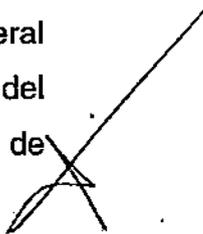


**Segunda Sesión Extraordinaria
15 de febrero de 2021**

Acuerdo de la Junta Administrativa por el que se aprueba la Estrategia de Difusión Institucional del Instituto Electoral de la Ciudad de México 2021.

Antecedentes

- 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 del otrora Instituto Electoral del Distrito Federal (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 referidas 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 20 de diciembre de 2016, la Junta, mediante acuerdo JA150-16, actualizó el Procedimiento de Control de documentos.
- IX. El 5 de febrero de 2017, se publicó la Constitución Política de la Ciudad de México (Constitución Local).

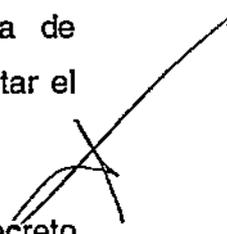
- X. El 7 de junio de 2017, se publicó en la Gaceta Oficial de la Ciudad de México (Gaceta Oficial), el Decreto por el cual se abroga el Código de Instituciones y Procedimientos Electorales del Distrito Federal y se expide el Código de Instituciones y Procedimientos Electorales de la Ciudad de México (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 Gaceta Oficial una nota aclaratoria al citado decreto.
- 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 Gaceta Oficial 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, la Ley de Austeridad, Transparencia en Remuneraciones, Prestaciones y Ejercicio de Recursos de la

Ciudad de México (Ley de Austeridad).

- XV. El 28 de febrero de 2019, el Consejo General, mediante Acuerdos IECM-ACU-CG-022/19 e IECM-ACU-CG-023/19, aprobó modificaciones al Reglamento Interior del Instituto Electoral y a la estructura orgánica funcional.
- XVI. El 28 de junio de 2019, mediante Acuerdo IECM/ ACU-CG-038/2019, el Consejo General, aprobó el Manual para el uso incluyente, no sexista y no discriminatorio del lenguaje en el Instituto Electoral.
- XVII. El 12 de agosto de 2019, se publicó en la Gaceta Oficial el Decreto por el que se abroga la Ley de Participación Ciudadana del Distrito Federal y se expide la Ley de Participación Ciudadana de la Ciudad de México (Ley de Participación), la cual entró en vigor al momento de su publicación, según lo establecido en el artículo segundo transitorio de la citada ley.
- XVIII. El 31 de enero de 2020, el Consejo General, mediante Acuerdo IECM/ACU-CG-011/2020, aprobó el Plan General de Desarrollo del Instituto Electoral para el periodo 2020-2023.
- XIX. El 11 de marzo de 2020, la Organización Mundial de la Salud (OMS) declaró el brote de una enfermedad viral denominada COVID-19 que inició en la ciudad de Wuhan de la República Popular China, es oficialmente una pandemia, toda vez que es un problema global y todos los países tendrán que poner de su parte para combatir el virus.
- XX. El 13 de marzo de 2020, la Junta, mediante Acuerdo IECM-JA029-20 aprobó el Procedimiento para el control de la información documentada del Sistema de Gestión de Calidad Electoral (anteriormente denominado Procedimiento de control de documentos y registros del Sistema de Gestión Electoral) y la Guía para crear y actualizar la información documentada del Sistema de Gestión de Calidad

Electoral (anteriormente denominada Guía Técnica para la Elaboración de Documentos Internos del Sistema de Gestión de Calidad Electoral).

- XXI. El 17 de marzo de 2020, mediante Acuerdo IECM/ACU-CG-031/2020 el Consejo General aprobó la implementación de medidas que garanticen el adecuado funcionamiento en la prestación de los servicios esenciales y preventivas para la protección de las personas servidoras públicas y aquellas que acudan a las Instalaciones del Instituto Electoral con motivo del COVID-19.
- XXII. El 24 de marzo de 2020 se publicó en el DOF, el Acuerdo por el que la Secretaría de Salud establece las medidas preventivas que se deberán implementar para la mitigación y control de los riesgos para la salud que implica la enfermedad por el virus SARS-COV2 (COVID-19).
- XXIII. El 30 de marzo de 2020, se publicó en el DOF el Acuerdo por el que se declara emergencia sanitaria por causa de fuerza mayor, a la epidemia de enfermedad generada por el SARS-COV2 (COVID-19) expedido por el Consejo de Salubridad General del Gobierno Federal (Consejo de Salubridad).
- XXIV. El 31 de marzo de 2020, se publicó en el DOF el Acuerdo de la Secretaría de Salud, por el que se establecen acciones extraordinarias para atender la emergencia sanitaria generada por el SARS-COV2, asimismo dicho Acuerdo fue modificado el 21 de abril de 2020.
- XXV. El 1, 22 y 30 de abril de 2020, la Jefatura de Gobierno de la Ciudad de México, publicó en la Gaceta Oficial los Acuerdos por los que se determinan Acciones Extraordinarias en la Ciudad de México para atender la Declaratoria de Emergencia Sanitaria por causa de fuerza mayor, con el propósito de evitar el contagio y propagación del COVID-19.
- XXVI. El 23 de abril de 2020, la Presidencia de la República publicó en el DOF el Decreto



donde se determinan las medidas de austeridad que deberán observar las dependencias de la administración pública federal.

- XXVII. El 14 de mayo de 2020, la Secretaría de Salud publicó en el DOF, el Acuerdo por el que se establece una estrategia para la reapertura de las actividades sociales, educativas y económicas, así como un sistema de semáforo por regiones para evaluar semanalmente el riesgo epidemiológico relacionado con la reapertura de actividades en cada entidad federativa, así como se establecen acciones extraordinarias.
- XXVIII. El 20 de mayo de 2020 fue publicado en la página electrónica institucional del Gobierno de la Ciudad de México el Plan Gradual hacia la Nueva Normalidad en la Ciudad de México.
- XXIX. El 29 de mayo de 2020, se publicó en la Gaceta Oficial el "SEXTO ACUERDO POR EL QUE SE ESTABLECEN LOS LINEAMIENTOS PARA LA EJECUCIÓN DEL PLAN GRADUAL HACIA LA NUEVA NORMALIDAD EN LA CIUDAD DE MÉXICO Y SE CREA EL COMITÉ DE MONITOREO."; los cuales tienen el objeto de regular, entre otros aspectos, el semáforo epidemiológico, las medidas sanitarias y de protección por sector, así como la integración del Comité de Monitoreo.

Los Avisos relacionados con el semáforo epidemiológico se han publicado en la Gaceta Oficial con las indicaciones siguientes:

Avisos del Comité de Monitoreo			
Gaceta Oficial CDMX	No. de Aviso	Periodo	Cólor del semáforo
5 de junio de 2020	Primero	8 al 14 de junio de 2020	Rojo
12 y 19 de junio de 2020	Segundo y Tercero	15 al 28 de junio de 2020	Rojo con incorporación gradual a Naranja

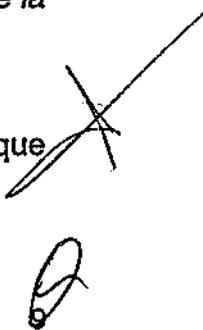
Avisos del Comité de Monitoreo			
Gaceta Oficial CDMX	No. de Aviso	Periodo	Color del semáforo
26 de junio, 3 y, 10 de julio de 2020	Cuarto, Quinto y Sexto	29 de junio al 19 de julio de 2020	Naranja
13 de julio de 2020	Séptimo	13 al 19 de julio de 2020	Naranja y de atención prioritaria en Rojo
17, 24 y 31 de julio de 2020	Décimo, Primero y Tercero	20 de julio al 9 de agosto de 2020	Naranja
7, 14, 21 y 28 de agosto de 2020	Décimo Quinto, Décimo Sexto, Séptimo y Décimo Octavo	10 de agosto al 6 de septiembre de 2020	Naranja
4, 11, 18 y 25 de septiembre de 2020	Décimo Noveno, Vigésimo, Vigésimo Primero y Segundo	7 de septiembre al 4 de octubre de 2020	Naranja
2, 9, 16 y 26 de octubre de 2020	Vigésimo Tercero, Vigésimo Quinto, Vigésimo Sexto, Vigésimo Séptimo	5 de octubre al 1 de noviembre de 2020	Naranja
30 de octubre de 2020	Vigésimo Octavo	2 al 8 de noviembre de 2020	Naranja con alerta
6, 13, 20 y 27 de noviembre de 2020	Vigésimo Noveno, Trigésimo, Trigésimo Primer, Trigésimo Segundo	9 noviembre al 6 de diciembre de 2020	Naranja con alerta
4 de diciembre de 2020	Trigésimo Tercer Aviso	7 al 13 de diciembre de 2020	Naranja al límite
11 de diciembre de 2020	Trigésimo Cuarto Aviso	Medidas de protección a la salud adicionales, con vigencia hasta nuevo aviso.	Alerta de emergencia por COVID-19
14 de diciembre de 2020	Trigésimo Quinto Aviso	Medidas de protección a la salud adicionales, durante el periodo comprendido del 14 al 20 de diciembre de 2020.	Alerta de emergencia por COVID-19
18 de diciembre de 2020	Trigésimo Sexto Aviso	Medidas de protección a la salud extraordinarias y definición de actividades esenciales.	Rojo

