

Segunda Sesión Ordinaria
27 de febrero de 2026

Acuerdo de la Junta Administrativa, por el que se aprueba la Estrategia de Difusión Institucional del Instituto Electoral de la Ciudad de México 2026.

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 (INE), 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), asimismo, se reformaron y adicionaron diversas disposiciones de la Ley General del Sistema de Medios de Impugnación en materia electoral, así como de la Ley Orgánica del Poder Judicial de la Federación.
- III. 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.
- IV. El 18 de julio de 2016, se expidió la Ley General de Responsabilidades Administrativas, cuya última reforma fue publicada en el DOF el 15 de diciembre de 2025.

- V. El 14 de octubre de 2016, la Junta, mediante Acuerdo JA123-16, aprobó la Guía Técnica para la Elaboración de Documentos Internos (Guía Técnica) del entonces Instituto Electoral del Distrito Federal.
- VI. El 5 de febrero de 2017, se publicó en la Gaceta Oficial de la Ciudad de México (Gaceta Oficial), la Constitución Política de la Ciudad de México (Constitución Local), cuya última reforma fue publicada en la Gaceta Oficial el 24 de diciembre de 2025.
- VII. El 7 de junio de 2017 se publicó en la Gaceta Oficial, el Decreto por el cual se abrogó 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 estableció el cambio de denominación del Instituto Electoral del Distrito Federal por el de Instituto Electoral de la Ciudad de México (Instituto Electoral); asimismo, el 21 de junio del mismo año, se publicó en la Gaceta Oficial, una nota aclaratoria al citado Decreto, el cual ha tenido diversas modificaciones, siendo la última el 23 de diciembre de 2024.
- VIII. 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 (Reglamento de la Junta), así como el Reglamento en Materia de Relaciones Laborales del Instituto Electoral de la Ciudad de México (Reglamento de Relaciones Laborales), con motivo de la expedición y entrada en vigor del Código.
- IX. 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), cuya última versión fue la publicada en la Gaceta Oficial el 27 de agosto de 2025.
- X. El 1 de septiembre de 2022, en cumplimiento a lo determinado en el Decreto de Reforma al Código (del 26 de mayo de 2022), mediante Acuerdo IECM/ACU-CG-050/2022, el Consejo General de este Instituto Electoral, aprobó la estructura orgánica y funcional y ordenó realizar las acciones correspondientes para su implementación.

- XI. El 28 de octubre de 2022, mediante Acuerdo IECM/ACU-CG-062/2022, el Consejo General aprobó las reformas al Reglamento Interior.
- XII. El 15 de marzo de 2023, mediante Acuerdo IECM-JA051-23, la Junta aprobó la actualización de las Normas Generales de Programación, Presupuesto y Contabilidad del Instituto Electoral de la Ciudad de México (Normas Generales).
- XIII. El 18 de agosto de 2023, mediante Acuerdo IECM-JA123-23, la Junta aprobó la actualización del Catálogo de Cargos y Puestos de la Rama Administrativa y el Manual de Organización y Funcionamiento, ambos del Instituto Electoral de la Ciudad de México, cuya versión es la vigente.
- XIV. El 24 de agosto de 2023, mediante Acuerdo IECM/ACU-CG-070/2023, el Consejo General aprobó las reformas y adiciones al Reglamento Interior y al Reglamento de Sesiones del Consejo General y Comisiones del Instituto Electoral.
- XV. El 14 de junio de 2024, mediante Acuerdo IECM-JA065-24, la Junta aprobó la actualización del Procedimiento para control de información documentada y la Guía para crear y actualizar información documentada, pertenecientes al Sistema de Gestión de Calidad Electoral de este Instituto Electoral.
- XVI. El 15 de septiembre de 2024, se publicó en el DOF, el Decreto por el que se reformaron, adicionaron y derogaron diversas disposiciones de la Constitución Federal, en materia de reforma del Poder Judicial.
- XVII. El 30 de septiembre de 2024, la Junta mediante Acuerdo IECM-JA104-24, aprobó la modificación al Reglamento de Relaciones Laborales, y fue publicado en la Gaceta Oficial el 17 de octubre de 2024.
- XVIII. El 14 de octubre de 2024, se publicó en el DOF, el Decreto por el que se reformaron y adicionaron diversas disposiciones de la Ley General, en materia de elección de personas juzgadoras del Poder Judicial de la Federación.

- XIX. El 23 de diciembre de 2024 se publicó en la Gaceta Oficial, el Decreto por el que se reformaron, adicionaron y derogaron diversas disposiciones de la Constitución Local, Código y Ley Procesal Electoral de la Ciudad de México, en materia de reforma al Poder Judicial de la Ciudad de México, en el cual, se establecieron diversas disposiciones en materia de elección popular para sus integrantes.
- XX. El 21 de enero de 2025, mediante Acuerdo IECM/ACU-CG-013/2025, el Consejo General, aprobó diversas reformas al Reglamento de Sesiones del Consejo General y Comisiones del Instituto Electoral.
- XXI. El 14 de febrero de 2025, mediante Acuerdo IECM-JA027-25, la Junta aprobó la estrategia de Difusión Institucional del Instituto Electoral de la Ciudad de México 2025.
- XXII. El 14 de marzo de 2025, mediante Acuerdos IECM-JA039-25 e IECM-JA040-25, la Junta aprobó respectivamente, la actualización del Manual de Contabilidad Gubernamental (Manual de Contabilidad), y los Lineamientos Generales para la Supervisión, Seguimiento y Evaluación del Cumplimiento del Plan General de Desarrollo (Lineamientos), ambos de este Instituto Electoral.
- XXIII. El 14 de agosto de 2025, la Junta mediante Acuerdos IECM-JA110-25 e IECM-JA112-25, aprobó respectivamente el Manual de Planeación del Instituto Electoral, para el ejercicio fiscal 2026, así como la propuesta de tabuladores y remuneraciones aplicables al personal en activo, así como tabuladores y remuneraciones aplicables al personal de nuevo ingreso del Instituto Electoral, para el ejercicio fiscal 2026.
- XXIV. El 12 de septiembre de 2025, la Junta mediante Acuerdo IECM-JA125-25, aprobó los Programas Institucionales para el ejercicio fiscal 2026, conforme a lo establecido en el artículo 83, fracción II del Código, así como los Programas Específicos de conformidad con lo establecido en el Manual de Planeación 2026.
- XXV. El 30 de septiembre de 2025, mediante Acuerdo IECM-JA130-25, la Junta aprobó la Apertura Programática Presupuestal de Instituto Electoral, para el ejercicio fiscal 2026.

