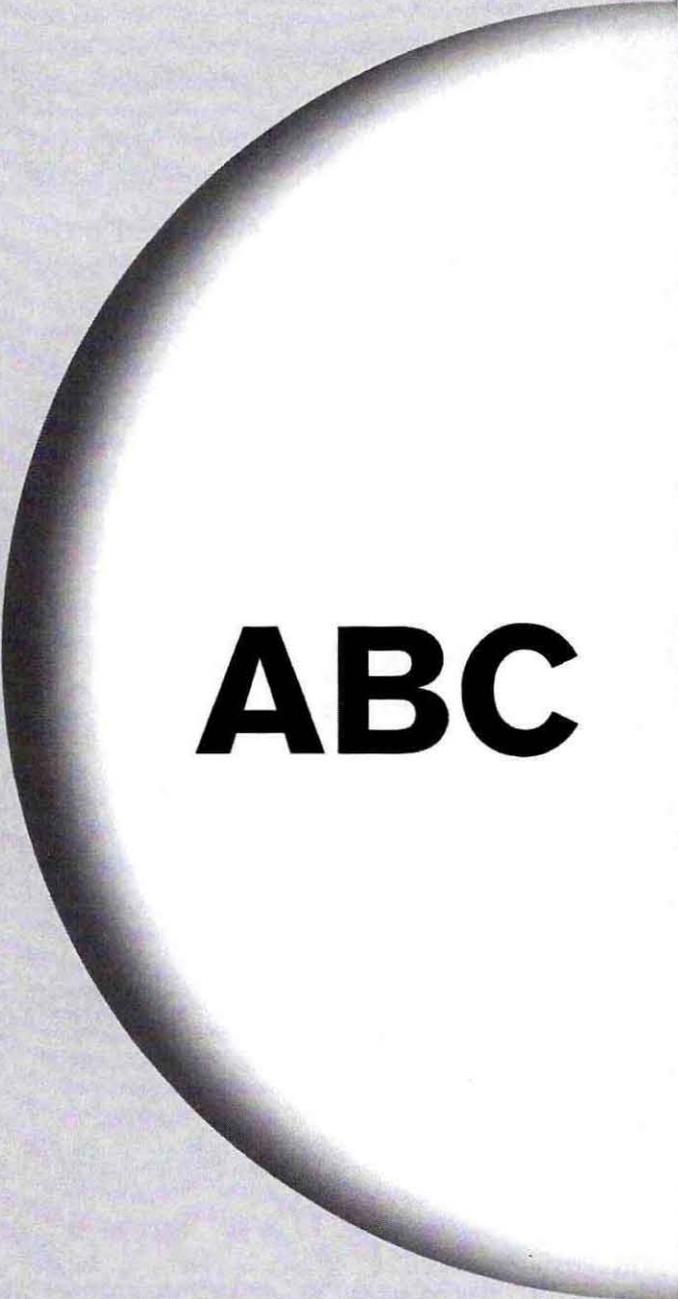
COBRANZÓN CHALLENGE

VIDEO

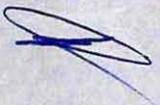


ABC

Para votar por la Jefatura
de Gobierno de la Ciudad
de México en 2018



ABC



INFOGRAFÍAS

1) Credencialízate (es gratis)

Del 1° de septiembre de 2017 al 31 de marzo de 2018

1

Programa tu cita a través del Sistema de la Secretaría de Relaciones Exteriores y acude al consulado más cercano.

SRE
CITAS



*En Estados Unidos y Canadá, llama a Mexitel al 1-877-639-4835, o a través de su Sistema en línea.

2

Ya en tu cita:

Entrega en original y en buen estado:

REQUISITOS

- ✓ Acta De Nacimiento
- ✓ Comprobante de Domicilio
- ✓ Identificación con Fotografía (Carné así sea documento del extranjero)

Llena el formato con tus datos, para que capturen tus huellas, te tomen una fotografía y digitalicen tus documentos.

Revisa tus datos y firma la solicitud

3

Al término de tu cita: Te entregarán un comprobante con un número de folio. Consérvalo para recibir tu credencial y votar.

3) Regístrate

Del 1° de septiembre de 2017 al 31 de marzo de 2018

• Con tu credencial para votar vigente, regístrate para votar el 1 de julio de 2018.

Sistema de Registro



• Indica que quieres hacerlo desde el extranjero a través del Sistema de Registro para el voto desde el extranjero.

