



Primera Sesión Extraordinaria

15 de enero de 2019

Acuerdo de la Junta Administrativa por el que se aprueba la Estrategia de Difusión Institucional 2019 del Instituto Electoral de la Ciudad de México.

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

- I. El 31 de enero de 2014, en uso de las facultades que le otorga la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos (Constitución Federal), el Presidente de la República promulgó la reforma constitucional en materia político-electoral, logrando una reestructuración y redistribución de funciones entre los Organismos Públicos Electorales de las entidades Federativas y el Instituto Nacional Electoral al homologar los estándares con los que se organizan los procesos electorales federales y locales, garantizando así la calidad en la democracia electoral, cuyo Decreto fue publicado en el Diario Oficial de la Federación (DOF) el 10 de febrero de 2014.
- II. El 23 de mayo de 2014, se publicaron en el DOF los correspondientes Decretos por los que se expidieron la Ley General de Partidos Políticos (Ley de Partidos) y la Ley General de Instituciones y Procedimientos Electorales (Ley General), así mismo, se reforman y adicionan diversas disposiciones de la Ley General del Sistema de Medios de Impugnación en material electoral, así como de la Ley Orgánica del Poder Judicial de la Federación y de la Ley Federal de Responsabilidades Administrativas de los Servidores Públicos.
- III. El 14 de agosto de 2015, la Junta, aprobó mediante Acuerdo JA076-15 los Lineamientos para el uso del lenguaje incluyente, no sexista y no discriminatorio (Lineamientos para el uso de lenguaje incluyente).
- IV. El 29 de enero de 2016, se publicó en el DOF el Decreto por el que se declararon reformadas y derogadas diversas disposiciones de la Constitución Federal; en materia política de la Ciudad de México, en cuyo artículo Décimo

Cuarto transitorio se previó que a partir de su entrada en vigor (al día siguiente de su publicación), todas las referencias que en la Constitución Federal y demás ordenamientos jurídicos que se hagan al Distrito Federal, deberán entenderse hechas a la Ciudad de México.

- V. El 23 de junio de 2016, la Junta aprobó el Acuerdo JA059-16, por el cual determinó someter a 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.
- VI. 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 Servicio Profesional Electoral Nacional y del Personal de la Rama Administrativa (Estatuto del SPEN).
- VII. El 14 de octubre de 2016, mediante acuerdos JA123-16 y JA124-16, fueron aprobados por la Junta, la Guía Técnica para la Elaboración de Documentos Internos (Guía Técnica), así como el Procedimiento de control de documentos y registros del Sistema de Gestión Electoral (Procedimiento de Control de Documentos), ambos del entonces Instituto Electoral del Distrito Federal.
- VIII. 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.
- IX. El 5 de febrero de 2017, se publicó la Constitución Política de la Ciudad de México (Constitución Local), cuyo artículo Transitorio Primero establece que la misma entraría en vigor el 17 de septiembre de 2018.
- X. 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.

- XI. El 4 de agosto de 2017, el Consejo General, aprobó mediante Acuerdos IECM/ACU-CG-016/2017 e IECM/ACU-CG-022/2017, respectivamente, el Reglamento Interior del Instituto Electoral de la Ciudad de México (Reglamento Interior), el Reglamento de Funcionamiento de la Junta Administrativa del Instituto Electoral de la Ciudad de México (Reglamento de la Junta), así como el Reglamento en Materia de Relaciones Laborales (Reglamento de Relaciones Laborales), en cumplimiento a lo establecido en el artículo décimo tercero transitorio del Código, el cual se publicó en la GOCDMX el 16 del mismo mes y año.
- XII. 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, en acatamiento a lo previsto en las nuevas disposiciones en materia electoral de la Constitución Local y del Código.
- XIII. El 31 de octubre de 2017 y el 30 de abril de 2018, como parte del Sistema de Gestión Electoral, mediante Acuerdos IECM-JA061-17 e IECM-JA051-18, la Junta aprobó la actualización de la Guía Técnica y el Procedimiento de Control de Documentos.
- XIV. El 31 de diciembre de 2018, se publicó en la Gaceta Oficial, el Decreto por el que se expide la Ley de Austeridad, Transparencia en Remuneraciones, Prestaciones y Ejercicio de Recursos de la Ciudad de México (Ley de Austeridad).
- XV. El 14 de enero de 2019, el Consejo General mediante acuerdo IECM/ACU-CG-

002/2019 actualizó las Normas de Racionalidad, Austeridad y Disciplina Presupuestal del Instituto Electoral de la Ciudad de México, para el ejercicio fiscal 2019.