- XXVI. El 28 de octubre de 2025, la Junta mediante Acuerdo IECM-JA136-25, aprobó remitir al Máximo Órgano de Dirección el Anteproyecto de Acuerdo del Consejo General, por el que se aprobaron los proyectos de Programa Operativo Anual y de Presupuesto de Egresos del Instituto Electoral para el ejercicio fiscal 2026.
- XXVII. El 30 de octubre de 2025, mediante Acuerdo IECM/ACU-CG-104/2025, el Consejo General aprobó los proyectos del Programa Operativo Anual y Presupuesto de Egresos del Instituto, para el ejercicio fiscal 2026, que suma la cantidad de \$1,873,697,234.00 (mil ochocientos setenta y tres millones seiscientos noventa y siete mil doscientos treinta y cuatro pesos 00/100 M.N.).
- XXVIII. El 19 de diciembre de 2025, se publicó en la Gaceta Oficial No. 1762 Tomo I, el Decreto por el que se expide el Presupuesto de Egresos de la Ciudad de México para el ejercicio fiscal 2026, mediante el cual se asigna un presupuesto para el Instituto Electoral por la cantidad de \$ 1,590,000,000.00 (mil quinientos noventa millones de pesos 00/100 M.N.).
- XXIX. El 14 de enero de 2026, mediante Acuerdos IECM-JA004-26 e IECM-JA005-26, la Junta aprobó respectivamente, remitir al Máximo Órgano de Dirección el “Proyecto de Acuerdo del Consejo General del Instituto Electoral de la Ciudad de México, por el que se aprueba el ajuste al Programa Operativo Anual y de Presupuesto de Egresos del Instituto Electoral de la Ciudad de México para el ejercicio fiscal 2026, con base en las asignaciones autorizadas por el Congreso de la Ciudad de México, para el ejercicio fiscal 2026”, y el “Proyecto de Acuerdo por el que se aprueba el ajuste a los tabuladores y remuneraciones aplicables al personal en activo, así como los tabuladores y remuneraciones aplicables al personal de nuevo ingreso del Instituto Electoral de la Ciudad de México, para el ejercicio fiscal 2026”.
- XXX. El 15 de enero de 2026, mediante Acuerdo IECM/ACU-CG-011/2026, el Consejo General aprobó el Plan General de Desarrollo del Instituto Electoral para el periodo 2026-2029 (PGD), que presentó la Comisión Provisional encargada de elaborar la propuesta del PGD Institucional para el periodo 2026-2029, en cumplimiento al Acuerdo IECM/ACU-CG-041/2025.

- XXXI. En la misma fecha, mediante Acuerdo IECM/ACU-CG-012/2026, el Consejo General aprobó el ajuste al Programa Operativo Anual y Presupuesto de Egresos del Instituto Electoral de la Ciudad de México para el ejercicio fiscal 2026, con base en las asignaciones autorizadas por el Congreso de la Ciudad de México, para el ejercicio fiscal 2026, que asciende a la cantidad de \$1,590,000,000.00 (mil quinientos noventa millones de pesos 00/100 M.N.).
- XXXII. El 30 de enero de 2026, mediante Acuerdo IECM-JA012-26, la Junta aprobó las Normas de Racionalidad, Austeridad y Disciplina Presupuestal del Instituto Electoral, para el ejercicio fiscal 2026.

C o n s i d e r a n d o s

1. Que conforme a lo dispuesto en los artículos 41, párrafo segundo, Base V, apartado C y 116, fracción IV, inciso c) de la Constitución Federal; 3, apartado 1, inciso h) y 98, numerales 1 y 2 de la Ley General; 50, apartado 1 de la Constitución Local; 30, 31, 32 y 36 del Código; así como 14 fracción IV y 19 de la Ley de Participación, el Instituto Electoral está dotado de personalidad jurídica y patrimonio propios y goza de autonomía en funcionamiento e independencia en sus decisiones; es autoridad en materia electoral y de democracia directa y participativa, y tiene la función estatal de organizar las elecciones locales y los mecanismos de democracia directa en la Ciudad de México; y su competencia se establece en los ordenamientos citados y en la demás normativa aplicable.
2. Que en términos de lo dispuesto en el artículo 36, párrafo tercero, fracciones I, V, VII, VIII y X del Código, el Instituto Electoral tiene entre sus fines y acciones, contribuir al desarrollo de la vida democrática; garantizar la realización de los procesos electivos de los órganos de representación ciudadana e instrumentos de participación ciudadana, conforme a la Ley de Participación; promover el voto, la participación ciudadana y la construcción de ciudadanía; difundir la cultura cívica democrática e impulsar la democracia digital abierta, basada en tecnologías de información y comunicación.

3. Que de conformidad con el artículo 36, párrafo quinto, incisos d) y p) y párrafo octavo, inciso i) del Código, el Instituto Electoral, adicionalmente a sus fines tiene entre otras atribuciones, desarrollar e implementar las estrategias, los programas, materiales y demás acciones orientadas al fomento de la educación cívica y construcción de ciudadanía en la Ciudad de México aprobados por su Consejo General, garantizar la realización, difusión y conclusión de los procesos electivos de los órganos de representación ciudadana, así como de los mecanismos de participación ciudadana y la consulta sobre el presupuesto participativo, conforme a la Ley de Participación; y la de elaborar y difundir materiales y publicaciones institucionales con sus funciones.
4. Que de acuerdo con lo dispuesto en los artículos 37, fracciones I, II y III y 87 del Código, el Instituto Electoral se integra por un Consejo General, así como por una Junta y una Secretaría Administrativa, órgano ejecutivo que tiene a su cargo la administración de sus recursos financieros, humanos y materiales; asimismo, es la responsable de su patrimonio y de la aplicación de las partidas presupuestales.
5. 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.
6. 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.
7. 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.
8. Que el artículo 28, fracción II, del Reglamento Interior, señala que Unidad Técnica de Comunicación Social y Difusión (UTCSyD), llevará a cabo la difusión integral de las actividades institucionales.