Recuerda que, al completar tu registro, manifiestas tu intención de votar desde el extranjero en las elecciones del 1 de julio de 2018.

2) Recíbela

En un periodo de tres a cinco semanas, recibirás tu credencial por mensajería en tu domicilio y debes identificarte para que te la entreguen.



Sistema de Consulta



Verifica el avance de tu trámite en el Sistema de Consulta. O llama sin costo, desde EUA al 01 (866) 966 8306 y por cobrar, desde otros países al +52 (56) 5481 9897.

OJO:

Se harán tres intentos de entrega y si no te localizan, tienes 30 días para recogerla en la oficina más cercana a tu domicilio (Servicio Ocuire). Si no vas por ella, la regresarán a México y deberás solicitarla nuevamente en el Sistema de Consulta. Confirma que la recibiste para evitar un mal uso de ella.

4) ¡VOTA!

1

Recibe tu paquete, que contiene:

- Boletas Electorales
- Instructivo para votar via postal
- Instructivo para el envío del voto
- Sobre Postal Voto
- Información sobre las plataformas políticas electorales y/o propuestas de candidatos, partidos políticos y coaliciones.



2

Marca tus boletas para elegir Presidente de la República, Senadores y Jefe de Gobierno.



3

Envía tu voto para que llegue a México antes de las 8:00 hrs del 30 de junio de 2018 y sea tomado en cuenta.





IMÁGENES

9

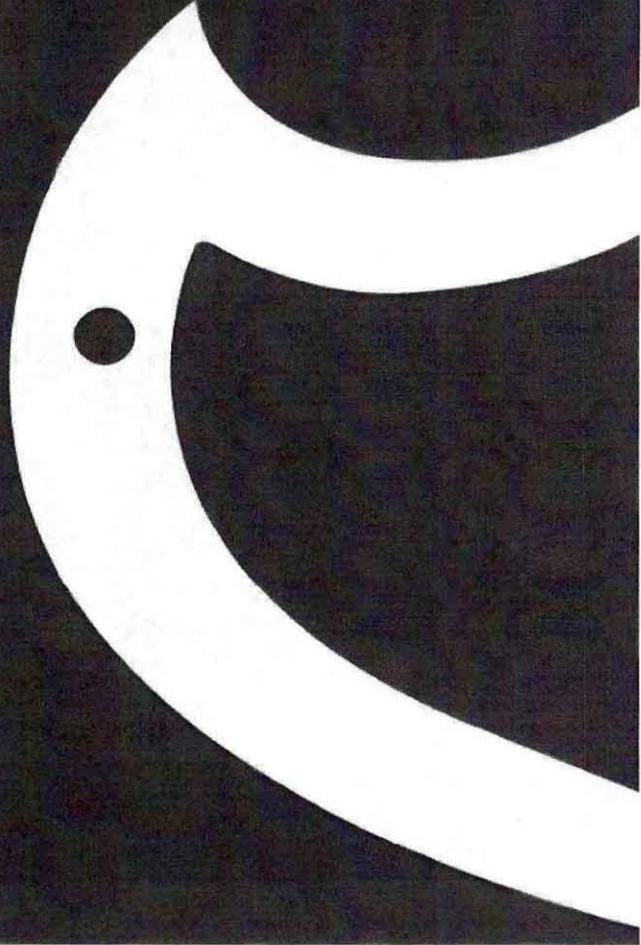
[Handwritten signature]

ANEXO
N.º 5

UNIDAD TÉCNICA DE
COMUNICACIÓN SOCIAL Y DIFUSIÓN

Campaña para el Presupuesto Participativo 2019

ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN Y DIFUSIÓN



9

PRESENTACIÓN

El impulso y promoción de una cultura de participación ciudadana en la vida pública constituye uno de los fines de la democracia electoral en la Ciudad de México y una de las Políticas Generales del Instituto.



PRESENTACIÓN

En la Ciudad de México existe el presupuesto participativo que es un mecanismo de democracia participativa en la gestión pública, que tiene como objetivo central generar procesos e instancias de participación ciudadana en el establecimiento de prioridades presupuestarias.



A handwritten signature in blue ink, located in the bottom left corner of the page.

A small, handwritten mark or signature in blue ink, located in the bottom right corner of the page.