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 en el ejercicio 2019, el Instituto Electoral habrá de desarrollar diversas actividades tendentes a cumplir con las atribuciones previstas en el marco normativo electoral, la organización de la Consulta Ciudadana de Presupuesto Participativo 2020, así como la elección de Comités Ciudadanos y Consejos de los Pueblos 2019.





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 tiene como Objetivo General formular, programar y ejecutar acciones de difusión y comunicación social que permitan difundir de manera eficaz y eficiente los programas, políticas y actividades del Instituto Electoral, así como promover la participación ciudadana libre e informada en los procedimientos de consulta ciudadana sobre Presupuesto Participativo 2019 y elección de comités Ciudadanos y Consejos de los Pueblos, fortaleciendo la confianza ciudadana en la institución.
10. Que la Estrategia de Difusión fue elaborada en apego a los principios rectores, las políticas, los programas, las líneas estratégicas, así como a los objetivos establecidos en el Plan General de Desarrollo vigente y crea un plan de trabajo que establece los plazos y mecanismos por realizar a fin de fortalecer una comunicación efectiva interna y externa ante los retos de 2019.
11. Que el Secretario Ejecutivo mediante oficio SECG-IECM/40/2019, remitió a la Junta la propuesta de Estrategia de Difusión Institucional 2019, para ser sometida a consideración de este órgano colegiado.

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

Acuerdo
IECM-JA010-19

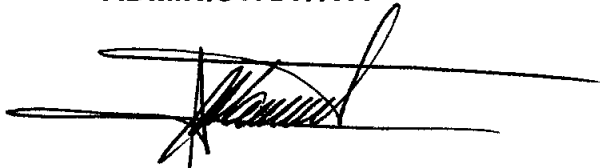
PRIMERO. Se aprueba la Estrategia de Difusión Institucional 2019 de conformidad con el documento anexo, el cual forma parte integral del presente Acuerdo.

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 en el ámbito de sus atribuciones publiquen el presente Acuerdo y su anexo, así mismo 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 de la Ciudad de México, en sesión pública del quince de enero de dos mil diecinueve, 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 2019

Unidad Técnica de Comunicación Social y Difusión

Titular: Mtro. Salvador G. Macías Payén

A handwritten mark or signature, possibly a stylized letter or symbol, located on the right side of the page.

A handwritten mark or signature, possibly a stylized letter or symbol, located at the bottom right of the page.

Índice

• Introducción	3
• Marco Legal y Normativo	5
• Diagnóstico en materia de comunicación social y difusión	13
• Valores que regirán la Estrategia de Difusión	17
• Objetivo General	20
• Objetivos específicos	20
• Líneas de Acción	21
• Etapas de la estrategia	33

I. Introducción

En 2019, el Instituto Electoral de la Ciudad de México (IECM) habrá de desarrollar diversas actividades tendentes a cumplir con las atribuciones previstas en el marco normativo electoral, la organización de la Consulta Ciudadana de Presupuesto Participativo 2020, así como la elección de Comités Ciudadanos y Consejos de los Pueblos 2019.

Para hacer frente a estas atribuciones y responsabilidades en materia ordinaria y de Participación Ciudadana, la Unidad Técnica de Comunicación Social y Difusión presenta la Estrategia de Difusión Institucional 2019. Con la implementación de este instrumento de comunicación, se busca fortalecer la imagen institucional, diseñar y aplicar las acciones y campañas que incentiven la participación de la ciudadanía de la capital del país en los procesos de democracia directa previstos en la presente anualidad, así como difundir los programas institucionales en materia de cultura cívica y valores democráticos, bajo una perspectiva de género y enfoque incluyente.

Dicha estrategia retoma la experiencia del año pasado con el desarrollo del Proceso Electoral Local Ordinario 2017-2018 y la Consulta Ciudadana sobre Presupuesto Participativo 2019, ejercicios a través de los cuales fue posible la renovación de la Jefatura de Gobierno, la constitución de las primeras alcaldías y concejalías, además de la integración del primer Congreso de la Capital del país, así como la elección de proyectos para mejorar las colonias y pueblos de la Ciudad.