9. Que el artículo 28, fracción III del Reglamento Interior señala que la UTCSyD, deberá presentar a la persona titular de la Secretaría Ejecutiva, la propuesta anual de la Estrategia de Difusión Institucional (Estrategia de Difusión), para ser sometida a consideración de la Junta.
10. Que mediante oficio IECM/UTCSyD/0033/2026, la UTCSyD, remitió a la Secretaría Ejecutiva, la Estrategia de Difusión, correspondiente al ejercicio 2026.
11. Que la Estrategia de Difusión 2026, ante el ajuste presupuestal, a partir de la aprobación del Presupuesto de Egresos 2026 por parte del Congreso de la Ciudad de México, se priorizarán las acciones de difusión que no generen la erogación de recursos para atender las obligaciones y disposiciones legales encaminadas a promover los derechos político-electorales de la ciudadanía.
12. 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, las concernientes en la elección de las Comisiones de Participación Comunitaria (COPACO) 2026 y la Consulta de Presupuesto Participativo de los ejercicios fiscales 2026 y 2027, así como el inicio del Proceso Local Ordinario 2026-2027 y el Proceso Local Ordinaria del Poder Judicial 2026-2027, donde se contempla las acciones necesarias para la difusión y promoción del proceso de constitución de Partidos Políticos Locales, así como la implementación de acciones afirmativas en el citado Proceso Electoral Local Ordinario, en conjunto con distintas actividades institucionales ordinarias como la difusión de la Consulta para Niñas, Niños y Adolescentes, la octava edición del “Vota Fil, Fest” y diversos concursos vinculados con el fomento a la educación cívica.
13. Que conforme a lo dispuesto en los artículos 83 fracción I del Código y 28 numeral III del Reglamento Interior, mediante oficio IECM/SE/0555/2026 de fecha 24 de febrero de 2026, la persona titular de la Secretaría Ejecutiva, a petición de la persona Titular de la Unidad Técnica de Comunicación Social y Difusión, solicitó al Secretario de la Junta someter para su análisis, discusión y en su caso aprobación, la propuesta de

Estrategia de Difusión Institucional del Instituto Electoral de la Ciudad de México, correspondiente al ejercicio fiscal 2026.

14. Que el documento señalado en el considerando anterior, fue elaborado dentro del marco de la Política de Gestión de Calidad, en observancia de la Guía Técnica para la Elaboración de Documentos Internos del Instituto Electoral y de conformidad con la normativa vigente y con los fines, obligaciones y compromisos establecidos en el Código.

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

A c u e r d o
IECM-JA031-26

PRIMERO. Se aprueba la Estrategia de Difusión Institucional del Instituto Electoral de la Ciudad de México 2026, de conformidad con el documento que, como Anexo, forma parte integral del presente Acuerdo.

SEGUNDO. El presente Acuerdo y su Anexo entrarán en vigor al momento de su aprobación.

TERCERO. Publíquese el presente Acuerdo y su Anexo en los estrados de oficinas centrales y en los estrados electrónicos de este Instituto Electoral.

CUARTO. Publíquese el presente Acuerdo con su Anexo en la página de Internet www.iecm.mx; realícense las adecuaciones procedentes en virtud de la determinación asumida por la Junta Administrativa en el apartado de Transparencia de la citada página electrónica.

Así lo aprobaron por unanimidad de votos la y los integrantes de la Junta Administrativa del Instituto Electoral de la Ciudad de México, en sesión ordinaria de fecha veintisiete de febrero de dos mil veintiséis, firmando al calce la Presidenta 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, 9 fracción XI, 10 fracción X y 27 del Reglamento de Funcionamiento de la Junta Administrativa.

**LA PRESIDENTA DE LA JUNTA
ADMINISTRATIVA**

**EL SECRETARIO DE LA JUNTA
ADMINISTRATIVA**

MTRA. PATRICIA AVENDAÑO DURÁN

LIC. CÉSAR ALBERTO HOYO RODRÍGUEZ



Estrategia de Difusión Institucional 2026



Índice

01	Presentación	4
02	Justificación	6
03	Marco legal y normativo	9
04	Análisis de contexto comunicacional	11
05	Misión, visión y principios rectores	13
06	Objetivo general	16
07	Objetivos particulares	17
08	Glosario	18
09	Políticas generales de comunicación	20
10	Políticas especiales de comunicación	22

11	Comunicación externa	24
12	Consulta del Presupuesto Participativo 2026 y 2027	26
13	Elección de las Comisiones de Participación Comunitaria (COPACO) 2026	33
14	Proceso Electoral Local Ordinario del Poder Judicial 2026-2027	39
15	Proceso Electoral del Poder Judicial Local 2027	44
16	Comunicación permanente de las acciones y programas institucionales ordinarias	49
17	Anexos	57
	Anexo 1. Matriz de Gestión de Riesgos	
	Anexo 2. Plan de difusión temática	

Control de Cambios

Revisión	Fecha	Descripción del Cambio
00	27/02/2026	Emisión del documento.

01



Presentación

En cumplimiento con lo estipulado en el **Artículo 28, fracción III del Reglamento Interior del Instituto Electoral de la Ciudad de México (Reglamento Interior)**, la Unidad Técnica de Comunicación Social y Difusión (UTCSyD) elaboró la **Estrategia de Difusión Institucional 2026 (Estrategia)**.

Este documento se constituye como la hoja de ruta fundamental para gestionar la comunicación de las acciones, los proyectos, políticas y programas que el **Instituto Electoral de la Ciudad de México (IECM)** ejecutará durante el ejercicio 2026.

Este documento rector traza las directrices y líneas de acción para atender, de manera eficiente y eficaz, las necesidades de comunicación y difusión institucional que requerirán cada una de las acciones, proyectos, políticas y programas emprendidos por el IECM durante la presente anualidad.

El documento está alineado al Plan General de Desarrollo del Instituto Electoral de la Ciudad de México para el periodo 2026-2029, al Programa Específico de Comunicación y Difusión 2026; al Programa Operativo Anual y Presupuesto de Egresos para el Ejercicio Fiscal 2026; al Manual de Planeación 2026, así como a los programas generales de las instancias directivas, ejecutivas y técnicas.

De igual forma, se encuentra armonizado con el Sistema de Gestión de Calidad Electoral (SGCE) y con el análisis de factores internos y externos elaborado por la Secretaría Administrativa.

La Estrategia se compone por apartados que abarcan el análisis del contexto comunicacional, criterios generales en materia de comunicación institucional y líneas estratégicas para la difusión de las distintas temáticas de carácter ordinario y sustantivas que se habrán de comunicar, con sus respectivos mecanismos de evaluación y seguimiento.

02



Justificación

La implementación de directrices en materia comunicativa a nivel institucional prioriza el desarrollo de estrategias focalizadas con objetivos y particularidades distintas, así como acciones para temas específicos dentro de la agenda institucional, con especial énfasis en los procesos electivos y consultivos de este año.

Derivado de lo anterior, ante los procesos participativos que impulsará el IECM, se hace indispensable contar con criterios institucionales de comunicación claros y diferenciados que refuercen la difusión y fortalezcan el posicionamiento del organismo como autoridad electoral encargada de organizar procesos electorales y de participación ciudadana, además de fomentar la cultura democrática en la capital del país.