Avisos del Comité de Monitoreo			
Gaceta Oficial CDMX	No. de Aviso		Color del semáforo
21 de diciembre de 2020	Trigésimo Aviso	Séptimo	Rojo de máxima alerta (Toda actividad en la Ciudad de México PERMANECERÁ CERRADA, con excepción de las consideradas como esenciales)

- XXX. El 22 de junio de 2020 se publicó en la Gaceta Oficial el Decreto por el que se adiciona el artículo 23 bis y un último párrafo al artículo 88 de la Ley de Austeridad.
- XXXI. El 30 de junio de 2020, el Consejo General aprobó, mediante Acuerdo IECM/ACU-CG-046/2020, el Protocolo de seguridad para reanudar la asistencia y actividad laboral presencial en las instalaciones del Instituto Electoral, en el marco del Plan Gradual hacia la Nueva Normalidad de la Ciudad de México 2020.
- XXXII. El 30 de julio de 2020, la Junta, mediante Acuerdo IECM-JA056-20, aprobó el Manual de Planeación del Instituto Electoral para el ejercicio fiscal 2021.
- XXXIII. El 10 de agosto de 2020, mediante Acuerdo IECM/ACU-CG-051/2020, el Consejo General aprobó la Convocatoria dirigida a la ciudadanía y partidos políticos a participar en el Proceso Electoral Local Ordinario 2020-2021, para elegir Diputadas y Diputados al Congreso de la Ciudad de México; Alcaldesas y Alcaldes, así como Concejales y Concejales de las 16 Demarcaciones Territoriales, cuya Jornada Electoral se celebrará el 6 de junio de 2021.
- XXXIV. El 11 de septiembre de 2020, el Consejo General del Instituto Electoral dio inicio al Proceso Electoral Ordinario Local 2020-2021.
- XXXV. El 14 y 30 de septiembre de 2020, la Junta, mediante Acuerdos IECM-JA066-20 y

IECM-JA079-20, aprobó los Programas Institucionales para el ejercicio fiscal 2021, conforme a lo establecido en el artículo 83 fracción II del Código.

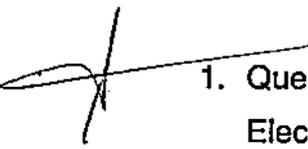
- XXXVI. El 1 de octubre y 1 de diciembre de 2020, se publicaron en la Gaceta Oficial los Decretos por los que se modifican y reforman diversas disposiciones de la Ley de Austeridad.
- XXXVII. El 15 de octubre de 2020, la Junta, actualizó mediante Acuerdo IEMC-JA083-20 el Procedimiento para el control de la información documentada y la Guía para crear y actualizar la información documentada, ambos del Sistema de Gestión de Calidad Electoral.
- XXXVIII. El 30 de octubre de 2020, el Consejo General, mediante Acuerdo IECM/ACU-CG-094/2020, aprobó los proyectos de Programa Operativo Anual y de Presupuesto Egresos del Instituto Electoral para el ejercicio fiscal 2021.
- XXXIX. El 30 de octubre de 2020, el Consejero Presidente del Consejo General del Instituto Electoral, mediante oficios IECM/PCG/084/2020 e IECM/PCG/085/2020, remitió tanto a la Jefa de Gobierno como a la Secretaria de Administración y Finanzas, ambas de la Ciudad de México, el Acuerdo IECM/ACU-CG-094/2020, por el que se aprobaron los proyectos de Programa Operativo Anual y de Presupuesto Egresos del Instituto Electoral para el ejercicio fiscal 2021; de conformidad a lo establecido en la fracción VIII del artículo 50 del Código.
- XL. El 29 de noviembre de 2020, el Consejo General aprobó, mediante Acuerdo IECM/ACU-CG-104/2020, los *Lineamientos para el desarrollo de trabajo en campo así como para la atención al público en Sede Distrital del Instituto Electoral de la Ciudad de México, en el marco del "Plan gradual hacia la nueva normalidad de la Ciudad de México 2020"*.
- XLI. El 21 de diciembre de 2020, se publicó en la Gaceta Oficial el Decreto por el que



se expide el Presupuesto de Egresos de la Ciudad de México, para el ejercicio fiscal 2021.

- XLII. El 13 de enero de 2021, la Junta, mediante Acuerdo IECM-JA002-21, aprobó remitir al Máximo Órgano de Dirección el Anteproyecto de Acuerdo del Consejo General del Instituto Electoral, por el que se aprueban los proyectos de Programa Operativo Anual y de Presupuesto de Egresos del Instituto Electoral de la Ciudad de México para el Ejercicio Fiscal 2021, de conformidad con lo establecido en el Decreto de Presupuesto de Egresos de la Ciudad de México para ejercicio fiscal 2021.
- XLIII. El 14 de enero de 2021, el Consejo General, aprobó mediante Acuerdo IECM/ACU-CG-004/2021 el Programa Operativo Anual y de Presupuesto de Egresos del Instituto Electoral de la Ciudad de México para el Ejercicio Fiscal 2021, de conformidad con lo establecido en el Decreto de Presupuesto de Egresos de la Ciudad de México para ejercicio fiscal 2021.
- XLIV. El 29 de enero de 2021, la Junta, aprobó mediante Acuerdo IECM-JA011-21, las Normas de Racionalidad, Austeridad y Disciplina Presupuestal del Instituto Electoral, para el ejercicio fiscal 2021.
- XLV. El 12 de febrero de 2021, mediante Acuerdo IECM/ACU-CG-027/2021, el Consejo General del Instituto Electoral, aprobó la modificación al Protocolo de seguridad para reanudar la asistencia y actividad laboral presencial en las instalaciones del Instituto Electoral de la Ciudad de México, en el marco del Plan Gradual hacia la Nueva Normalidad de la Ciudad de México 2020.

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 General 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 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, párrafo primero 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 derivado de la pandemia del SARS-CoV2 (COVID-19), el Instituto Electoral en el ejercicio 2021, afronta grandes retos para el desarrollo de las diversas actividades institucionales, como son el Proceso Electoral Local Ordinario 2020-2021; las actividades preparatorias para la organización de la Consulta Ciudadana de Presupuesto Participativo 2022; y la integración de los Comités de Ejecución y Vigilancia de cada Unidad Territorial.
7. Que la Estrategia de Difusión Institucional 2021 tiene como principal propósito contribuir al posicionamiento del Instituto Electoral como el organismo público autónomo encargado que consolidar el régimen democrático en la capital del país y facilitar los espacios para favorecer el diálogo y la toma de decisiones de quienes habitan la Ciudad de México.

8. Que la presente Estrategia de Difusión es el documento rector que permitirá planear, instrumentar y evaluar la comunicación de los fines y objetivos institucionales, las políticas y programas generales, así como la difusión de actividades ordinarias sustantivas y las concernientes al desarrollo del Proceso Electoral Local Ordinario 2020-2021, de igual manera establece directrices y líneas de acción que habrán de implementarse para el cumplimiento de los objetivos institucionales derivados del Plan General de Desarrollo 2020-2023; asimismo se encuentra en armonía con el Sistema de Gestión de Calidad Electoral del Instituto electoral.

9. Que conforme a lo dispuesto en los artículos 83 fracción I del Código y 28 numeral III del Reglamento Interior, mediante oficio SECG-IECM/213/2021, de fecha 2 de febrero de 2021, el Encargado de Despacho de la Secretaría Ejecutiva, solicitó al Secretario de la Junta someter para su análisis, discusión y en su caso aprobación por parte de dicho órgano colegiado la propuesta de Estrategia de Difusión Institucional del Instituto Electoral de la Ciudad de México 2021.

10. Que el documento mencionado en el considerando anterior se emite conforme a la Política de Gestión de Calidad vigente en el Instituto Electoral, en observancia a las disposiciones contenidas en el Procedimiento para el control de la información documentada y la Guía para crear y actualizar la información documentada, de conformidad con los fines, obligaciones y compromisos establecidos en el Código, así como lo dispuesto en el Manual para el uso incluyente, no sexista y no discriminatorio del lenguaje en el Instituto Electoral.

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



**Acuerdo
IECM-JA021-21**

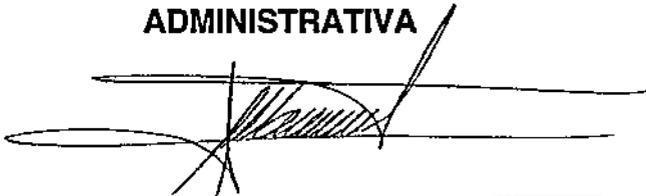
PRIMERO. Se aprueba la Estrategia de Difusión Institucional del Instituto Electoral de la Ciudad de México 2021, de conformidad con el documento anexo, el cual forma parte integral del presente Acuerdo.

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, asimismo 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.