Servir a la ciudadanía bajo un estándar de calidad internacional es un compromiso asumido recientemente por la institución y ratificado anualmente, a través de las recertificaciones del ISO Electoral; por ello, la aplicación de la presente Estrategia se realizará con apego a las estrictas normas eficacia y eficiencia mediante el uso racional de los recursos públicos. De manera indeclinable, se buscará encaminar

acciones para realizar la difusión de aquellas actividades sustantivas de las áreas como la promoción de la vida en democracia, divulgar la cultura democrática y promover los derechos político electorales; contribuir al fortalecimiento del régimen de partidos políticos, fortalecer conocimientos, valores y prácticas democráticas, asegurar el buen funcionamiento de los instrumentos de participación ciudadana que se deberán realizar; desarrollar y coordinar la implementación de las acciones de educación, asesoría a los órganos de representación ciudadana, las organizaciones ciudadanas, los servidores públicos y la ciudadanía en general; la evaluación y desempeño de Comités Ciudadanos y Consejos de los Pueblos, así como la promoción de los principios rectores de la participación ciudadana. Para ello, la Unidad Técnica de Comunicación Social y Difusión requerirá la colaboración de los órganos técnicos y la guía e instrucción de los órganos de dirección institucionales.

La elaboración de la presente estrategia se encuentra apegada a los principios rectores, a las políticas, a los programas, a las líneas estratégicas, así como a los objetivos establecidos en el Plan General de Desarrollo vigente y funda un plan de trabajo que establece los plazos y mecanismos por realizar a fin de fortalecer una comunicación efectiva interna y externa ante los retos de 2019.



II. 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 comunicación social y difusión durante 2019:

Fundamento constitucional

Artículo 41, Base V, Apartado C, y 134 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.

Ley General de Comunicación Social

Ley General de Comunicación Social publicada en el Diario Oficial de la Federación el 11 de mayo de 2018



Código de Instituciones y Procedimientos Electorales de la Ciudad de México

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

- 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.

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 del Distrito Federal, a través de campañas informativas y formativas, programas de: formación para la ciudadanía, mejoramiento de la calidad de vida, representación y promoción de los intereses generales, sectoriales y comunitarios, promoción y desarrollo de los principios de la participación ciudadana, fomento a las organizaciones ciudadanas, instrumentos de participación ciudadana y órganos de representación ciudadana.

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

Artículo 110.- El Instituto Electoral coordinará la difusión sobre la elección de los Comités Ciudadanos, con el apoyo y colaboración de las autoridades del Distrito Federal, de manera gratuita en sus respectivos ámbitos de competencia.

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.

Estrategia Nacional del Cultura Cívica 2017-2023 (Enccívica)

Estrategia Integral de Educación Cívica para la Ciudad de México 2017-2023 (Capital cívica)

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

Acuerdo del Consejo General del IECM por el que se aprueban las Normas de Racionalidad, Austeridad y Disciplina Presupuestal

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

El marco estratégico del Plan General de Desarrollo 2017-2020 (ACU-07-17), 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 Participación Ciudadana.** Realizar la organización de los mecanismos de participación ciudadana, y aprovechar la experiencia y conocimiento para incorporar mejoras en cada ejercicio.
2. **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.
3. **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.
4. **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.
5. **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.

6. **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.
7. **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.
8. **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.
9. **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.



III. Diagnóstico en materia de comunicación social y difusión

En 2019, el IECM cumplirá 20 años de servir a la ciudadanía. Lo hace en medio de una acumulación de reconocimientos, nacionales e internacionales, los cuales, lejos de incentivar la autocomplacencia, motivan a redoblar esfuerzos y obligan a mejorar los diversos servicios que se ofrecen a la ciudadanía.

En 2018, el IECM obtuvo cuatro premios Reed Latino Awards 2018, por su labor para promover el voto y fomentar la participación ciudadana durante el Proceso Electoral Ordinario 2017-2018. Estos premios consistieron en dos primeros lugares en “Mejor Campaña de Fomento al Voto” por Pasión por las Elecciones y “Mejor Campaña de Correo Directo” en #VotoChilango, así como 2º. Lugar en Voto en el Extranjero y 3er. lugar en manejo de redes sociales en una campaña electoral.

Asimismo, el instituto electoral capitalino refrendó su certificación en la norma internacional ISO 17582:2014, mejor conocida como la ISO Electoral, un instrumento desarrollado por expertas y expertos en materia electoral de todo el mundo y de diversas organizaciones especializadas como la Organización de los Estados Americanos y la Comisión de Venecia. El IECM es uno de los cuatro Organismos Electorales en el mundo certificado en el primer estándar de calidad electoral mundial avalado por la Organización Internacional de Normalización (ISO por sus siglas en inglés): la Norma ISO/TS 17582:2014.

También recibió el Certificado de Gestión de Talento, como resultado del trabajo realizado en torno a la elaboración del Diccionario de Competencias del IECM, el cual se conformó a lo largo del segundo semestre de 2017. Dicho reconocimiento fue otorgado por la empresa People Value, en conjunto con CENTACS (Center for Applied Cognitive Studies), instancias que han diseñado un programa global de certificación basado en recientes descubrimientos, propuestas y mejores prácticas sobre Administración de Talento.