PRESENTACIÓN

En tal razón, el IECM desarrollará en los próximos meses un plan institucional integral para impulsar y promover la participación ciudadana de cara a la celebración de la Consulta Ciudadana, que tome en cuenta los trabajos previos aprobados y ejecutados por los diversos órganos de dirección, ejecutivos y técnicos del Instituto, con particular atención a las determinaciones establecidas y adoptadas por la Comisión Permanente de Participación Ciudadana.



A handwritten signature in blue ink, consisting of a stylized, cursive letter 'R' or similar character.

A handwritten number '9' in blue ink, located in the bottom right corner of the page.

OBJETIVOS

Diseñar una campaña institucional de difusión atractiva para que sectores específicos de la población de la Ciudad de México (jóvenes, mujeres, adultos mayores, etc.) registren proyectos de calidad, y que en el desarrollo de la consulta ciudadana de este año éstos reciban en cada colonia y pueblo un porcentaje de votos superior al registrado en las consultas previas.



PÚBLICO OBJETIVO

Considerando que la población de la Ciudad de México es disímbola, los mensajes contenidos en los diferentes productos irán dirigidos al público general, mayor a 18 años con credencial para votar con domicilio en la capital.

Un rasgo particular del público al que habrán de dirigirse los mensajes son amas de casa, jefas y jefes de familia, padres jóvenes y estudiantes que recorren su colonia o pueblo, que interactúan y se organizan con sus vecinos; que viven, disfrutan y se preocupan por su colonia.



A handwritten signature in blue ink, appearing to be a stylized name, is located in the bottom left corner of the page.

ETAPAS

El diseño y desarrollo de esta estrategia contempla tres etapas comunicativas considerando la forma en que los ciudadanos participan de manera directa y en los que el IECM tiene injerencia absoluta:



A handwritten signature in blue ink, appearing to be a stylized 'R' or similar character.

A handwritten signature in blue ink, appearing to be a stylized 'S' or similar character.



ETAPA 1

REGISTRO
DE
PROYECTOS

- **Propósito:** Fomentar la participación de las y los habitantes en la Consulta, mediante el registro de proyectos específicos de calidad que consideren prioritarios para su comunidad.

ETAPA 2

PROMOCIÓN
Y DIFUSIÓN

- **Propósito:** Orientar e informar a la ciudadanía cuyos proyectos fueron dictaminados viables, para promoverlos y difundirlos entre sus vecinos y las colonias participantes.





ETAPA 3

EMISIÓN DE OPINIÓN

- **Propósito:** Incrementar la participación de las diversas colonias y pueblos de la Ciudad de México, con respecto al año pasado, mediante la elección de las obras o servicios que consideren prioritarios para su comunidad, a través de las modalidades de internet o presencial en Mesas Receptoras de Opinión.
- De lo anterior, se desprenden actividades y temas importantes a comunicar como los requisitos para la presentación de proyectos, además de las determinaciones de la propia Comisión de Participación Ciudadana que aún están por definirse, la explicación del mecanismo de emisión de opinión por internet (procedimiento), listado de ubicación Mesas Receptoras de Opinión, entre otros.



R

9

CANALES DE DIFUSIÓN

- Medios de comunicación (boletines, gestión de entrevistas y organización de conferencias de prensa).
- Elaboración de spots para radio y televisión.
- Realización de banners para colocar en sitios aliados.
- Perifoneo en las colonias y pueblos.
- Diseño y producción de dos números de Verbo Elegir.
- Colocación de carteles y lonas en sitios de mayor afluencia y unidades de transporte público.
- Artículos promocionales utilitarios para su distribución en las jornadas de sensibilización, activaciones y ferias de la Consulta Ciudadana.
- Cápsulas en redes sociales para dar a conocer proyectos exitosos en diferentes colonias y pueblos.
- Realización de cuatro o más Ferias de Participación.
- Colocación de espectaculares y bajo puentes alusivos a la campaña.
- Convenios de colaboración con autoridades coadyuvantes para apoyo en la difusión.



A handwritten signature in blue ink, appearing to be a stylized name or initials.