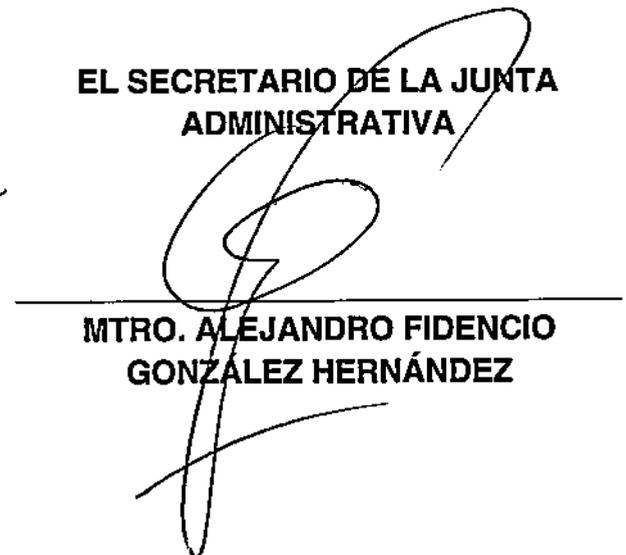
Así lo aprobaron por unanimidad de votos las y los integrantes de la Junta Administrativa del Instituto Electoral de la Ciudad de México, en sesión virtual del quince de febrero de dos mil veintiuno, firmando al calce el Presidente y el Secretario de la Junta, de conformidad con lo dispuesto por los 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**



HOJA DE CONTROL

Elaboró / Actualizó		Vo. Bo.	Aprobó
Nombre	Lic. Oliver Juárez Cervantes	Mtro. Salvador Gabriel Macías Payén	Junta Administrativa
Puesto	Director de Comunicación	Titular de la Unidad Técnica de Comunicación Social y Difusión	Secretario de la Junta
Firma			
Fecha	XX/XX/2021	XX/XX/2021	15/02/2021
Validación			
Nombre	Puesto	Firma	Fecha
	Jefe de departamento de control de documentos y registros del SGE		
Actualización			
Número- Fecha	Descripción		
15/02/2021	Documento nuevo		



ÍNDICE

HOJA DE CONTROL.....	1
ÍNDICE	2
1. PRESENTACIÓN.....	3
2. INTRODUCCIÓN.....	6
3. MARCO LEGAL Y NORMATIVO	9
4. DIAGNÓSTICO EN MATERIA DE COMUNICACIÓN SOCIAL Y DIFUSIÓN	12
4.1 FACTORES INTERNOS	122
4.1.1 FORTALEZAS	122
4.1.2 DEBILIDADES	18
4.2 FACTORES EXTERNOS	19
4.2.1 OPORTUNIDADES.....	20
4.2.2 AMENAZAS	23
5. ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN EXTERNA.....	26
5.1 OBJETIVO GENERAL.....	26
5.2 PROCESOS POR COMUNICAR.....	26
5.2.1 PROCESO ELECTORAL LOCAL 2020-2021	26
5.2.2 VOTO CHILANGO DESDE EL EXTRANJERO.....	31
5.2.3 DIFUSIÓN ORDINARIA DE PROGRAMAS INSTITUCIONALES.....	33
6. ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN INTERNA.....	36
6.1 OBJETIVO GENERAL.....	36
6.2 PROCESOS POR COMUNICAR.....	36
6.2.1 SENTIDO DE IDENTIDAD INSTITUCIONAL	37
6.2.2 SISTEMA DE GESTIÓN DE CALIDAD ELECTORAL	39
6.2.3 PERSPECTIVA DE GÉNERO Y DERECHOS HUMANOS.	40
7. MATRIZ DE RIESGOS Y OPORTUNIDADES	42
CRONOGRAMA	45



1. PRESENTACIÓN

El *Reglamento Interior del Instituto Electoral de la Ciudad de México*, en su artículo 28, fracción III, establece que a la Unidad Técnica de Comunicación Social y Difusión (UTCSyD) le corresponde presentar a la Secretaría Ejecutiva la propuesta anual de la Estrategia de Difusión Institucional, para ser sometida a consideración de la Junta Administrativa. Dicha estrategia, deberá procurar difundir de manera eficaz y eficiente los programas, políticas y actividades institucionales.

En atención a dicha disposición normativa, la UTCSyD presenta la *Estrategia de Difusión Institucional del Instituto Electoral de la Ciudad de México 2021*, documento rector que permitirá planear, instrumentar y evaluar la comunicación de los fines y objetivos institucionales, las políticas y programas generales, así como la difusión de actividades ordinarias sustantivas y las concernientes al desarrollo del Proceso Electoral Local Ordinario 2020-2021.

El documento se encuentra alineado con los objetivos institucionales establecidos en el *Plan General de Desarrollo Institucional 2020-2023*, así como con los programas generales que encabezan las áreas directivas, ejecutivas y técnicas del Instituto Electoral de la Ciudad de México (IECM). Asimismo, encuentra armonía con el Sistema de Gestión de Calidad Electoral (SGCE), el cual, en su mapa de procesos, contiene la ficha de proceso de Comunicación Interna y Externa, misma que establece el flujo de comunicación entre las áreas del Instituto; así como del organismo hacia las y los habitantes de la Ciudad de México.

De igual forma, toma en consideración el análisis de factores internos y externos que semestralmente elabora la Secretaría Administrativa, con el fin de identificar los riesgos y oportunidades en el contexto actual y a futuro.

Conformado por ocho apartados, en cada uno de ellos se describen las distintas actividades a realizar. En los primeros tres, titulados “Presentación”; “Introducción”; “Marco Legal y Normativo”, se mencionan las disposiciones que regulan las competencias en materia de comunicación institucional y las facultades del IECM en materia de



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

Enseguida, en el apartado “Diagnóstico en materia de Comunicación Social y Difusión” se expone el *Informe de Evaluación de Factores Internos y Externos*, mismo que incorpora un análisis FODA y se examinan diversos contextos en materia de comunicación. Asimismo, se da a conocer el análisis respecto al estatus actual en el que se encuentra la participación de las y los habitantes de la Ciudad de México en asuntos públicos, así como los factores internos y externos que atañen al Instituto.

En los apartados “Estrategia de Comunicación Externa” y “Estrategia de Comunicación Interna”, se señala el objetivo general de cada una, así como los procesos a comunicar con público objetivo, alianzas estratégicas, líneas de acción y evaluación (metas e indicadores).

Como séptimo apartado, se encuentra la “Evolución del Modelo de Comunicación Institucional”, en donde se describen las acciones que permitirán mejorar el desempeño de la comunicación interna y externa, atendiendo la mejora continua.

Finalmente, en el “Cronograma”, se enlistan todas y cada una de las actividades planeadas para el 2021, así como su periodo de ejecución.

La Estrategia de Difusión posibilita la comunicación de manera integral de cada una de las actividades institucionales, procurando abreviar de las experiencias para potenciar las fortalezas institucionales.

En el contexto de la emergencia sanitaria por el virus SARS-CoV2 (COVID-19), se establece que el desarrollo de esta Estrategia irá acompañada de uso exponencial de las nuevas Tecnologías de la Información y Comunicación (TIC's), con el fin de lograr un mayor acercamiento e interacción con la ciudadanía.



**Estrategia de Difusión
Institucional del Instituto
Electoral de la Ciudad de
México 2021**

IECM-JA021-21

Página 5 de 45

Revisión: 0/2021

Código: IECM/ES/UTCSyD/SGCE/XXXX

Fecha de emisión: 15-02-2021

Conforme a la *Matriz de Comunicación Interna- y Externa* (IECM/FR/UTCSyD/SGCE/01/2019) del Sistema de Gestión de Calidad Electoral, la cual establece *quiénes comunican, qué comunican, cuándo comunican, a quién comunican y cómo comunican*, la Estrategia de Difusión enlista líneas de acción que la UTCSyD implementará a lo largo del año en el menester de que las demás áreas del IECM habrán de alinear sus esfuerzos en materia de difusión de sus propias actividades.

Finalmente, esta estrategia contempla las oportunidades de mejora derivada de los resultados de la Revisión por la Alta Dirección en noviembre de 2020 y los hallazgos detectados en la auditoría externa, llevada a cabo del 23, 28 y 29 de diciembre de 2020.



2. INTRODUCCIÓN

La Estrategia de Difusión Institucional 2021 tiene como principal propósito contribuir al posicionamiento del IECM como el organismo público autónomo encargado que consolidar el régimen democrático en la capital del país y facilitar los espacios para favorecer el diálogo y la toma de decisiones de quienes habitan la Ciudad de México.

Los principales ejes para el desarrollo de actividades en materia de difusión son: educación para la vida en democracia; divulgación de la cultura democrática y de los derechos político-electorales; fortalecimiento del régimen de partidos políticos; fortalecimiento del desarrollo de conocimientos, valores y prácticas democráticas; aseguramiento del buen funcionamiento de los instrumentos y mecanismos de participación ciudadana; desarrollo y coordinación para la implementación de acciones de educación, asesoría a los órganos de representación ciudadana, las organizaciones ciudadanas, los servidores públicos y la ciudadanía en general; evaluación de desempeño de Comisiones de Participación Comunitaria y la promoción de los principios rectores de la participación ciudadana.

En este año, el IECM tiene establecidas tareas sustantivas, las cuales habrá de comunicar: el Proceso Electoral Local Ordinario 2020-2021; las actividades preparatorias para la organización de la Consulta Ciudadana de Presupuesto Participativo 2022; y la integración de los Comités de Ejecución y Vigilancia de cada Unidad Territorial.

Estas actividades, invariablemente, se verán impactadas por la pandemia derivada de la proliferación del virus SARS-CoV2 (COVID-19). Esta situación, generará incertidumbre para el desarrollo de las actividades del IECM, de cualquier institución pública y para la sociedad en general. Por ello, el presente instrumento considera diversas acciones para obtener, en la medida de lo posible, los mejores resultados.