De igual forma, en pleno desarrollo del proceso electoral, el IECM fue acreedor al certificado de cumplimiento de Norma en Igualdad Laboral y No Discriminación (NMX-R-025-SCFI-2015), al haber acreditado un total de 94 de los 100 puntos requeridos por la Norma, siendo con ello el primer organismo público de la Ciudad de México en adoptar y cumplir con la referida tarea, mediante la cual el Gobierno federal promueve que las mujeres y grupos vulnerables cuenten con igualdad de oportunidades en el mercado laboral nacional y reconoce a los centros de trabajo, públicos y privados, que cumplen con por lo menos 70 de los 100 puntos requeridos.

Sin duda, el reconocimiento más relevante de todos fue la calificación a las elecciones de Jefatura de Gobierno, alcaldías y diputaciones, las cuales fueron consideradas históricas por su alto nivel de participación.

La nueva naturaleza jurídica de la capital del país y la recomposición de la distribución del poder político, abre ventanas de oportunidad que no eran visibles. La efervescencia ciudadana del proceso electoral debe ser aprovechada por el IECM, para generar estrategias que incorporen a cada vez un mayor número de personas en los procesos de participación ciudadana que se organizarán.

No obstante, en el Informe sobre Cultura Cívica en la Ciudad de México 2017, elaborado por el IECM, se evidencian diversas áreas de oportunidad que deben ser aprovechadas en materia de comunicación social y difusión. Este informe concluye que en la Ciudad de México existe un proceso de desafección por la democracia entre los habitantes de la capital del país. Pone en evidencia que “la participación ciudadana en mecanismos institucionalizados es insuficiente. Por ejemplo, en el caso de los comités ciudadanos o consejos de los pueblos en la Ciudad de México, si bien 60% de las personas encuestadas afirmó conocer de su existencia, 66% mencionó que *nunca o muy esporádicamente* ha tenido contacto con ellos”.

“Caso similar es el que presenta el mecanismo de participación sobre presupuesto participativo, donde 46% de las y los encuestado manifestó conocerlo, mientras que 61% afirmó que no había participado en una consulta ciudadana en este tema”.

“En el estudio demoscópico se observa un muy bajo nivel de participación en los mecanismos existentes alrededor del presupuesto participativo. Sobre este asunto, se encontró que 86% de las y los entrevistados nunca ha presentado un proyecto de consulta ciudadana sobre la materia, por 14% que sí lo ha hecho... (Asimismo) sólo 39% de los encuestados y encuestadas indicó conocer la existencia de los comités ciudadanos y los consejos de los pueblos. De éstos, únicamente 36% llegó a participar en alguno de ellos durante 2015”.

En el Informe sobre Cultura Cívica se detectó que “algo problemático es que más allá de la escasa participación en este tipo de mecanismos, la percepción sobre ellos por parte de quienes sabían de su existencia es ambivalente, ya que 39% considera que dichos comités y consejos están conformados por ciudadanos que cuidan los intereses de su colonia, mientras que 37% estima que están compuestos por ciudadanos manejados por los partidos políticos; aunque con respecto a su utilidad práctica existe una opinión ciudadana más positiva, ya que 58% de los encuestados afirmó que están conformados “por ciudadanos que cuidan los intereses de la colonia”, frente a 33% que señaló que en realidad están integrados por “ciudadanos que cuidan los intereses de personas o grupos ajenos a la colonia”.

Como se puede leer, existen diversas áreas de oportunidad para hacer frente a los procesos de participación, ya que se detectó también que sólo 12% de las personas sabe que las consultas ciudadanas sobre presupuesto participativo las organiza el IECM, evaluación similar recibe la elección de los Comités Ciudadanos y Consejos de los Pueblos.

Estas áreas de oportunidad deberán afrontarse en medio de un clima de austeridad y disciplina presupuestaria, debido a que en el ejercicio de recursos deberán circunscribirse a los gastos indispensables para garantizar el buen funcionamiento del Instituto Electoral en cumplimiento de las obligaciones legales que el mismo tiene en particular en materia de información, educación cívica y transparencia de sus actividades.

En cuanto a las Tecnologías de la Información y Comunicación, el IECM se ha caracterizado por hacer un uso innovador e incluyente para con los diversos sectores de la sociedad. En 2018, se consiguió un incremento significativo de seguidores Facebook y Twitter, así como en alcance e impresiones. Durante el proceso electoral, se pudo cambiar el nombre de los perfiles que hacían alusión al Distrito Federal, por los de Ciudad de México.