Cobra especial importancia la promoción de dos ejercicios fundamentales: la Elección de las Comisiones de Participación Comunitaria (COPACO) 2026 y la Consulta de Presupuesto Participativo de los ejercicios fiscales 2026 y 2027; así como el inicio del Proceso Electoral Local Ordinario 2026-2027 y el Proceso Electoral Local Ordinario del Poder Judicial 2026-2027.

Para ello, se requerirá un enfoque comunicativo integral, didáctico, inclusivo y multicanal que explique de manera clara y sencilla la importancia, el funcionamiento y las características distintivas de cada proceso.

En este sentido, se busca propiciar un mayor involucramiento de diversos sectores poblacionales con el fin de despertar el interés de grupos etarios -como las juventudes-, en temas de carácter político-electoral, mediante acciones específicas que fomenten su participación.

Asimismo, a partir de sentencias de carácter jurisdiccional, se aborda la inclusión de grupos de atención prioritaria en la implementación de acciones comunicacionales, aunada a la difusión de mensajes vinculados a temas de género y derechos humanos.

En la planificación de medios, se prioriza el uso de nuevas tecnologías, en virtud del incremento de la conectividad y la alfabetización digital, y como consecuencia, un cambio en los hábitos de consumo de medios entre la población.

Uno de los retos institucionales será incrementar la presencia y el reconocimiento de la marca IECM, no solo en redes sociales, sino en medios de comunicación, al producir contenidos informativos de manera frecuente; abrir espacios en medios a través de entrevistas y colaboraciones para que todas las consejerías difundan el quehacer institucional; generar mayor cercanía e interacción del Instituto con la población mediante el uso de aplicaciones móviles y redes sociales.

De igual forma, se buscará establecer alianzas con diversos grupos interesados en fomentar la cultura democrática y los derechos político-electorales entre la población; simplificar y automatizar procesos para mejorar su eficiencia y el uso de recursos; aprovechar el conocimiento de campo para trabajar de forma más cercana con la ciudadanía.

En la actualidad, —aún con el crecimiento de la conectividad digital—, un segmento importante de la población no cuenta con acceso regular a internet, ni a dispositivos tecnológicos; por esta razón, resulta imprescindible complementar la estrategia digital con canales de comunicación y difusión convencionales, tales como la radio, la televisión, el perifoneo, la distribución de volantes, las publicaciones en periódicos, la colocación de carteles y las activaciones directas en espacios públicos. Todo ello, se implementará en la medida en que la disponibilidad presupuestal lo permita, asegurando que los mensajes lleguen de manera efectiva a todos los sectores de la ciudadanía.

Los componentes clave incluyen segmentación de la población, diseño de una estrategia de comunicación integral que adapte mensajes claros sobre procesos electorales y derechos ciudadanos para diferentes grupos objetivo, y la colaboración con alianzas estratégicas, incluyendo medios de comunicación, autoridades, instituciones públicas y privadas.

Además, se destaca la importancia de un acercamiento más directo con la ciudadanía y la implementación de un monitoreo y evaluación constante para ajustar la estrategia según los resultados obtenidos.

La Estrategia plantea los ejes rectores que contemplan el diseño, producción y transmisión de los mensajes institucionales de forma ordenada, oportuna y coherente en diferentes canales comunicación, con el fin de orientar a la ciudadanía en el ejercicio de sus derechos político-electorales.

03



Marco legal y normativo

El Código de Instituciones y Procedimientos Electorales de la Ciudad de México (Código), en su artículo 36, establece que el IECM es la autoridad electoral encargada de la organización, el desarrollo y la vigilancia de los procesos electorales para las elecciones de Jefatura de Gobierno, diputaciones al Congreso, alcaldías, y de las personas juzgadoras del Poder Judicial de la Ciudad de México, así como de los procesos de participación ciudadana; también tiene a su cargo el diseño y la implementación de las estrategias, programas, materiales y demás acciones orientadas al fomento de la educación cívica y la construcción de ciudadanía. En esa tesitura, la Estrategia también refiere las acciones de difusión a desarrollar en cuanto a concursos, talleres y consulta infantil; así como el proceso de registro de agrupaciones y partidos políticos.

Por su parte, el artículo 28 del Reglamento Interior del IECM señala que la Unidad Técnica de Comunicación Social y Difusión tiene, entre otras atribuciones, la de presentar ante la Secretaría Ejecutiva la propuesta anual de la Estrategia de Difusión Institucional para su consideración por la Junta Administrativa. Dicha estrategia deberá procurar la difusión eficaz y eficiente de los programas, políticas y actividades del Instituto.

En cuanto a la Ley General de Comunicación Social (LGCS), esta norma tiene por objeto establecer las normas a las que deberán sujetarse los Entes Públicos de los órdenes de gobierno, a fin de garantizar que el gasto en Comunicación Social cumpla con los criterios de eficiencia, eficacia, economía, transparencia y honradez respetando los topes presupuestales, límites y condiciones de ejercicio establecidos en los presupuestos de egresos respectivos. Por lo anterior, el IECM debe acatar lo establecido en dichas normas.

El IECM cuenta con las Normas de Racionalidad, Austeridad y Disciplina Presupuestal para el ejercicio 2026; así como con los Lineamientos Generales para el uso de recursos en materia de difusión en medios impresos, electrónicos, virtuales, internet y redes sociales, los cuales regulan el ejercicio económico destinado a la difusión institucional.

De igual forma, dispone de los Lineamientos para la administración y operación del sitio de internet, sus apartados y micrositos, así como de la Red Institucional Electoral (RIE); estos documentos establecen la mecánica para la actualización y publicación de información en el portal institucional. Asimismo, las acciones en materia de comunicación deberán atender lo establecido por el Manual para el uso incluyente, no sexista y no discriminatorio del lenguaje en el IECM, así como el Manual de Identidad Gráfica.

Dentro de la normativa regulatoria, se cuenta también con los Lineamientos para el uso y administración de las redes sociales de las Direcciones Distritales del IECM, que definen las responsabilidades del personal distrital para administrar las redes sociales institucionales, consolidar la imagen del Instituto y regular su uso operativo, gráfico y de contenido.

04



Análisis de contexto comunicacional

En 2026, el IECM habrá de afrontar procesos electivos y consultivos, toda vez que se llevará a cabo la Elección de las Comisiones de Participación Comunitaria 2026 (COPACO) y la Consulta de Presupuesto Participativo 2026 y 2027, así como el inicio del Proceso Electoral Local Ordinario 2026-2027 y del Proceso Electoral Local Ordinario del Poder Judicial 2026-2027. Esta confluencia de procesos exige la difusión de mensajes precisos de carácter lúdico, con el fin de evitar confusiones en la ciudadanía sobre los mecanismos de votación y opinión.