Con base en el *Acuerdo del Consejo General del Instituto Electoral de la Ciudad de México, por el que se autoriza la celebración de sesiones virtuales o a distancia ordinarias, extraordinarias y urgentes del propio Consejo General y de sus Comisiones a través de herramientas tecnológicas, durante el periodo de medidas sanitarias derivado de la pandemia COVID-19 (IECM/ACU-CG-032/2020), aprobado el 30 de abril de 2020*, el IECM ha emprendido acciones para que el cumplimiento de las actividades institucionales se realice de conformidad con las medidas sanitarias, buscando, en todo momento, que el cuidado a la salud tenga similar jerarquía que el desarrollo y cumplimiento de las actividades institucionales. De este modo, se observa un área de oportunidad para reforzar los trabajos realizados durante los últimos años.

Con el fin de realizar una amplia difusión del Proceso Electoral Local Ordinario 2020-2021 y de las demás actividades institucionales, se optará por el uso de herramientas digitales de gran alcance.

En el ámbito de comunicación interna, se debe continuar en la consolidación del sentido de identidad y pertenencia institucional entre el personal, como resultó evidente en los resultados de la auditoría externa a los procesos del Sistema de Gestión de Calidad Electoral, con motivo del proceso de certificación de la ISO Electoral 2019 (ISO/TS54001:2019).

Adicionalmente, debe continuarse con esfuerzos para arraigar y fortalecer las buenas prácticas que refrenden el respeto a los derechos laborales y el desarrollo integral en igualdad de oportunidades del personal, aspecto a considerar en la Norma Mexicana en Igualdad Laboral y No Discriminación NMX-R-025-SCFI-2015, con la que cuenta la institución con el distintivo ORO, por parte de la Asociación de Normalización y Certificación.



La Estrategia busca constituirse en un referente institucional que comprenda líneas estratégicas que permitan difundir el *Plan General de Desarrollo Institucional 2020-2023*, entre los que se encuentran:

- **Transparencia.** Difundir lo que la gente tiene derecho a ver, y hacerlo de forma clara y entendible.
- **Enfoque/perspectiva de género.** Difundir la integración de herramientas conceptuales que busquen mostrar que las diferencias entre mujeres y hombres se dan no sólo por su determinación biológica, sino también por las diferencias culturales asignadas a los seres humanos.
- **Enfoque de derechos humanos.** Difundir cada análisis, perspectiva y estrategia orientados a la promoción y la protección de los derechos humanos como un medio y un objetivo de cualquier iniciativa de desarrollo.
- **Enfoque al usuario.** Difundir que el IECM sitúa a la persona usuaria en el punto central del quehacer institucional, para asegurar que se:
 - Identifican sus necesidades de forma presente, futura y se satisfacen,
 - Realizan esfuerzos permanentes para superar sus expectativas y generar confianza.
 - Mida la satisfacción de las personas usuarias y se actúe con base en los resultados, de forma tal que sea posible mejorar los servicios que el Instituto Electoral brinda.
 - Comuniquen y comprendan sus necesidades y expectativas.



3. MARCO LEGAL Y NORMATIVO

La *Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos* (CPEUM), en su artículo 35, enmarca los derechos político-electorales de la ciudadanía, entre los que destacan decidir las formas de gobierno; así como votar y ser votados.

Por otro lado, la *Ley General de Instituciones y Procedimientos Electorales* (LGIPE), en sus artículos 98, 99 y 104, dota a los Organismos Públicos Locales Electorales (OPLE's) de personalidad jurídica y patrimonio propios; los provee de independencia en sus decisiones y funcionamiento; establece sus atribuciones e integración; entre otras.

En el ámbito de la normatividad local, la *Constitución Política de la Ciudad de México* (CPCM), en sus artículos 46 y 50, establece que el IECM es un organismo autónomo de carácter especializado e imparcial y tiene como atribuciones, entre otras, el fortalecimiento de la cultura democrática, construcción de ciudadanía y participación ciudadana.

El *Código de Instituciones y Procedimientos Electorales de la Ciudad de México* (CIPECM), en su artículo 36, establece que al IECM le corresponde la organización, el desarrollo y la vigilancia de los procesos electorales para las elecciones de Jefatura de Gobierno, diputaciones al Congreso y de las alcaldías en la Ciudad de México, así como de los instrumentos de participación ciudadana. En el párrafo tercero, fracción V, de dicho artículo, se establece que debe garantizar la realización de los procesos electivos de los órganos de representación ciudadana e instrumentos de participación ciudadana, conforme a la *Ley de Participación*. Además, la fracción X, del mismo artículo establece el derecho de las niñas, niños, adolescentes y personas jóvenes, como parte de su educación cívica, a participar en la observación electoral y en los ejercicios de participación ciudadana, así como en la toma de decisiones públicas que afecten su desarrollo y entorno.

El artículo transitorio de dicha Ley, instruye al IECM a realizar las acciones necesarias para difundir entre la ciudadanía su contenido, atendiendo el principio de Máxima Publicidad. Por otro lado, el Artículo 15, segundo párrafo, fracciones I y V, establece que las autoridades, entre ellas el IECM, deben realizar campañas de difusión de los valores y



principios de la participación ciudadana, así como la difusión y conocimiento de los mecanismos e instrumentos de participación ciudadana y órganos de representación ciudadana.

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

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

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

En el marco normativo institucional, *el Reglamento Interior del Instituto Electoral de la Ciudad de México*, establece en su artículo 28, las atribuciones de la UTCSyD en materia de comunicación y difusión integral de las actividades institucionales; entre ellas, está la de coadyuvar en el diseño y aplicación de estrategias y campañas de promoción del voto, de difusión de la cultura democrática, de manera incluyente no discriminatoria y no sexista.

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



**Estrategia de Difusión
Institucional del Instituto
Electoral de la Ciudad de
México 2021**

IECM-JA021-21

Página 11 de 45

Revisión: 0/2021

Código: IECM/ES/UTCSyD/SGCE/XXXX

Fecha de emisión: 15-02-2021

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



4. DIAGNÓSTICO EN MATERIA DE COMUNICACIÓN SOCIAL Y DIFUSIÓN

Durante 2021, el Instituto Electoral de la Ciudad de México afrontará un contexto externo e interno de alta complejidad, inédito y con importantes retos en materia de comunicación social y difusión.

Para afrontar con éxito cada uno de los aspectos que a continuación se analizarán, se deberá emplear la experiencia, el profesionalismo y capacidad de adaptación, la cual deberá acompañarse de las Tecnologías de la Información y Comunicación (TIC's), así como los medios de comunicación tradicionales, para difundir y comunicar los planes, programas y proyectos institucionales a quienes habitan la capital del país,

Un insumo que mide el estatus actual en el que se encuentra el IECM es el *Informe de Evaluación de Factores Internos y Externos*, el cual incorpora un análisis FODA con relación a los factores internos y externos que atañen al Instituto. De igual forma, se examinarán contextos en materia de comunicación que podrían impactar el quehacer institucional.

4.1 FACTORES INTERNOS

4.1.1 FORTALEZAS

Por “fortalezas” se entiende lo que el Instituto hace bien y, por lo tanto, puede utilizar con éxito. En este sentido, conforme a la Matriz de impacto en medios de comunicación (IECM-FR-UTCSyD-02-2019), declarada en el SGCE, se tiene, en promedio un posicionamiento positivo del 88.67% en los temas coyunturales del IECM.



En ese sentido, respecto al reporte de la Matriz de alcance en redes sociales (IECM-FR-UTCSyD-03-2019), se tienen, en promedio, más de medio millón de impresiones al mes; es decir, los mensajes institucionales llegan a más de seis millones de personas al año, lo que se traduce en que el IECM cuenta con perfiles digitales consultados para obtener información de su quehacer institucional.

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

Al corte de diciembre de 2020, en las cuentas institucionales que son dirigidas a habitantes de la Ciudad de México, se tiene la siguiente información:

- Twitter: 39,097 seguidores.
- Facebook: 40,870 seguidores.

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

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

Estado	Cuenta	Número de seguidores en Twitter
Aguascalientes	@IEEAGS	6,185
Baja California	@IEE_BC	4,449
Baja California Sur	@ieebcs	1,237
Campeche	@IEECampeche	4,922
Chiapas	@IEPCChiapas	9,914
Chihuahua	@IEEChihuahua	3,675
Ciudad de México	@IECM	39,097
Coahuila	@IECoahuila	7,438
Colima	@IEECOLIMA	3,325
Durango	@IEPCDurango	6,240
Estado de México	@IEEM_MX	21,204



Estado	Cuenta	Número de seguidores en Twitter
Guanajuato	@IEEG	6,974
Guerrero	@IEPCGRO	3,046
Hidalgo	@IEEHidalgo	6,874
Jalisco	@iepcjalisco	20,783
Michoacán	@IEMich	5,891
Morelos	@impepac	4,046
Nayarit	@IEENayarit	2,251
Nuevo León	@ceenlax	6,369
Oaxaca	@IEEPCO	14,241
Puebla	@Puebla_IEE	13,562
Querétaro	@IEEQcomunica	8,342
Quintana Roo	@IEQROO_oficial	5,134
San Luis Potosí	@ceepac	3,553
Sinaloa	@IEESINALOA	1,357
Sonora	@IEESonora	7,552
Tabasco	@IEPCTabasco	10,110
Tamaulipas	@TodosSomosIETAM	2,884
Tlaxcala	@ITETLAX	1,101
Veracruz	@ople_Ver	8,674
Yucatán	@IEPACYucatan	2,451
Zacatecas	@IEEZcs	4,481