En Facebook el número de seguidores se incrementó de 14,445 a 32,301; es decir, se obtuvieron 17,856 nuevos seguidores. En Twitter el incremento fue de 27,125 a 35,881; es decir, 8,756 nuevos seguidores; todo ello, durante el inicio del Proceso Electoral Local Ordinario 2017-2018.

Durante el proceso electoral se registraron 56.75 millones de impresiones en Twitter y 24 millones en Facebook, también el canal del IECM en YouTube se realizaron 186 transmisiones en tiempo real, de las cuales se obtuvieron 5 millones 449 mil 464 visualizaciones.

Uno de los logros que se obtuvo durante dicho ejercicio fue la verificación de los perfiles en Twitter y Facebook, la cual es una insignia azul que sirve para confirmar al usuario la autenticidad de las cuentas, aparece junto al nombre del perfil indicando que es la cuenta oficial y no es una cuenta apócrifa o que difunda contenidos no validados por la autoridad electoral.

IV. Valores que regirán la Estrategia de Difusión

La presente Estrategia se sustentará en cuatro valores o ejes a incidir: democracia participativa; educación cívica; confianza y transparencia.

Democracia participativa

Se privilegiará el informar a la población respecto al impacto y alcance de los mecanismos de participación ciudadana con los que cuenta la Ciudad de México para incentivar su contribución en los dichos ejercicios de democracia directa organizados por el IECM. Se fomentará que la ciudadanía se apropie de la Consulta Ciudadana sobre Presupuesto Participativo y Elección de Comités Ciudadanos y Consejos de los Pueblos, a fin de reconstruir el tejido social bajo una óptica de ciudadanía empoderada. En suma, se impulsará la apropiación del espacio público y, en consecuencia, mejorar el entorno de cada colonia o pueblo.

Comunicar a la sociedad capitalina será una prioridad, mediante la implementación de acciones específicas de comunicación masiva y focalizada, la trascendencia de ser partícipe en los tres momentos principales que implica la consulta ciudadana sobre presupuesto participativo: 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. En el caso de la Elección de Comités Ciudadanos y Consejos de los Pueblos, se buscará fomentar el involucramiento de diversos sectores sociales, organizaciones vecinales y colectivos en colonias y pueblos de la capital del país.

Educación cívica

Se difundirán programas y actividades institucionales para contribuir con la divulgación de la educación cívica en la población. Ambas estrategias (Enciclopedia y Capital cívica), constituyen el marco referencial 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 eficacia del Estado de Derecho. Se 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 para facilitar su comprensión y asimilar su significado, a decir: Verdad, Diálogo y Exigencia.

Confianza

Generar confianza entre la ciudadanía por el actuar de una institución es una consecuencia de las actividades que cotidianamente se van realizando. En el IECM, las actividades realizadas con apego a los principios que rigen la función electoral, es un compromiso indeclinable y permanente y es la ruta que se ha elegido para generar círculos virtuosos en la relación con la ciudadanía.

El andamiaje institucional y las acciones que se emprenderán buscan generar certeza en los procesos de participación ciudadana que se realizarán en el 2019, como una condición preliminar para avanzar en la confianza. Se buscará que todos los sectores de la sociedad que convergen en esta metrópoli cuenten con 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.

Transparencia

La difusión oportuna del quehacer institucional es tema básico e inseparable en la ejecución de los ejercicios de participación ciudadana. El IECM tendrá a disposición de las y los ciudadanos toda la información que genera, promociona y realiza, esto le permitirá ser un organismo no sólo de consulta, sino también de referencia. Para ello, se reforzarán las vías de comunicación de que dispone a fin

de que la ciudadanía pueda tener acceso de manera rápida y clara sobre prácticamente cualquier tema electoral que requieran consultar.

Se busca consolidar al IECM como una institución de puertas abiertas y al servicio de la ciudadanía, conducida en apego a los valores de la imparcialidad, objetividad, legalidad y certeza.

Por tanto, se privilegiará la difusión, a través de las redes sociales, buscando con ello acatar el mandato del máximo órgano de dirección de la institución de que a mediano y largo plazo se implementarán mecanismos electrónicos de participación ciudadana.

Se buscará fortalecer la efectividad de los mensajes para promover la Consulta Ciudadana sobre Presupuesto Participativo 2020 y la Elección de Comités Ciudadanos y Consejos de los Pueblos con contenidos y productos focalizados para cada una de las colonias y pueblos de la Ciudad de México.

Se explorará la generación de redes comunicantes entre la institución y los vecinos de cada colonia y pueblo, mediante alianzas con cuentas de redes sociales de grupos vecinales.