Aunado a ello, se tiene previsto el desarrollo de actividades relacionadas con la conclusión del proceso de registro de partidos locales, así como la implementación de acciones afirmativas en el Proceso Electoral Local Ordinario del Poder Judicial 2026-2027 y la Consulta para Niñas, Niños y Adolescentes.

Lo anterior, representa un reto enorme en materia de comunicación, ya que se busca posicionar los temas institucionales sustantivos en la agenda pública, al tiempo de incentivar la participación ciudadana. Ello, dentro de un contexto ampliamente politizado derivado de la reforma en materia electoral y los posicionamientos de instituciones y actores políticos de cara a la elección intermedia; además de la celebración de la Copa Mundial de Fútbol en nuestro país durante el primer semestre del año.

En virtud de ello, se perfila una amplia polarización dentro de un contexto social donde prolifera el desinterés, las descalificaciones, noticias falsas o *fake news* en plataformas de redes sociales, lo cual configura un escenario difícil al momento de comunicar.

Este desafío se presenta en un contexto político complejo y de limitación de recursos, por ello, se priorizará la creatividad e ingenio en la generación de contenidos orgánicos, focalizándolos hacia los diferentes sectores poblacionales y echando mano de alianzas estratégicas, con el fin de que la ciudadanía esté informada para un mayor conocimiento en el ejercicio de sus derechos político-electorales.

05



Misión, visión y principios rectores

La Alta Dirección del Instituto Electoral de la Ciudad de México, define y manifiesta en el Plan General de Desarrollo 2026-2029 los siguientes pilares como marco estratégico para el establecimiento de sus objetivos y política de calidad.

MISIÓN

Promover y administrar mecanismos e instrumentos de participación ciudadana, así como procesos electorales locales confiables, incluyentes y eficientes en la Ciudad de México, y fomentar la cultura democrática a fin de garantizar la construcción de ciudadanía, el ejercicio pleno de los derechos políticos, electorales y humanos, a través de altos estándares de la calidad, servicios innovadores y transparentes.

VISIÓN

Ser una institución autónoma, consolidada y a la vanguardia del contexto democrático del país, que privilegia la cercanía a la ciudadanía, impulsa la cultura democrática, la participación efectiva y la deliberación pública. Continuar como un referente nacional e internacional en democracia digital, participación ciudadana y gestión electoral eficiente; líder en democracia participativa con capacidad técnica, innovación tecnológica, inclusión de grupos prioritarios, generación de valor público, y compromiso con la transparencia y la rendición de cuentas; y con impacto tangible en la vida democrática de la Ciudad de México.

PRINCIPIOS RECTORES

1. **Certeza.** Realizar nuestras funciones y actividades con veracidad, certidumbre y apego a los hechos para lograr resultados fidedignos y confiables.
2. **Legalidad.** Atender el mandato constitucional que delimita nuestras funciones y las disposiciones legales que las reglamentan.
3. **Independencia.** Ejecutar los procesos de deliberación y toma de decisiones con absoluta libertad y que respondan única y exclusivamente al imperio de la ley, afirmándose independientes respecto a cualquier poder establecido.
4. **Imparcialidad.** Trabajar permanentemente por el interés de la sociedad y por los valores fundamentales de la democracia, supeditando a estos, de manera irrestricta, a cualquier interés personal o preferencia política.
5. **Objetividad.** Reconocer e interpretar los hechos por encima de visiones y opiniones parciales o unilaterales.
6. **Máxima publicidad.** Hacer públicos los actos y la información en poder del IECM y sólo por excepción reservar en los casos expresamente previstos en las leyes.

7. **Paridad.** Generar las condiciones para la participación y representación equilibrada de mujeres y hombres en los puestos de poder y de toma de decisiones en todas las esferas de la vida (política, económica y social).
8. **Inclusión.** Generar las acciones que promuevan las mismas oportunidades a las personas, independientemente de sus características físicas, habilidades, discapacidades, cultura o necesidades médicas.
9. **Igualdad.** Promover la eliminación de toda forma de discriminación entre personas y el respeto absoluto a la dignidad humana, independientemente de sus diferencias.
10. **Accesibilidad.** Generar condiciones para que todas las personas ejerzan sus derechos sin ningún tipo de discriminación.
11. **Participación.** Promover el involucramiento de las personas en la toma de decisiones y ejecución de acciones.
12. **Innovación y eficiencia de los recursos.** Adopción de tecnologías avanzadas y métodos estratégicos para transmitir mensajes claros, creativos y de alto impacto.
13. **Interculturalidad.** Promover la igualdad, integración, cooperación y convivencia armónica entre las distintas culturas o grupos humanos, basadas en relaciones respetuosas, de confianza y el entendimiento mutuo.
14. **Progresividad de derechos.** Adoptar medidas para lograr la plena efectividad y la constante evolución de los derechos humanos y evitar acciones u omisiones de carácter regresivo que disminuya o menoscabe su ejercicio.

06



Objetivo general

Promover el ejercicio pleno de los derechos político-electorales de los ciudadanos de la capital del país mediante la implementación de acciones comunicacionales que permitan conocer la trascendencia de su involucramiento en la toma de decisiones en favor de su comunidad, en la elección de representantes populares y autoridades jurisdiccionales que, además, coadyuven en el posicionamiento del Instituto como la autoridad electoral garante de la legalidad y principios democráticos conferidos en la norma y en acompañamiento al interés ciudadano.

07



Objetivos particulares

- Garantizar que la ciudadanía reciba información oportuna, transparente y accesible sobre las funciones y actividades del Instituto, fortaleciendo el derecho a la información.
- Fomentar la cultura democrática y el conocimiento de los derechos político-electorales en la Ciudad de México, mediante una narrativa inclusiva y ciudadana.
- Potenciar el desarrollo de valores y prácticas democráticas que impulsen los principios rectores de la participación ciudadana en todos los sectores sociales.
- Fortalecer la identidad y el sentido de pertenencia del personal institucional, alineando la comunicación interna con la excelencia.

08



Glosario

Estrategia de Difusión Institucional: instrumento de planificación que enuncia temas institucionales prioritarios a ser difundidos por la institución durante el ejercicio fiscal en curso.

Campaña: conjunto de actividades planificadas encaminadas a informar, difundir y/o posicionar un tema entre un público objetivo.

Banner: mensaje promocional en una página de internet.

Impresiones: número de ocasiones que una publicación en plataforma digital ha sido vista.

Vistas o views: contabilización del total de accesos a una publicación digital.

Inserción: anuncio pagado en medios impresos y digitales.

Medios interactivos: canales de comunicación digitales que permiten el intercambio de mensajes entre una persona emisora y una receptora.