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

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

Estado	Cuenta	Número de seguidores en Facebook
Aguascalientes	IEEAGS	5,454
Baja California	IEE_BC	21,294
Baja California Sur	ieebcs	5,205
Campeche	IEECampeche	8,882
Chiapas	IEPCChiapas	23,500
Chihuahua	IEEChihuahua	29,593
Ciudad de México	IECM	40,870
Coahuila	IECoahuila	11,541
Colima	IEECOLIMA	8,266
Durango	IEPCDurango	8,600
Estado de México	IEEM_MX	80,032



Estado	Cuenta	Número de seguidores en Facebook
Guanajuato	IEEG	41,614
Guerrero	IEPCGRO	23,346
Hidalgo	IEEHidalgo	40,830
Jalisco	iepcjalisco	39,861
Michoacán	IEMich	14,600
Morelos	impepac	8,551
Nayarit	IEENayarit	8,728
Nuevo León	ceenlmx	41,191
Oaxaca	IEEPCO	16,407
Puebla	Puebla_IEE	13,899
Querétaro	IEEQcomunica	17,470
Quintana Roo	IEQROO_oficial	7,368
San Luis Potosí	ceepac	11027
Sinaloa	IEESINALOA	6,095
Sonora	IEESonora	7,930
Tabasco	IEPCTabasco	13,375
Tamaulipas	TodosSomosIETAM	8,653
Tlaxcala	ITETLAX	5,020
Veracruz	OPLEVeracruz	21,124
Yucatán	IEPACYucatan	12,836
Zacatecas	IEEZacatecas	10,645

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

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

En la cuenta que es dirigida al extranjero, a diciembre de 2020, se cuenta con:

- Twitter: 2,917 seguidores.

Facebook: 22,100 seguidores.



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

Derivado del análisis realizado en diciembre de 2020 en los analíticos del sitio web, se destaca lo siguiente:

- El rango de edad entre los usuarios que más visitan el sitio es de 25 a 34 años.
- Los usuarios que más visitan el sitio pertenecen a la Ciudad de México.
- La mayor cantidad de tráfico recibido a través de redes sociales proviene de Facebook.
- El sitio tiene un promedio de porcentaje de rebote de 44.8%, lo cual es favorable si se toma en cuenta que un rebote representa el tiempo en que un usuario entra a una sección dentro del sitio y abandona el sitio por completo.
- Se presenta el contenido más destacable en la primera vista del sitio para que el usuario la encuentre de manera accesible y fácil.

Asimismo, el sitio se caracteriza por ser una plataforma segura, al tener un certificado web (SSL).

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

- En 2017, el IECM obtuvo dos preseas, la medalla de plata en la categoría de “Mejor Campaña de Fomento al Voto”, por la premiación Reed Latino. Asimismo, fue galardonado con la estatuilla “El Ángel de la Radio” otorgada por la Asociación de Radio del Valle de México por el spot “Olé Olé”



- En 2018, el Instituto obtuvo el primer lugar en los premios Reed Latino por mejor campaña de fomento al voto y tercer lugar en manejo de redes sociales en una campaña electoral. Además, obtuvo el máximo reconocimiento por mejor campaña de correo directo y el segundo lugar en la categoría de fomento al voto en el extranjero.
- En 2020, el IECM obtuvo el primer lugar en los premios Reed Latino por la campaña musical "PartyCipa".

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

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

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



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

4.1.2 DEBILIDADES

De manera estructural, durante 2021, la pandemia por el virus SARS-CoV2 (COVID-19) y las restricciones presupuestales podrían afectar la difusión y comunicación del cumplimiento de las obligaciones institucionales.

Las actividades ordinarias y los ciclos electorales tendrán un antes y un después a partir de esta contingencia sanitaria; ello demanda y exigirá un nivel de adaptación y reconversión conforme evolucionen las estadísticas y las acciones de las autoridades en materia de salud para retomar la nueva normalidad.

Las elecciones intermedias no generan similar nivel de participación que las elecciones de renovación del Poder Ejecutivo de la Ciudad de México. El nivel de atención público se centrará, sobre todo, en el desarrollo de la pandemia y la evolución de la recuperación económica.

La confianza de la ciudadanía y los partidos políticos en el uso de herramientas tecnológicas para el Proceso Electoral se constituye en un reto importante a consolidar debido a las fallas registradas en el sistema electrónico de votación durante la Elección de



Comisiones de Participación Comunitaria y Consulta sobre los Presupuestos Participativos para el 2020 y 2021, lo cual representó debilidad y afectación a la credibilidad institucional.

Aunado a lo anterior, el IECM no cuenta con un documento regulatorio y metodológico que establezca lineamientos de operación de sus redes sociales; ello cobra relevancia porque según un estudio a 37 países realizado por el *Reuters Institute* le dio a México el segundo lugar en exposición de noticias falsas, conocidas como "*fake news*", sólo por debajo de Turquía.

En este sentido, a pesar de que en el artículo 28, fracción XVIII del Reglamento Interior del IECM, se señala que la única área facultada para administrar cuentas en redes sociales es la UTCSyD, actualmente existen, por lo menos, diez cuentas en redes sociales que hablan a voz del Instituto.

Lo anterior, se traduce en un problema en la forma en que el Instituto se comunica, lo cual ocasiona que las campañas de comunicación en redes sociales y gráficas se vean dispersas y sin una identidad propia, al ser varias las áreas las que generan contenidos y productos sin respetar el propio Manual de Identidad Gráfica y la línea editorial de la UTCSyD, causando confusión entre la población.

4.2 FACTORES EXTERNOS

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



4.2.1 OPORTUNIDADES

La pandemia por el virus SARS-CoV2 (COVID-19) constituye una oportunidad para reinventar la comunicación de las actividades, planes y programas institucionales. La organización del proceso electoral y de los procesos de participación ciudadana se habrán de transformar, para realizarse vía remota o bien de manera combinada entre lo presencial y lo virtual.

Generar y fortalecer los modelos de comunicación segmentados, con precisión para hacer llegar los mensajes, serán fundamentales para que la pandemia no afecte el cumplimiento eficiente de las obligaciones institucionales.

Aunado a lo anterior, las restricciones presupuestales serán una oportunidad para hacer más con menos y mejorar la capacidad creativa con los recursos disponibles.

La comunicación es un factor indispensable en la organización de la elección en esta nueva realidad, al requerir estrategias que permitan transmitir oportunamente a la ciudadana las nuevas medidas y mitigar los temores existentes y los que puedan surgir. El votante debe tener confianza en los protocolos diseñados y en la eficacia de las medidas que se tomen para resguardar la integridad del sufragio, sin poner en riesgo su salud.

El Instituto Interamericano de Derechos Humanos sostiene que la confianza en la institución electoral y en su manejo de las distintas etapas del proceso electoral, es clave para la credibilidad en los comicios y, a su vez, para crear condiciones para su legitimidad. El Instituto establece que “es necesario implementar una comunicación clara y



anticipada para brindarle a la ciudadanía toda la nueva información acerca del proceso de votación, las medidas sanitarias vinculadas con su participación, con especial énfasis en la importancia de resguardar no sólo su derecho a elegir, sino su derecho a hacerlo de la manera más segura posible. El organismo electoral debe presentarse como la fuente principal de esta información y, para lograrlo, se debe definir una estrategia de comunicación asertiva y pedagógica, con mensajes claros, una amplia difusión y el recurso a diferentes medios”. Debe ser, indica, una comunicación constante de los organismos electorales, además de educar y capacitar, tiene otro fin: disminuir los temores de la ciudadanía sobre potenciales riesgos a su salud a la hora de ejercer el sufragio.

Por otro lado, en el 15° estudio *“Los hábitos de los usuarios de internet en México”*, la Asociación de Internet MX estimó que hay cerca de 79.1 millones de usuarios, indicando que el 71% de la población mexicana navega en internet. El estudio de consumo de medios y dispositivos entre internautas mexicanos 2018, de IAB México, señala que las redes sociales de Facebook, Instagram y YouTube se encuentra entre las tres plataformas con uso más frecuente por el usuario y según la revista Forbes (febrero 2019), México figura entre los cinco países con mayor número de usuarios en Facebook, con un aproximado de 85 millones.

Asimismo, académicos de la Facultad de Ciencias Políticas y Sociales de la Universidad Autónoma de la Ciudad de México, en 2020 realizaron un estudio de Comunicación Política Aplicada, en donde destacan lo siguiente.

- El 26.05% de internautas que ingresan a YouTube a nivel nacional, se encuentra en la región de la Ciudad de México.
- El 34.25% de internautas que ingresan a YouTube a nivel nacional, se encuentra en la región de la Ciudad de México.
- El 40.89% de internautas que ingresan a Facebook a nivel nacional, se encuentra en la región de la Ciudad de México.