V. Objetivo General

Formular, programar y ejecutar acciones de difusión y comunicación social que permitan difundir de manera eficaz y eficiente los programas, políticas y actividades del IECM, así como promover la participación ciudadana libre e informada en la Consulta Ciudadana sobre Presupuesto Participativo 2010 y la elección de Comités Ciudadanos y Consejos de los Pueblos, afianzando la confianza ciudadana a la institución.

VI. Objetivos específicos

- Fortalecer la imagen institucional para incidir en el aumento de la confianza ciudadana en los procesos de participación ciudadana.
- Difundir de manera clara y transparente las determinaciones adoptadas por el IECM en las distintas etapas de los procesos de participación ciudadana.
- Comunicar el beneficio social al ser partícipes en los instrumentos de democracia directa que se realizarán en 2019.
- Comunicar valores y prácticas democráticas entre la población de la Ciudad de México.

VII. Líneas de Acción

En las siguientes páginas, se podrá observar cómo serán articulados los valores de la estrategia con los objetivos que se busca alcanzar, mediante el establecimiento de líneas de acción y los indicadores que permitirán medir la efectividad de lo planteado.

Fortalecer la imagen institucional

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

Fortalecer la confianza ciudadana en los procesos de participación ciudadana.

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 de los procesos de participación ciudadana.
- Posicionar en la opinión pública las acciones que realice el IECM para garantizar el desarrollo de un proceso participativo apegado a los principios de certeza, legalidad, imparcialidad, independencia, objetividad, transparencia y máxima publicidad.
- Fortalecer la imagen del IECM como referente de la gestión de participación ciudadana y educación cívica 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 realizará la cobertura y difusión de las actividades institucionales de interés público, realizadas dentro o fuera del IECM, a través de la emisión de información a medios de comunicación, página institucional de internet y redes sociales. Se realizará la transmisión en vivo, mediante los canales institucionales, de aquellos eventos que por su naturaleza permitan dicha acción.

Comunicados y Boletines de prensa. Con el propósito de informar y fijar posicionamientos institucionales sobre diversos temas, se realizarán y emitirán boletines, comunicados, tarjetas o notas informativas. En cada uno de los mensajes difundidos 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 las autoridades electas de la ciudad de México acciones dirigidas a motivar el ejercicio del voto libre y razonado, así como prevenir y combatir la compra, coacción e inducción del voto.

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 de los ejercicios de Participación Ciudadana. De así requerirse, se procurará el posicionamiento y focalización a los distintos segmentos de la población.

Realización, producción y difusión de infografías y videos. Se producirán materiales que, en pocas palabras, expliquen cada una de las etapas de los procesos de participación ciudadana.

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 de 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.

Síntesis en audio. Se explorará la posibilidad de generar la Síntesis Informativa en archivo de audio para facilitar su consumo a través de un medio versátil.

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 de manera estratégica y se atenderá a la ciudadanía en menor tiempo de lo habitual.

Pautas digitales. Se explorará la posibilidad de contar con una pauta digital para llegar a la audiencia que aún desconoce el quehacer institucional.

Influencers. Se buscará la forma de construir alianzas con personalidades influyentes en sectores específicos de la población jóvenes y con alto nivel de consumo de contenidos digitales.

Whatsapp. Se analizará la posibilidad de contar con un número en esta plataforma para generar una base de datos de usuario, que así lo permitan, que sirva como lista de difusión a grupos de colonias y pueblos organizados.

Video digital. Se analizará la factibilidad de contar cápsulas audiovisuales periódicas a través del canal de YouTube y la Fanpage de Facebook a fin de tener un contacto directo con la ciudadanía e invitarla a participar en el programa que se genere.



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.

$$C = NaP * 100 / NaR$$

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

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

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

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

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.

Transparencia en los procesos de participación ciudadana

Esta línea de acción se armoniza con el siguiente objetivo:

Difundir de manera clara y transparente las determinaciones adoptadas por el IECM en las distintas etapas de los procesos de participación ciudadana.

Líneas de acción:

- Comunicar cada una de las etapas de los procesos de participación ciudadana de forma transparente, en un lenguaje ciudadano, incluyente y no sexista.
- Difundir la forma de involucramiento de la población en las distintas etapas de los procesos de participación.
- Posicionar al IECM como institución transparente e imparcial.

Actividades de comunicación y difusión

Spots de radio y televisión. A través de los tiempos oficiales que el INE asigne al IECM se producirán spots para generar certeza y promover las etapas de participación en los ejercicios de democracia que se realizarán, procurando destacar el papel institucional como un órgano electoral transparente.

Diseño y producción de materiales impresos. Se producirán materiales impresos que destaquen todas las acciones realizadas por el IECM (trípticos, volantes, dípticos, carteles, anuncios, espectaculares, publicidad exterior, material de promoción, entre otros).