Medios masivos: medios de comunicación de amplio alcance como radio, televisión e internet.

Objetivo: propósito o fin que se pretende alcanzar.

Pauta: publicación planificada de mensajes promocionales en plataformas digitales.

Plan de medios: selección de canales de comunicación a través de los cuales se transmiten mensajes.

Población objetivo: conjunto específico de personas con características psicográficas (gustos, hábitos, costumbres, idiosincrasia o comportamiento) y sociodemográficas (edad, sexo, lugar de residencia y nivel socioeconómico) a quienes está dirigido un mensaje.

Tiempos oficiales: espacio aire en estaciones de radio y canales de televisión con fines electorales que corresponden al Estado y que el Instituto Nacional Electoral administra y asigna a actores políticos y autoridades electorales para la divulgación de contenidos de carácter institucional y con fines informativos, educativos, culturales y otros asuntos de interés social.

Spots: anuncios de corta duración para difundir información institucional; se utilizan comúnmente en radio, TV y pantallas digitales.

Infografías: imagen que contiene gráficos para explicar de manera lúdica un tema específico.

09



Políticas generales de comunicación

- La comunicación institucional atenderá los principios de: Claridad, Equilibrio, Equidad; Diversidad; Precisión; Oportunidad; Eficacia; Eficiencia; Transparencia; Máxima Publicidad; Honradez; Objetividad; imparcialidad; Institucionalidad; Necesidad; Congruencia; Veracidad; Interculturalidad; Enfoque/perspectiva de género; Enfoque de Derechos Humanos; y Calidad.
- Se privilegiará el uso de Tecnologías de la Información y Comunicación, encaminadas a profundizar, fortalecer y acercar a la institución con la ciudadanía, con un amplio alcance del público objetivo y con un menor impacto en los recursos presupuestales del Instituto.
- Orientada al uso eficiente, responsable, razonable y medurado de los recursos, por lo que la elaboración del material informativo y de difusión se realizará, en la medida de lo posible de manera interna, con recursos propios de la institución, sin erogaciones que impliquen la subcontratación de trabajo externo.

- Se procurará que la información generada en materia de comunicación social sea difundida de manera accesible a toda la población, considerando el uso de lenguaje ciudadano, no discriminatorio, incluyente y no sexista.
- Se elaborarán estrategias, acciones y campañas de comunicación institucionales tomando en cuenta los siguientes factores: las directrices señaladas en la LGCS y otras normativas aplicables; los recursos económicos asignados; los resultados de estudios de percepción y opinión disponibles; los públicos de interés en los que se focalizarán los contenidos y el tiempo existente para la ejecución.
- Se desarrollarán y actualizarán de manera periódica, herramientas metodológicas para evaluar el impacto de las acciones comunicativas en las redes sociales (métrica), como un mecanismo de evaluación para la definición de las acciones de comunicación institucional y la integración de campañas.
- La cobertura informativa de eventos o actividades institucionales se realizará, preferentemente, de manera programada a través de solicitud, mediante formato en el que se precisen datos del evento, programa y requerimientos (boletín de prensa, fotografía, video, redes sociales, transmisión, diseño, invitación a medios, etc.).
- El envío de boletines de prensa a medios de comunicación deberá ir acompañado de material fotográfico y con cortes de video.
- De acuerdo con la temática, los boletines de prensa serán autorizados por la Presidencia de la Comisión respectiva y validados por las áreas operativas.
- Para un mayor alcance, los comunicados de prensa se publicarán en las cuentas institucionales de redes sociales y en la página oficial de internet.
- En la programación de información para su distribución en medios de comunicación, se deberá considerar que las consejerías tengan presencia permanente y de manera igualitaria, de acuerdo con la agenda institucional.

10



Políticas especiales de comunicación

Información

- No se otorgará trato preferencial a fuentes o medios de comunicación con base en criterios ideológicos, filosóficos, políticos o de cualquier otra naturaleza.
- Se fomentará la creación de espacios en medios de comunicación destinados a la difusión de temas y actividades institucionales, conforme al interés público y a las agendas de trabajo de las consejerías.
- La política de difusión de información se alineará de forma permanente con las determinaciones del Consejo General del IECM, con el objetivo de que la sociedad se mantenga informada.
- Se reforzarán los vínculos informativos con representantes y colaboradores de medios de comunicación y líderes de opinión, con el propósito de que actúen como replicadores de información relevante y de interés institucional.

Redes sociales

La gestión y administración de las cuentas institucionales de redes sociales será coordinada por la Unidad Técnica de Comunicación Social y Difusión en el ejercicio de sus atribuciones.

Se mantendrá una vinculación constante con las 33 Direcciones Distritales, a través de sus enlaces designados, con la finalidad de coadyuvar en la difusión de actividades institucionales.

Manejo de crisis

Una crisis es un evento del que ninguna institución u organización está exenta. La gestión al momento de enfrentar una situación de crisis es de vital importancia. Es fundamental actuar con rapidez ante escenarios adversos con el fin de salvaguardar la imagen institucional; por ello, se instrumentarán protocolos para enfrentar estas eventualidades y reducir al mínimo el impacto.

En este sentido, a través del monitoreo constante, ante cualquier acción, declaración o información identificada en medios de comunicación o redes sociales, con fines de generar algún impacto negativo a la imagen del Instituto o de las personas integrantes del Consejo General, se hará del conocimiento inmediato al cuerpo directivo.

Una vez alertadas, las consejerías evaluarán el riesgo y determinarán si se emite alguna respuesta institucional a través de canales oficiales, ya sea mediante un comunicado, redes sociales, entrevista y/o conferencia de prensa. Se priorizará que, en caso de algún pronunciamiento, éste se realice con la presencia de todas las personas integrantes del máximo órgano de dirección institucional.

Ante un escenario de crisis, el mensaje institucional de cada una de las consejerías deberá contener líneas discursivas institucionales concurrentes.

Transmisiones

En atención al principio de máxima publicidad, las sesiones de Consejo General se transmitirán de manera simultánea en las plataformas de redes sociales de YouTube, X, Facebook y Tik Tok.

11



Comunicación externa

OBJETIVO GENERAL

El propósito es consolidar una identidad institucional vanguardista que actúe como referente nacional, al tiempo que se potencia el ejercicio informado de los derechos político-electorales de la ciudadanía.