-
- El 47.13% de internautas que ingresan a Twitter a nivel nacional, se encuentra en la región de la Ciudad de México.
 - México ocupa el 5º lugar a nivel mundial en cuanto al número de usuarios activos por mes en Facebook
 - 83 millones de mexicanos tienen una cuenta de Facebook
 - 99 de cada 100 mexicanos que tienen acceso a Internet tienen una cuenta de Facebook
 - Los mexicanos en promedio dedican de 2 a 3 horas al día al uso de Facebook
 - La página de Facebook ocupa el 5º lugar de los sitios que más visitan los usuarios de Internet en México
 - En los últimos 5 años, Instagram es la red sociodigital que más ha crecido en México.
 - Cada 100 usuarios que usan internet, 68 tienen una cuenta de Instagram
 - México ocupa el 10º lugar a nivel mundial en cuanto al número de usuarios activos por mes en Twitter
 - 31 millones de mexicanos tienen una cuenta de Twitter
 - 39 de cada 100 mexicanos que tienen acceso a Internet tienen una cuenta de Twitter
 - Los mexicanos en promedio dedican de 1 a 2 horas al día al uso de Twitter
 - La página de Twitter ocupa el 11º lugar de los sitios que más visitan los usuarios de Internet en México
 - México ocupa el 5º lugar a nivel mundial en cuanto al número de usuarios activos por mes en YouTube
 - 72 millones de mexicanos tienen una cuenta de YouTube
 - 83 de cada 100 mexicanos que tienen acceso a Internet tienen una cuenta de YouTube
 - Los mexicanos en promedio dedican de 1 a 2 horas al día al uso de YouTube
 - La página de YouTube ocupa el 7º lugar de los sitios que más visitan los usuarios de Internet en México



Lo anterior, es una oportunidad para ejecutar las campañas de manera precisa y con el lenguaje adecuado a cada red social descrita.

Como resultado del servicio para la realización de un sondeo sobre medios y canales de difusión institucional del Instituto Electoral de la Ciudad de México (IECM) 2020, se destacó que:

- Se requiere fortalecimiento de la imagen y elevar nivel de confianza al Instituto Electoral de la Ciudad de México para que los habitantes identifiquen y asocien las campañas de comunicación con el IECM.
- Ante cambio de audiencias y hábitos de consumo de medios acentuado por la situación de la Pandemia con el confinamiento de la población, es necesario realizar una estrategia de difusión que fortalezca la comunicación digital y evalúe la pertinencia de la difusión a través de medios físicos.
- Realización de estudios de mayor profundidad que permita conocer el tipo de contenidos, dispositivos y elementos comunicacionales que consumen los habitantes de la Ciudad de México para diseñar mensajes estratégicos a través de la micro e hiper segmentación.

Con relación al Proceso Electoral Local Ordinario 2020-2021, existen elementos externos a considerar para el desarrollo de productos comunicacionales en el contexto actual, que podrían representar una oportunidad para la Institución a la hora de atenderlos y comunicar, es el caso de violencia política por razones de género, primovotantes, atención a personas con discapacidad, noticias falsas, conversación de actores políticos y tratamiento de información en espacios que difunden noticias. En cada caso, el organismo electoral habrá de implementar acciones de monitoreo, análisis y atención de casos, y sobre todo diseñar campañas específicas dirigidas a la población y a personas actores políticas.

4.2.2 AMENAZAS



La pandemia por el virus SARS-CoV2 (COVID-19) será una de las principales amenazas para el desarrollo de las actividades institucionales, así como del proceso electoral. Eventualmente, el temor a posibles contagios podría inhibir la participación en cada una de las actividades que desarrolle el instituto, sobre todo, en lo referente a la jornada electoral del 6 de junio de 2021.

No debe olvidarse que, históricamente, las elecciones intermedias registran niveles de votación inferiores a las elecciones para elegir Jefatura de Gobierno. El siguiente cuadro ilustra los niveles de participación, en términos porcentuales, la participación registrada

Tabla 3. Niveles de participación electoral 2000-2018

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

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

Junto con ello, la restricción presupuestaria habrá de establecerse como una variable relevante toda vez que se carece de la certeza si se contará con la misma.

De igual forma, otro peligro latente está en la instrumentación de posibles “campañas negras” en contra del IECM, toda vez que diversos actores pueden utilizar las redes sociales para descalificar la actuación del árbitro electoral, tratando de mermar su legitimidad. Ante ello, se debe procurar un monitoreo permanente, a fin de detectar posibles ataques y poder contrarrestarlos y/o atenderlos de manera oportuna.

En un contexto de avance cibernético y mayor uso de plataformas digitales, la posible intrusión de *hackers* en el escenario político juega también un factor de riesgo adicional,



dado que el IECM podría ser sujeto a riesgos de vulnerabilidad en sus plataformas digitales y redes sociales institucionales.

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

Por ello, es conveniente observar la amenaza que podría vulnerar la imagen institucional e inhibir la participación de la ciudadanía en la jornada electoral y que esta sea inferior a la de los procesos electorales intermedios de elecciones pasadas.

Además, existe el posible desinterés del público en los temas de Participación Ciudadana por los temas que se difunden mayormente en la agenda mediática.

Los pronunciamientos oficiales por desaparecer a órganos autónomos, entre ellos el INE, podrían poner en riesgo las actividades democráticas y, a la vez, generar reacciones en redes sociales provocando la desinformación.

La escasa participación que se genera cíclicamente en elecciones intermedias, al no haber incentivos como el cambio en Jefatura de Gobierno, Senaduría y Presidencia de la República, es otro factor a considerar en este proceso electoral del 2021 y del que posiblemente inicie en el segundo semestre como preparativo al 2022.

La agenda política y mediática en Estados Unidos podría generar distractores para la promoción de espacios informativos y pautado en EEUU y una adecuada promoción orgánica de entrevistas e información acerca de la figura de Diputación Migrante.



5. ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN EXTERNA

Avanzar en la consolidación de la imagen institucional constituye el eje principal de la comunicación. Una imagen que permita situar a la institución en el referente colectivo como autónoma, independiente, imparcial y objetiva, capaz de organizar una elección en apego a los principios rectores, así como promover y difundir la cultura y educación cívica.

5.1 OBJETIVO GENERAL

Formular, programar y ejecutar las herramientas de comunicación social que permitan difundir de manera eficaz y eficiente los programas, políticas y actividades del IECM, con particular atención en cada una de las etapas del proceso electoral ordinario 2020-2021, potenciando el ejercicio de los derechos político-electorales de la ciudadanía e impulsando una visión vanguardista y reconocida a nivel nacional e internacional.

5.2 PROCESOS POR COMUNICAR

A continuación, se describe el objetivo, público específico, las acciones a realizar y los indicadores que permitirán evaluar cada campaña que operará durante 2021, las cuales son: el Proceso Electoral Local 2020-2021, las actividades vinculadas con los procesos de participación ciudadana y las actividades ordinarias.

5.2.1 PROCESO ELECTORAL LOCAL 2020-2021

Objetivo: garantizar la difusión del desarrollo de cada una de las etapas del proceso electoral con apego a los principios que rigen la vida institucional, sumando a ello la comunicación de las medidas que se adopten en contribución para garantizar la salud de la ciudadanía para su participación en las elecciones.



5.2.1.1 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

1. Fortalecer el posicionamiento del IECM como la institución encargada de organizar y encauzar el proceso electoral, con apego a los principios rectores de certeza, legalidad, imparcialidad, independencia, objetividad, transparencia y máxima publicidad.
2. Llamar a la participación ciudadana en cada uno de los mensajes e instrumentos comunicacionales.
3. Comunicar eficientemente a la ciudadanía los protocolos que se adopten en contribución para garantizar la salud en cada una de las etapas del proceso electoral.
4. Promover una estrategia digital que permita afrontar, en tiempo de pandemia, las obligaciones que le otorga la normatividad al IECM.
5. Desarrollar e implementar una campaña específica en materia de violencia política por razones de género, que implique resaltar el compromiso con la prevención, detección y combate a probables asuntos derivados de.
6. Afianzar la imagen del IECM como referente de la gestión electoral a nivel nacional e internacional.
7. Comunicar el desarrollo del Proceso Electoral Local 2020-2021 en cada una de sus etapas.
8. Diseñar campañas específicas respecto a la emisión del voto de personas con discapacidad y primovotantes.
9. Crear el protocolo para manejo de crisis, detección, análisis y desarticulación de *fakenews* y combate a la desinformación
10. Operar un manual de crisis y, sus consecuentes planes de control para actuar en caso de detectar alguna acción que desfavorezca al IECM.



11. Diagnosticar y generar escenarios de identificación de noticias falsas y qué hacer en caso de encontrarlas, así como la creación de estrategias de desarticulación de las mismas.
12. Monitorear y atender las posibles crisis que se podrían llegar a desarrollar en plataformas digitales. Además, de vincular al IECM con un perfil reconocido en redes sociales especializado en la aclaración de *FakeNews* para difundir la verdad de los hechos.
13. Instaurar un plan de monitoreo de espacios que difunden noticias con perspectiva de género.
14. Concretar un Pacto de Conducta Digital, que promueva e incentive las buenas prácticas entre los principales actores del proceso electoral, a fin de que las personas que participen en la vida política de la capital del país, las instituciones políticas, los partidos o actores políticos que participen en las elecciones, se abstengan de difundir noticias falsas o artículos que causen la desinformación entre la ciudadanía.
15. Coadyuvar en la instrumentación de un bunker digital, mediante el cual se integre por distintas áreas de la institución y permita la detección y combate de cualquier posicionamiento digital que no beneficie el sano desarrollo del proceso electoral.

5.2.1.2 PÚBLICO OBJETIVO

Habitantes de la Ciudad de México mayores de 18 años.

5.2.1.3 ALIADOS ESTRATÉGICOS

- Partidos políticos, candidaturas sin partido y dirigencias partidistas



-
- Gobierno de la Ciudad de México, Alcaldías, Congreso de la Ciudad de México y órganos locales autónomos.
 - Ciudadanía activa en plataformas digitales y redes sociales
 - Observadores electorales integrantes de la Red de Observación del IECM
 - Representantes de medios de comunicación que realizan la cobertura de las actividades institucionales.