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.

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

$$C = NaP * 100 / NaR$$

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

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

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

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

Indicador de impacto: Contabilización y valoración 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.*

Comunicar el beneficio social al ser partícipes en los instrumentos de democracia directa que se realizarán en 2019.

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

- Promover la participación en la Consulta Ciudadana sobre Presupuesto Participativo 2020 y en la Elección de Comités Ciudadanos y Consejos de los Pueblos, en función de la utilización de distintos instrumentos de comunicación social y difusión.

Líneas de acción:

- Difundir las distintas etapas de la consulta ciudadana y la elección de Comités Ciudadanos y Consejos de los Pueblos.
- Promover la participación ciudadana mediante estrategias y emisión de opiniones.

Actividades de comunicación social y difusión

Cobertura y transmisión de eventos. Se realizará la cobertura y difusión de las actividades institucionales en esta materia, realizadas dentro o fuera del IECM, a través de la emisión de información a medios de comunicación, página institucional de internet y redes sociales. Se realizará la transmisión en vivo, mediante los canales institucionales, de aquellos eventos que por su naturaleza permitan dicha acción.

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

Comunicados y Boletines de prensa. Se informarán las etapas para la realización de la Consulta Ciudadana sobre Presupuesto Participativo 2020 y Elección de Comités Ciudadanos y Consejos de los Pueblos, 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 y la Elección.

Realización y producción de infografías y videos. Se producirán materiales que expliquen el carácter ciudadano de la Consulta Ciudadana sobre Presupuesto Participativo 2020 y Elección de Comités Ciudadanos y Consejos de los Pueblos 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 consejeras y consejeros electorales, en donde cada uno de ellos compartirá los objetivos que se buscan para cada etapa de la Consulta y la Elección.

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 de manera estratégica y se atenderá a la ciudadanía en menor tiempo de lo habitual.

Pautas digitales. Se explorará la posibilidad de contar con una pauta digital para llegar a la audiencia que aún desconoce el quehacer institucional

Influencers. Se buscará la forma de construir alianzas con personalidades influyentes en sectores específicos de la población jóvenes y con alto nivel de consumo de contenidos digitales.

Whatsapp. Se analizará la posibilidad de contar con un número en esta plataforma para generar una base de datos de usuario, que así lo permitan, que sirva como lista de difusión a grupos de colonias y pueblos organizados.

Video digital. Se analizará la factibilidad de contar cápsulas audiovisuales periódicas a través del canal de YouTube y la FanPage de Facebook a fin de tener un contacto directo con la ciudadanía e invitarla a participar en el programa que se genere.

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?

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

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?

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

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

Educación cívica

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

- Comunicar valores y prácticas democráticas entre la población de la Ciudad de México.

Líneas de acción:

- Generar mensajes y productos institucionales que fortalezcan la vida democrática 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 realizará la cobertura y difusión de las actividades institucionales en esta materia, realizadas dentro o fuera del IECM, a través de la emisión de información a medios de comunicación, página institucional de internet y redes sociales. Se realizará la transmisión en vivo, mediante los canales institucionales, de aquellos eventos que por su naturaleza permitan dicha acción.

Promoción de los valores cívicos. Se generarán productos materiales impresos (volantes, carteles, pendones, y en prensa escrita) para promover la educación cívica en la Ciudad de México.

Comunicados y Boletines de prensa. Se informará de las actividades que el IECM realice en materia de Educación Cívica, así como de los eventos que se realicen para el fortalecimiento de una democracia plena.

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.

Realización y producción de infografías y videos. Se producirán materiales que expliquen la importancia del involucramiento de la sociedad en las políticas públicas de la Ciudad de México 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 consejeras y consejeros electorales, en donde cada uno de ellos compartirá los objetivos que tiene el IECM en aras de la Educación Cívica.

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 realizarán materiales audiovisuales con los beneficios de participar en la democracia de la Ciudad de México.

Pautas digitales. Se explorará la posibilidad de contar con una pauta digital para llegar a la audiencia que aún desconoce el quehacer institucional

Influencers. Se buscará la forma de construir alianzas con personalidades influyentes en sectores específicos de la población jóvenes y con alto nivel de consumo de contenidos digitales.

Whatsapp. Se analizará la posibilidad de contar con un número en esta plataforma para generar una base de datos de usuario, que así lo permitan, que sirva como lista de difusión a grupos de colonias y pueblos organizados.

Video digital. Se analizará la factibilidad de contar cápsulas audiovisuales periódicas a través del canal de YouTube y la FanPage de Facebook a fin de tener un contacto directo con la ciudadanía e invitarla a participar en el programa que se genere.