TEMAS ESPECÍFICOS POR COMUNICAR

En este apartado se establecen los objetivos, audiencias segmentadas, aliados estratégicos y líneas de acción para cada campaña institucional de 2026 prevista. Asimismo, se definen los periodos de ejecución y los indicadores de alcance que permitirán evaluar el impacto y la efectividad de los mensajes bajo una metodología de mejora continua. Las campañas prioritarias se describen a continuación:

- **Consulta de Presupuesto Participativo 2026 y 2027.-** Se llevará a cabo una estrategia de comunicación integral que difunda todas las etapas de la consulta, desde la emisión de la Convocatoria, las asambleas de diagnóstico y deliberación, el registro de proyectos y su validación por órganos dictaminadores de las alcaldías, la jornada electiva y las asambleas para dar a conocer los proyectos ganadores.
- **Elección de las Comisiones de Participación Comunitaria (COPACO) 2026.-** La campaña para la difusión de esta elección hará énfasis en la importancia de esta figura de representación vecinal que vincula la voz de la ciudadanía con sus autoridades. Esta narrativa acompañará de manera puntual cada etapa del proceso, desde la promoción para el registro de candidaturas, hasta la validación de resultados.

Asimismo, se considera el inicio de los trabajos del Proceso Electoral Local Ordinario 2026-2027, los preparativos del Proceso Electoral Local Ordinario del Poder Judicial Local 2027.

De igual forma, se contemplan las acciones necesarias para la difusión y promoción del proceso de constitución de Partidos Políticos Locales; así como la implementación de acciones afirmativas en el Proceso Electoral Local Ordinario 2026-2027, en conjunto con las distintas actividades institucionales ordinarias como la difusión de la Consulta para Niñas, Niños y Adolescentes, la 8ª edición del "Vota Film Fest" y diversos concursos vinculados con el fomento a la educación cívica.

12



Consulta del Presupuesto Participativo 2026 y 2027

El IECM habrá de desplegar acciones para promover el apropiamiento de la ciudadanía de los instrumentos de participación ciudadana, como la Consulta de Presupuesto Participativo 2026 y 2027.

Objetivo: Incentivar la participación de la ciudadanía en las diferentes etapas de la Consulta de Presupuesto Participativo 2026 y 2027.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Difundir la utilidad y trascendencia del Presupuesto Participativo en beneficio de las y los habitantes de las diferentes comunidades de la capital del país.
- Incentivar el apoderamiento de la ciudadanía en la toma de decisiones en beneficio de su comunidad, fortaleciendo el tejido social.

- Incentivar la participación en la Convocatoria dirigida a las personas habitantes, a las Organizaciones de la Sociedad Civil y a quienes integran las Comisiones de Participación Comunitaria de la Ciudad de México.
- Difundir la etapa de asambleas de diagnóstico y deliberación.
- Fomentar la acreditación de la ciudadanía como observadora electoral, garantizando la transparencia y legalidad durante toda la jornada electoral.
- Promover el registro de la ciudadanía interesada en acreditarse como observadora en la Consulta de Presupuesto Participativo 2026 y 2027.
- Explicar el uso del Sistema Electrónico por Internet para recabar las opiniones en la Consulta de Presupuesto Participativo 2026 y 2027.
- Incentivar el registro de proyectos novedosos para que la gente pueda participar en el Concurso de Reconocimiento de Proyectos Ganadores Novedosos 2026-2027.
- Difundir la Convocatoria para integrar un grupo de especialistas, que formarán parte de los órganos dictaminadores de las 16 alcaldías de la Ciudad de México para determinar la viabilidad y factibilidad de los proyectos específicos registrados.
- Incentivar la participación en la Convocatoria a las Autoridades Tradicionales representativas de los Pueblos Originarios que conforman el Marco Geográfico de Participación Ciudadana de la Ciudad de México vigente, para que, de común acuerdo, y con el método que consideren idóneo, conforme a sus sistemas normativos, reglas y/o formas de organización internas, procedimientos y prácticas tradicionales (usos y costumbres), en cada pueblo se determine el proyecto de obras y servicios, equipamiento e infraestructura urbana, y en general, cualquier mejora para su comunidad, en el que se ejecutará el Presupuesto Participativo para los ejercicios fiscales 2026 y 2027.
- Elaborar y difundir productos comunicacionales que posicionen al IECM como una institución autónoma, promotora de la participación ciudadana y apegada a los principios rectores de la actividad electoral.
- Posicionar la Consulta Ciudadana como un ejercicio ciudadano no vinculado a ningún partido político o gobierno alguno.

- Difusión de las fechas de las asambleas de ejecución y vigilancia.

PÚBLICO OBJETIVO

- Personas mayores de 18 años con credencial para votar vigente, con domicilio en la Ciudad de México.
- Niñas, niños y adolescentes; personas ciudadanas de la Ciudad de México, ciudadanía residente en el extranjero, personas en prisión preventiva, en estado de postración y sus personas cuidadoras primarias.
- Habitantes y autoridades tradicionales representativas de los pueblos originarios de la Ciudad de México.
- Personas especialistas para integrar los Órganos Dictaminadores.

ALIADOS ESTRATÉGICOS

- Comisiones de Participación Comunitaria (COPACO).
- Organizaciones de la Sociedad Civil.
- Gobierno de la Ciudad de México, Alcaldías, Congreso de la Ciudad de México y órganos locales autónomos.
- Instituciones de educación pública y privada.
- Iniciativa privada y medios de comunicación.
- Ciudadanía activa en plataformas digitales y redes sociales.
- Colectivos y grupos organizados.
- Integrantes de la Red de Observación del IECM.

LÍNEAS DE ACCIÓN

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

- Diseño de imagen gráfica, *slogans* y *jingles*.

- Producción y pauta de mensajes en radio y/o televisión para difundirse a través de los tiempos que el INE asigna al IECM.
- Redacción de boletines de prensa y generación de testimonios en video.
- Grabación de video cápsulas e infografías con contenidos específicos de cada etapa de la Consulta.
- Publicación de la Convocatoria en diarios de circulación local.
- Producción y difusión de contenidos en plataformas digitales.
- Entrevistas y colaboraciones en medios de comunicación para explicar los pormenores del ejercicio.
- Cobertura informativa de los eventos institucionales e interinstitucionales que se realicen. Se elaborarán infografías, carpetas informativas, boletines de prensa, testimonios de video y foto y difusión en redes sociales.
- Transmisión de eventos mediante las plataformas electrónicas institucionales y, de ser posible, en las plataformas de las alianzas estratégicas.
- Pautado en plataformas de redes sociales, con segmentación y focalización de públicos objetivo.
- Grabaciones de audio para perifoneo y telefonía (IP Phone), así como búsqueda de espacios gratuitos en medios públicos como el Sistema de Transporte Colectivo Metro.
- Activaciones en vía pública en zonas de gran afluencia vehicular y peatonal.
- Llamado a la participación en sitios de alta concentración, como mercados o zonas comerciales.
- Volanteo de la Consulta en distintas zonas de las 16 Alcaldías.
- Para el caso de las personas residentes en el extranjero, en estado de postración y sus cuidadores primarios y personas en prisión preventiva, se implementará una estrategia conjunta con diversas áreas del Instituto para elaborar *banners* que difundan las acciones formativas, infografías y guías de uso del Sistema Electrónico por Internet (SEI) sobre la participación de

personas residentes en el extranjero en la Elección y la Consulta a la ciudadanía.