5.2.1.4 LÍNEAS DE ACCIÓN

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

- Conferencias y reuniones (virtuales y, en su momento, de forma presencial) con reporteros y líderes de opinión para explicar las etapas del proceso electoral.
- Generación de contenidos y mensajes institucionales en los que se difundan los protocolos que se adopten para garantizar la salud de la ciudadanía en cada una de las etapas del proceso electoral.
- Creación y generación de contenidos que llamen a la participación ciudadana.
- Cobertura informativa de los eventos institucionales que se realicen en materia de la elección, la cual conste de emisión de boletines de prensa, levantamiento de material fotográfico y de video en el lugar del evento para su difusión en redes sociales.
- En su caso, transmisión en vivo de eventos en el canal de YouTube, así como en las cuentas institucionales del IECM en Facebook y Twitter.
- Monitoreo y seguimiento de la información que se genere en medios de comunicación impresos y electrónicos.



- Generación de entrevistas en radio y televisión, así como en plataformas digitales.
- Diseño y producción de materiales auxiliares de difusión para los programas de las demás áreas del IECM.
- Generación y producción de cápsulas de video institucionales.
- Contratación de pauta en redes sociales en Ciudad de México.
- Activaciones en exteriores y calles, si el semáforo epidemiológico lo permite.
- Anuncios en mobiliario urbano y de medios de transporte tanto visual impreso como en video.
- Grabaciones de audio para perifoneo y telefonía (IP Phone).
- Instauración de campañas mediante el uso de nuevas plataformas electrónicas como banners en dispositivos móviles (celulares, tablets, etc.) como medio creciente en el uso de la información y del entretenimiento de la sociedad.
- Monitoreo de la conversación de actores políticos en redes sociales y portales web.

5.2.1.5 PERIODO DE EJECUCIÓN

Este proceso se ejecutará desde la aprobación de la estrategia y hasta la conclusión del proceso electoral.

5.2.1.6 EVALUACIÓN

A continuación, se describen las metas e indicadores que permitirán conocer el alcance y cumplimiento de los objetivos específicos:

Tabla 4. Metas e indicadores de difusión del Proceso Electoral Local Ordinario 2020-2021.

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



**Alcance de la conversación en redes sociales
(Twitter y Facebook)**

Alcance (A) = Número de impresiones del mes inmediato anterior (NiAnt) por cien, entre el número de impresiones del mes actual (NiaAct).

$$A = (NiAnt * 100) / NiaAct$$

5.2.2 VOTO CHILANGO DESDE EL EXTRANJERO

Difundir la figura de la diputación migrante entre la ciudadanía residente en el extranjero, mediante la cual pueden participar en el novedoso derecho político electoral para votar y ser votado desde el exterior en el proceso electoral 2020-2021.

5.2.2.1 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

1. Difundir entre la ciudadanía de la Ciudad de México radicada en el exterior la figura de diputación migrante.
2. Invitar a inscribirse en el Listado Nominal de Residentes en el Extranjero
3. Promover la emisión del voto.

5.2.2.2 PÚBLICO OBJETIVO

Chilangas y chilangos residentes en el exterior, así como familiares que conozcan a residentes fuera del país.

5.2.2.3 ALIADOS ESTRATÉGICOS

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

5.2.2.4 LÍNEAS DE ACCIÓN

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



- Entrevistas con medios de comunicación en las ciudades o países con mayor presencia de chilangas y chilangos en el extranjero
- Transmisión de mensajes y contenidos digitales que informen de este derecho político electoral
- Incentivar la obtención de la credencial de elector, activarla y votar para elegir a la primera diputación migrante.
- Realizar la cobertura de las actividades que consejeras y consejeros realicen con la comunidad chilanga residente en el exterior.
- Promover y difundir los eventos que se realicen, sea presenciales o virtuales con los aliados en esta campaña.
- Generar una estrategia digital claramente direccionada, segmentada y focalizada.
- Elaborar productos informativos acordes a las estrategias y mecanismos de difusión (videos, cápsulas, banners, gifs, etc.)
- Generar impactos visuales en plataformas y sitios donde interactúe la comunidad chilanga en el extranjero.
- Pautar en el extranjero la transmisión de spots y promocionales en medios de comunicación tradicionales, así como en plataformas electrónicas para complementar la información que se transmita mediante entrevistas y notas informativas que se promoverán en el extranjero con miembros del Consejo General de este Instituto.

5.2.2.5 PERIODO DE EJECUCIÓN

Este proceso se ejecutará desde la aprobación de la estrategia y hasta la conclusión del proceso electoral.

5.2.2.6 EVALUACIÓN

A continuación, se describen las metas e indicadores que permitirán conocer el alcance y cumplimiento de los objetivos específicos.



Tabla 5. Metas e indicadores de difusión del voto chilango Proceso Electoral Local Ordinario 2020-2021.

META	INDICADOR
Impacto positivo o neutro en, al menos, un 80% de notas periodísticas en medios de comunicación con presencia en el extranjero.	Impacto positivo (Ip) = Número de notas positivas (Np) por cien, entre la suma de notas publicadas (NP). $Ip = (Np*100)/NP$
Lograr, al menos, el alcance de los siguientes rubros: 50 entrevistas o reportajes en diferentes medios de trascendencia local y/o nacional en las ciudades de Estados Unidos. 1,000,000 impresiones en las plataformas sociales de influencers. 300,000 impresiones en plataformas de streaming de Televisión Digital. 500,000 vistas en YouTube. 1,000,000 vistas en Twitter. 9,000,000 de impresiones en anuncios publicitarios en sitios web de interés a las audiencias segmentadas en Estados Unidos. 1,430,000 impresiones en anuncios publicitarios en sitios web de interés a las audiencias segmentadas en Estados Unidos a través de banners y/o videos.	Totalidad de alcance (Ta) = Impresiones y vistas (Iv) por cien, entre la suma del número alcanzado (Na). $Ta = (Iv*100)/Na$

5.2.3 DIFUSIÓN ORDINARIA DE PROGRAMAS INSTITUCIONALES

El IECM es un órgano autónomo que está en constante actividad y, para ello, elabora anualmente los programas operativos anuales y de trabajo que permiten mantener un contacto habitual con la ciudadanía, órganos de representación ciudadana, asociaciones políticas y autoridades aliadas.



Al respecto, las actividades institucionales que derivan de los programas son las siguientes:

- Capacitación y difusión de instrumentos de Participación Ciudadana.
- Capacitación, educación, asesoría y comunicación sobre las atribuciones de los órganos de representación ciudadana, organizaciones ciudadanas y ciudadanía en general.
- Educación cívica y construcción de ciudadanía.
- Vinculación y fortalecimiento de las asociaciones políticas.
- Organización y geoestadística electoral
- Promoción y desarrollo de los principios rectores de la participación ciudadana

5.2.3.1 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Coordinación con las áreas respectivas para realizar la difusión permanente de cada programa.
- Difundir de manera eficaz y eficiente los programas, políticas y actividades institucionales.

5.2.3.2 PÚBLICO OBJETIVO

Vecinas, vecinos, habitantes y ciudadanía de la capital del país.

5.2.3.3 ALIADOS ESTRATÉGICOS

- Cuentas vecinales en redes sociales, específicamente Twitter, Facebook e Instagram
- Alcaldías
- Congreso de la Ciudad de México
- Gobierno de la Ciudad de México



- Órganos autónomos de la Ciudad de México
- Organizaciones Ciudadanas cuyo eje de acción sea la participación ciudadana

5.2.3.4 LÍNEAS DE ACCIÓN

Se elaborará una campaña de difusión que contemple actividades presenciales o a distancia mediante el empleo de medios tradicionales, alternativos y digitales, los objetivos específicos:

- Difusión vía remota o presencial de los concursos que se puedan convocar para promover la educación cívica.
- Atender la difusión de actividades que despliegue la Ludoteca Cívica (Luci) dirigidos a niñas, niños, adolescentes, padres y madres de familia, así como a docentes.
- Cobertura informativa de los eventos institucionales que se realicen, virtual o presencialmente, en materia de cada programa institucional, la cual consta de cobertura con emisión de boletines de prensa, levantamiento de material fotográfico y de video, en su caso, difusión en el lugar del evento en redes sociales.
- En su caso, transmisión en vivo de eventos en el canal de YouTube, Facebook y Twitter institucionales.
- Monitoreo y seguimiento de la información que se genere en medios de comunicación impresos y electrónicos.

5.2.3.5 PERIODO DE EJECUCIÓN

Este proceso se ejecutará durante todo el 2021.

5.2.3.6 EVALUACIÓN

A continuación, se describen las metas e indicadores que permitirán conocer el alcance y cumplimiento de los objetivos específicos.

Tabla 6. Metas e indicadores de difusión ordinaria de programas institucionales.

META	INDICADOR
Difusión de 90% de eventos realizados por IECM	Difusión de eventos (De) = Eventos atendidos (Ea), por cien, entre el número de eventos organizados (Eo). $De = (Ea \cdot 100) / Eo$

6. ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN INTERNA

La comunicación interna en tiempo de pandemia por el virus SARS-CoV2 (COVID-19), constituirá una herramienta esencial para articular y fortalecer la identidad del personal, así como alinear el cumplimiento de las obligaciones institucionales.