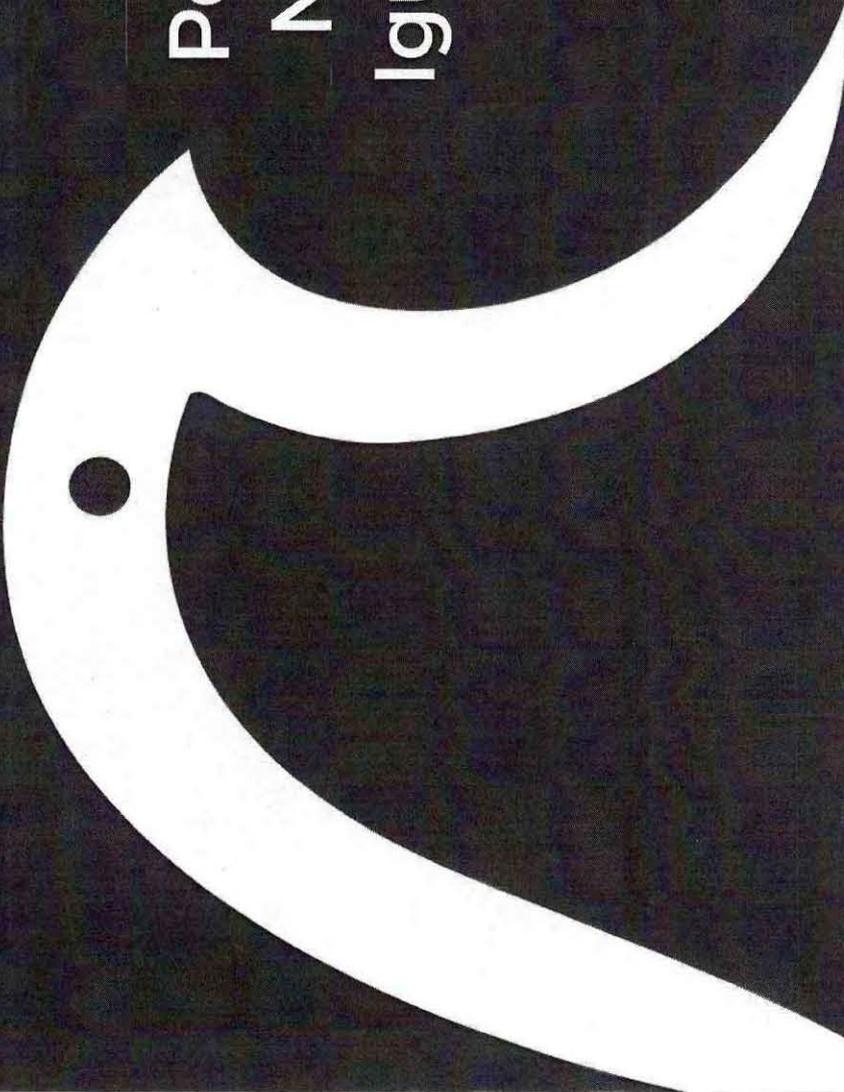
CALENDARIO DE ACTIVIDADES

- Las actividades se programarán en cuanto se tenga la Convocatoria con las fechas de la Consulta Ciudadana.



ANEXO

Nº. 6



**Campaña de la
Política de Calidad &
Norma Mexicana en
Igualdad laboral y no
Discriminación**

2018



El cambio empieza desde casa



[Handwritten signature]