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.*

Fortalecimiento de las asociaciones políticas

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

- Desarrollar las actividades institucionales de forma que generen valor público y mejoren la credibilidad y aprecio entre quienes habitan la Ciudad de México hacia el IECM.

Líneas de acción:

- Comunicar las etapas para el registro de Agrupaciones Políticas Locales
- Comunicar las etapas para el registro de Partidos Políticos en la Ciudad de México
- Comunicar las actividades respecto a la verificación de las obligaciones de las Agrupaciones Políticas Locales
- Difundir las acciones que se realicen en torno al Programa Institucional de Vinculación y Fortalecimiento de las Asociaciones Políticas 2019

Actividades de comunicación social y difusión

Cobertura y transmisión de eventos. Se realizará la cobertura y difusión de las actividades institucionales en esta materia, realizadas dentro o fuera del IECM, a través de la emisión de información a medios de comunicación, página institucional de internet y redes sociales. Se realizará la transmisión en vivo, mediante los canales institucionales, de aquellos eventos que por su naturaleza permitan dicha acción.

Promoción de las convocatorias. Se generarán productos digitales para promover el registro de Agrupaciones Políticas Locales y Partidos Políticos Locales.

Comunicados y Boletines de prensa. Se informará de las actividades que el IECM realice en materia de Asociaciones Políticas, así como de los eventos que se realicen respecto al Programa Institucional de Vinculación y Fortalecimiento de las Asociaciones Políticas 2019..

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.



Realización y producción de infografías y videos. Se producirán materiales que expliquen las etapas de las convocatorias para el registro de Agrupaciones Políticas Locales y Partidos Políticos Locales.

Entrevistas y reuniones con reporteros y líderes de opinión. Se programarán una serie de entrevistas en medios impresos y electrónicos con consejeras y consejeros electorales, integrantes de la Comisión Permanente de Asociaciones Políticas, en donde cada uno de ellos explicará los requisitos para constituirse como Agrupación Política Local o Partido Político en la Ciudad de México.

Plataformas digitales

Convertir los perfiles institucionales en Twitter y Facebook como un medio de información. Se publicarán contenidos multimedia en redes sociales para difundir los requisitos para constituirse como Agrupación Política Local o Partido Político en la Ciudad de México, así como las actividades para la verificación de las obligaciones de las Agrupaciones Políticas Locales actuales.

Generar interacción y difundir contenidos digitales propios. Se realizarán materiales audiovisuales con las atribuciones y obligaciones que tiene una Agrupación Política Local y Partido Político Local.

Pautas digitales. Se explorará la posibilidad de contar con una pauta digital para llegar a la audiencia que con intereses en materia política y de organización ciudadana.

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.

VIII. Etapas de la estrategia

En los apartados anteriores se ha expuesto el marco general y los parámetros en los que se suscribirá el trabajo que coordinará la Unidad Técnica de Comunicación Social y Difusión. A continuación, se presenta una tabla con la descripción específica de esta estrategia.

ETAPA	FASE	PERIODO	DESCRIPCIÓN
Elaboración y aprobación de la Estrategia de Difusión Institucional 2019	Integral	Enero	Planeación y aprobación de la Estrategia de Difusión.
		Febrero- Marzo	Una vez aprobada la Estrategia de Difusión Institucional 2019, se iniciará la ejecución y seguimiento de las actividades propuestas. En el primer trimestre del año y, previo a la emisión de las convocatorias para la Consulta Ciudadana sobre Presupuesto Participativo y la Elección de Comités Ciudadanos y Consejos de los Pueblos, los mensajes institucionales harán especial énfasis en la conmemoración del Vigésimo Aniversario del Instituto y el desarrollo democrático de la Ciudad en estas dos décadas. Paralelamente, se desplegarán las gestiones administrativas encaminadas a la contratación de servicios para promover los ejercicios de Participación Ciudadana.
Implementación de las acciones planteadas	Externa	Marzo - Diciembre	Esta fase estará enfocada a posicionar el trabajo que realiza el IECM para promover la participación en la Consulta Ciudadana sobre Presupuesto Participativo 2019 y la Elección de Comités Ciudadanos y Consejos de los Pueblos. Asimismo, se definirán las

			<p>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.</p>
	Interna		<p>Se realizará la difusión de las actividades de cada área, así como posicionar el desarrollo del Sistema de Gestión Electoral y promoción de los beneficios con los que cuenta el IECM.</p>
Seguimiento y evaluación de la de las acciones implementadas	Interna	Marzo - Diciembre	<p>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.</p>
	Externa		