6.1 OBJETIVO GENERAL

Evitar la disolución del sentido de identidad y pertenencia entre el personal de la institución en la pandemia, así como generar instrumentos de comunicación para que se conozcan las actividades que desarrolla la institución en la organización del proceso electoral y las actividades ordinarias.

6.2 PROCESOS POR COMUNICAR

A continuación, se describe el objetivo, público específico, las acciones a realizar y los indicadores que permitirán evaluar las actividades a desarrollar durante 2021: fortalecer el sentido de identidad entre los trabajadores; no desperdiciar los esfuerzos relacionados



con el Sistema de Gestión de Calidad Electoral; optimizar el cumplimiento de Transparencia y Rendición de Cuentas e inducir el cumplimiento de la Perspectiva de Género y Derechos Humanos.

6.2.1 SENTIDO DE IDENTIDAD INSTITUCIONAL

La identidad institucional forma parte de un constructo que arropa y da forma a un ente público. Aún con la incertidumbre sobre los efectos y secuelas de la pandemia en el ámbito laboral, la identidad debe prevalecer. A la distancia, de manera virtual o presencial, el personal del IECM debe sentirse respaldado y cobijado por la institución. Por ello, se deberán comunicar oportunamente cada uno de los protocolos que se adopten en la institución para garantizar el conocimiento de las medidas que se toman para proteger la salud de quienes integran la institución.

6.2.1.1 OBJETIVO ESPECÍFICO

- Establecer acciones para evitar que se afecte la identidad institucional.
- Difundir los protocolos, medidas y acciones que se establezcan para garantizar la seguridad del personal de la institución.

6.2.1.2 PÚBLICO OBJETIVO

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

6.2.1.3 INSTANCIAS PARTICIPANTES

- Secretaría Administrativa
- Unidad Técnica de Sistemas Informáticos
- Dirección Ejecutiva de Educación Cívica y Construcción de Ciudadanía

6.2.1.4 LÍNEAS DE ACCIÓN

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

- Generación de contenidos multimedia para dar a conocer las medidas y protocolos que se adopten para favorecer el cuidado de la salud del personal.
- Este proceso se ejecutará durante todo el 2021.

6.2.1.6 EVALUACIÓN

A continuación, se describen las metas e indicadores que permitirán conocer el alcance y cumplimiento de los objetivos específicos.

Tabla 7. Metas e indicadores de difusión del sentido de identidad institucional

META	INDICADOR
Difusión del total de medidas y protocolos que se adopten para garantizar la salud del personal. (100%)	Total de protocolos y medidas adoptadas (PyM) = Difusión de protocolos y medidas adoptadas (Pm), por cien, entre sumatoria de medidas y protocolos (Em). $Ma = (Am * 100) / Em$



6.2.2 SISTEMA DE GESTIÓN DE CALIDAD ELECTORAL

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

6.2.2.1 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

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

6.2.2.2 PÚBLICO OBJETIVO

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

6.2.2.3 INSTANCIA PARTICIPANTES

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

6.2.2.4 LÍNEAS DE ACCIÓN

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

- Reforzamiento de la difusión de la política y objetivos de calidad a través de los medios de comunicación internos.



- Priorización del repositorio del Sistema de Gestión de Calidad Electoral en la página principal de Intranet (RIE) y, en caso de que la situación por la pandemia no se haya terminado, en el portal institucional.

6.2.2.5 PERIODO DE EJECUCIÓN

Este proceso se ejecutará durante todo el 2021.

6.2.2.6 EVALUACIÓN

A continuación, se describen las metas e indicadores que permitirán conocer el alcance y cumplimiento de los objetivos específicos.

Tabla 8. Metas e indicadores de difusión del Sistema de Gestión de Calidad Electoral

META	INDICADOR
Generación de contenidos relativos al Sistema de Gestión de Calidad Electoral. (100%)	Apropiación (A) = Porcentaje de respuestas satisfactorias en encuesta (Rs), por cien, entre el total de encuestas realizadas (Er). $A = (Rs \cdot 100) / Er$

6.2.3 PERSPECTIVA DE GÉNERO Y DERECHOS HUMANOS

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

6.2.3.1 OBJETIVO ESPECÍFICO

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



6.2.4.2 PÚBLICO OBJETIVO

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

6.2.4.3 INSTANCIAS PARTICIPANTES

- Comisión Permanente Género y Derechos Humanos.
- Unidad Técnica de Género y Derechos Humanos.
- Red de Observación

6.2.4.4 LÍNEAS DE ACCIÓN

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

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

6.2.4.5 PERIODO DE EJECUCIÓN

Este proceso se ejecutará durante todo el 2021.

6.2.4.6 EVALUACIÓN

A continuación, se describen las metas e indicadores que permitirán conocer el alcance y cumplimiento de los objetivos específicos.

Tabla 9. Metas e indicadores de difusión de Transparencia y Rendición de Cuentas

META	INDICADOR
Dar a conocer los instrumentos de la materia para mantener un compromiso de sensibilización en materia de inclusión. (100%)	Difusión de instrumentos (Di) = Número de actividades solicitadas por la Unidad Responsable (AUR), por cien, entre el total de actividades desarrolladas (Ta). $Di = (AUR \cdot 100) / Ta$



7. MATRIZ DE RIESGOS Y OPORTUNIDADES

SECCIÓN 1: IDENTIFICACIÓN DE LOS RIESGOS		SECCIÓN 2: ANÁLISIS DE LOS RIESGOS						SECCIÓN 3: TRATAMIENTO DE LOS RIESGOS		
No.	RIESGOS	PROBABILIDAD			IMPACTO			NIVEL DE RIESGO	TRATAMIENTO	ACCIÓN (ES) PARA REDUCIR LOS RIESGOS
		ALTO (3)	MEDIO (2)	BAJO (1)	ALTO (3)	MEDIO (2)	BAJO (1)			
D.1	Reducción en la contratación de servicios de apoyo a las actividades de las distintas áreas del Instituto, debido al recorte presupuestal al IECM por parte del Congreso de la Ciudad de México.	3			3			9	Reducir el riesgo	Acciones 5.2.1.4, 5.2.2.4 y 5.2.3.4
D.2	La pandemia por el virus SARS-CoV2 (COVID-19) y las restricciones presupuestales podrían afectar la difusión y comunicación del cumplimiento de las obligaciones institucionales.	3			3			9	Reducir el riesgo	Acciones 5.2.1.4, 5.2.2.4 y 5.2.3.4
D.3	El nivel de atención del público se centrará, en el desarrollo de la pandemia y la evolución de la recuperación económica, ya que las elecciones intermedias no generan el mismo nivel de participación que las elecciones de renovación	3				2		6	Reducir el riesgo	Acciones 5.2.1.4, 5.2.2.4 y 5.2.3.4



**Estrategia de Difusión
Institucional del Instituto
Electoral de la Ciudad de
México 2021**

IECM-JA021-21

Página 43 de 45

Revisión: 0/2021

Código: IECM/ES/UTCSyD/SGCE/XXXX

Fecha de emisión: 15-02-2021

	del Poder Ejecutivo de la Ciudad de México.									
D.4	Desconfianza por parte de la ciudadanía y los partidos políticos en el uso del Voto Electrónico, debido a las fallas registradas en el sistema electrónico de votación durante la Elección de Comisiones de Participación Comunitaria y Consulta sobre los Presupuestos Participativos para el 2020 y 2021.		2			2		4	Reducir el riesgo	Acciones 5.2.2.4
D.5	El IECM no cuenta con un documento regulatorio y metodológico que establezca lineamientos de operación de sus redes sociales, ya que actualmente existen, por lo menos, diez cuentas en redes sociales que hablan a voz del Instituto, las cuales podrían generar desinformación y propiciar la generación de noticias falsas.		2			2		4	Reducir el riesgo	Acciones 5.2.1.4, 5.2.2.4 y 5.2.3.4
A.1	La pandemia por el virus SARS-CoV2 (COVID-19) podría causar el temor a posibles contagios durante la jornada electoral del 6 de junio de	3			3			9	Reducir el riesgo	Acciones 5.2.1.4, 5.2.2.4 y 5.2.3.4



**Estrategia de Difusión
Institucional del Instituto
Electoral de la Ciudad de
México 2021**

IECM-JA021-21
Página 44 de 45
Revisión: 0/2021

Código: IECM/ES/UTCSyD/SGCE/XXXX

Fecha de emisión: 15-02-2021

	2021, lo cual podría inhibir la participación en cada una de las actividades que desarrolle el Instituto.									
A.2	Instrumentación de posibles “campañas negras” en contra del IECM, toda vez que diversos actores pueden utilizar las redes sociales para descalificar la actuación del árbitro electoral, tratando de mermar su legitimidad.	3				2		6	Reducir el riesgo	Acciones 5.2.1.4, 5.2.2.4 y 5.2.3.4
A.3	El IECM podría ser sujeto de riesgos de vulnerabilidades en sus plataformas digitales y redes sociales institucionales, dado que son plataformas de interés para los hackers y, en caso de que dicho escenario suceda, podría dañar imagen institucional e inhibir la participación de la ciudadanía en la jornada electoral.		2			3		6	Reducir el riesgo	Acciones 5.2.1.4, 5.2.2.4 y 5.2.3.4
A.4	Los pronunciamientos oficiales por desaparecer a órganos autónomos, entre ellos el INE, podrían poner en riesgo las actividades democráticas.	3				3		9	Asumir el riesgo	Acciones 5.2.3.4