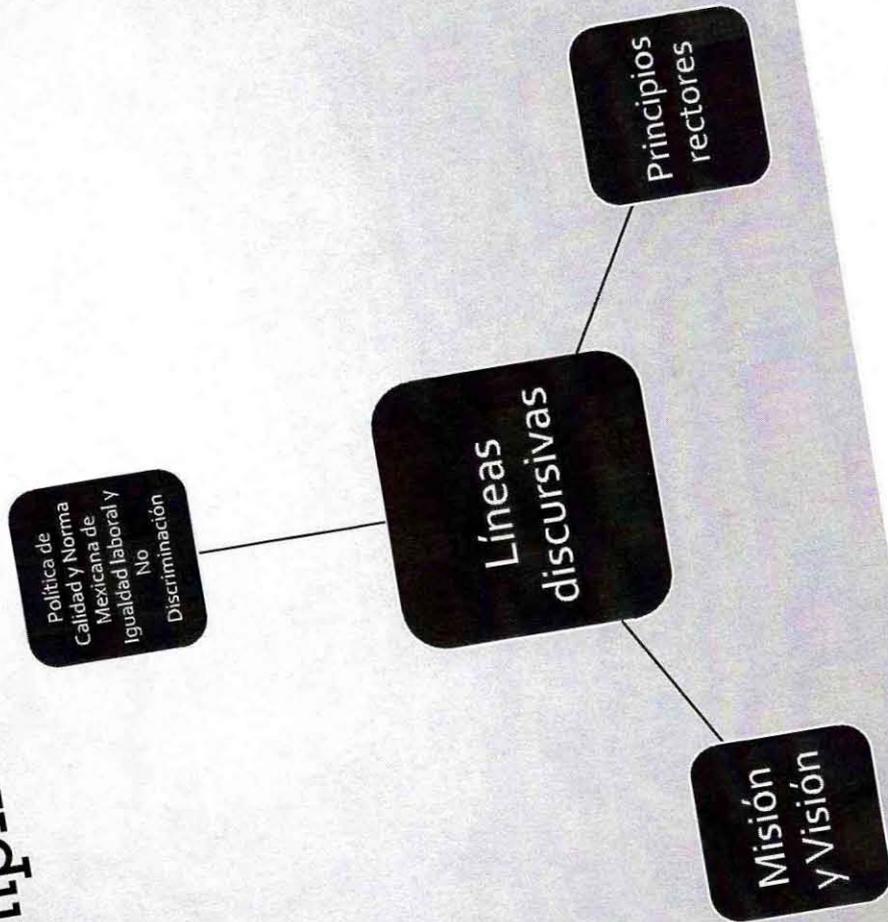
Objetivos

- Refrendar el compromiso de apropiación del **Sistema de Gestión de Calidad y la Norma Mexicana en Igualdad Laboral y No discriminación.**
- Generar, entre el personal del Instituto, la satisfacción de sentirse incluidos en todas las actividades de este organismo y difundir aspectos relevantes de la **Política de Calidad y sus objetivos, así como la Norma en Igualdad Laboral y No discriminación .**
- Establecer la idea de que una comunidad con valores se empieza a construir desde el lugar que la promueve: el Instituto.

[Handwritten signature]

[Handwritten mark]

Líneas discursivas para cumplir con los objetivos



[Handwritten signature]

Actividades

Pósters (Sede Central, 33 Sedes Distritales)

¿Cómo puede participar el personal?

Canales de comunicación internos

Activaciones

BTL con aspectos más relevantes del SGE y la Norma

Diagnóstico



[Handwritten signature]

SOMOS

La palabra **somos**, es la conjugación del verbo ser, a la cual se le atribuyen los siguientes significados:

Tener una **cualidad**



Somos personas que hacemos **bien** nuestro trabajo

Pertenecer o formar parte



Somos integrantes de un Instituto de prestigio

Estar **constituido** de algo



Todos **somos** uno y todos buscamos el mismo objetivo

Tener profesión, oficio o cargo



Somos expertos en nuestros puestos

Haber o **existir**

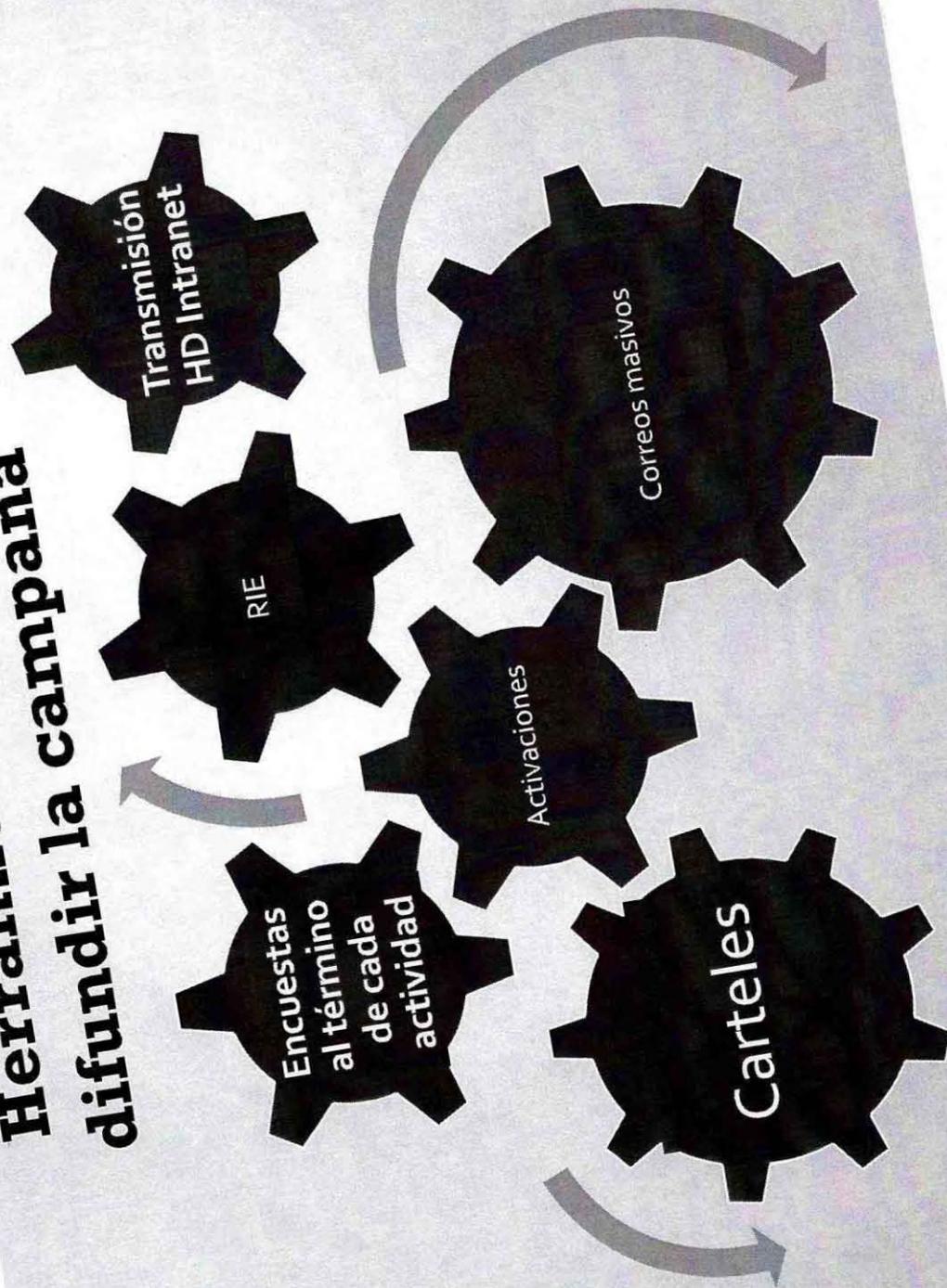


Somos personas que nos involucramos en nuestro entorno social

Se busca que a través de la Programación Neurolingüística el personal se adjudique estos mensajes.

9

Herramientas para difundir la campaña



Handwritten signature or mark.

NUESTRO SELLO



ACTIVACIONES BTL

- Reforzaremos las aplicaciones deterioradas
- Colocación de los logos ISO ELECTORAL y NORMA MEXICANA EN IGUALDAD LABORAL Y NO DISCRIMINACIÓN en lugares de mayor afluencia.
- Se realizará un BTL gigante con el Sello de Calidad
- Galería fotográfica en las rejas



A handwritten signature in blue ink, appearing to be a stylized name.

INTRANET



**ENTREVISTA CON
NORMA GUADALUPE GONZÁLEZ ALMAZÁN**

Testimonios en video al personal del IECM para que relaten cómo se identifican con la política de calidad en el desarrollo de sus actividades para la Red Institucional Electoral.



[Handwritten signature]

ETAPAS

1

Diseño de materiales

Segunda quincena de abril a la primera quincena de mayo

Implementación de un cuestionario diagnóstico para medir el nivel de apropiación del mensaje (Primera semana de mayo).

Diseño y elaboración de productos de difusión con infraestructura propia: impresos: pósters y volantes.

Digitales: sistema de telefonía, Correo Institucional, Circuito Cerrado de Televisión, protector de pantalla e Intranet.

Papelería institucional: oficios, circulares, síntesis, boletines de prensa.

Primera activación: Primera quincena de mayo.



[Handwritten signature]

ETAPAS

2

Producción de publicidad en formato libre

Segunda quincena de mayo a la segunda quincena de junio

Publicidad de formato libre: calcomanías en vinil, galería fotográfica.

3

Activaciones y evaluación de campaña

Segunda activación: Primera quincena de julio

Cuestionario de evaluación para medir el nivel de apropiación del mensaje (Tercera semana de julio).

Tercera activación: Segunda quincena de agosto

Cuestionario de evaluación para medir el nivel de apropiación del mensaje (Última semana de agosto)

Realizar informe con resultados de evaluación



[Handwritten signature]

[Handwritten mark]

- Al final de la campaña se preguntará al personal: **¿Qué somos?**
- El objetivo es la reflexión: ***el personal del IECM es calidad e igualdad***

SOMOS

CALIDAD

IGUALDAD

[Handwritten signature]

[Handwritten mark]