- Para el voto de personas residentes en el extranjero, publicar contenidos periódicamente en redes sociales institucionales, así como boletines informativos en el micrositio www.votochilango.mx.
- Gestionar espacios gratuitos con autoridades gubernamentales a partir de la responsabilidad establecida en el marco regulatorio de la participación ciudadana.

LÍNEAS DE ACCIÓN EN REDES SOCIALES

Se desplegarán acciones para difundir las siguientes temáticas conforme al desarrollo de cada etapa establecido en la Convocatoria Única.



Se informará:

- ¿Qué es y cómo funciona el Presupuesto Participativo?
- Procesos, plazos y requisitos para presentar un proyecto.
- Participación de niñas, niños y adolescencias.
- Difusión del voto anticipado.

- Asambleas de diagnóstico y deliberación.
- Registro de proyectos.
- Jornada Anticipada.
- Jornada Consultiva.
- ¿Dónde y cómo opinar?
- Día de la consulta.
- Métodos de impugnación.
- Asambleas especiales.
- Asambleas informativas.
- Asambleas de rendición de cuentas.

ESTRATEGIA DE PAUTA:

- El objetivo de las campañas promocionadas será principalmente bajo el objetivo de Alcance (*Reach*) para informar a la ciudadanía.
- Los contenidos como las cápsulas informativas que buscan enseñar a la ciudadanía como votar o utilizar algún material, tendrán el objetivo de Interacciones (*Engagement*) o Vistas de Video (*Video Views*).
- El contenido gráfico que tenga como objetivo la participación de la ciudadanía (Contenido creativo) también tendrá el objetivo de Interacciones (*Engagement*).
- El contenido del sitio web para la ciudadanía, tendrá el objetivo de Tráfico en el Sitio Web (*Website Traffic*).

PERIODO DE EJECUCIÓN

Enero a diciembre de 2026.

ALCANCE

ALCANCE	INDICADOR
Impacto positivo o neutro en, al menos, 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 (X y Facebook).	Alcance (A) = Número de impresiones del mes actual (NiaAct) por cien, entre el número de impresiones del mes inmediato anterior (NiAnt). $A = (NiAct \cdot 100) / NiAnt$

13



Elección de las Comisiones de Participación Comunitaria (COPACO) 2026

El IECM desplegará una estrategia integral orientada a que la ciudadanía se apropie de sus mecanismos de representación directa, consolidando a las Comisiones de Participación Comunitaria (COPACO) como el vínculo fundamental entre la comunidad y las instituciones.

Objetivo: incentivar la participación de la ciudadanía en la postulación de candidaturas para conformar las COPACO de cada unidad territorial, así como elegir a quiénes los representarán ante las autoridades locales por los próximos tres años.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Difundir con oportunidad la Convocatoria Única y las bases para la integración de las Comisiones, asegurando que los requisitos y plazos sean de conocimiento público en todas las unidades territoriales.
- Proyectar la relevancia y trascendencia de las COPACO como órganos de representación ciudadana encargados de gestionar las demandas y el bienestar de las comunidades en la Ciudad de México, y su importancia como puente entre la ciudadanía y sus autoridades.
- Dar a conocer entre la ciudadanía las dos modalidades de registro de solicitudes: en línea desde la plataforma digital de participación, o presencial, desde las Direcciones Distritales.
- Motivar el empoderamiento ciudadano mediante la postulación de candidaturas diversas y comprometidas, fortaleciendo el liderazgo comunitario y la cohesión social.
- Informar con precisión las distintas etapas de registro y cumplimiento de requisitos.
- Informar con precisión los periodos para actos de promoción y difusión de las plataformas de trabajo de las y los aspirantes.
- Fomentar la acreditación de la ciudadanía como observadora electoral, garantizando la transparencia y legalidad durante toda la jornada electoral.
- Promover el uso y las ventajas del SEI y la manera en la que facilita el ejercicio del voto de manera segura y moderna a través de herramientas digitales.
- Visibilizar la importancia de la paridad de género y la inclusión de grupos prioritarios en la integración de las COPACO, asegurando una representación equitativa.
- Generar contenidos comunicacionales de alto impacto que ratifiquen la autonomía del IECM y su papel como facilitador imparcial de la democracia comunitaria.
- Fortalecer la interacción digital entre el Instituto y los liderazgos vecinales a través de redes sociales, creando una comunidad informada y participativa.

- Desvincular el proceso de intereses partidistas o gubernamentales, posicionando a las COPACO como un ejercicio de autonomía estrictamente ciudadana.
- Publicitar de forma clara y accesible los resultados y la entrega de constancias, cerrando el ciclo informativo con la presentación oficial de las y los nuevos representantes ante sus respectivas comunidades.

PÚBLICO OBJETIVO

- Personas mayores de 18 años con credencial para votar vigente.
- Liderazgos y organizaciones, personas con vocación de servicio comunitario, organizaciones de la sociedad civil y colectivos vecinales.
- Grupos prioritarios como personas en estado de postración y cuidadores primarios, personas residentes en el extranjero, personas en prisión preventiva, mujeres, adultos mayores, personas con discapacidad, y de la diversidad sexual.

ALIADOS ESTRATÉGICOS

- Comisiones de Participación Comunitaria salientes.
- Gobierno de la Ciudad de México, Alcaldías, Congreso de la Ciudad de México y órganos locales autónomos.
- Iniciativa privada y medios de comunicación.
- Ciudadanía activa en plataformas digitales y redes sociales.

LÍNEAS DE ACCIÓN

- Se desarrollará una estrategia de comunicación orientada a maximizar la visibilidad de la elección de los órganos de representación ciudadana, conforme a las siguientes acciones:
- Diseño de la línea gráfica institucional y slogan de campaña enfocados en la importancia de la representación vecinal.

- Producción de video cápsulas informativas e infografías que expliquen los requisitos para ser parte de las COPACO.
- Publicación de la Convocatoria Única en los diarios de mayor circulación en la Ciudad de México.
- Desarrollo de contenidos para redes sociales que promuevan entre la ciudadanía el interés y conocimiento de las funciones de las COPACO.
- Gestión de entrevistas y reportajes en medios de comunicación con las Consejerías para detallar los pormenores del proceso.
- Redacción de boletines de prensa que expliquen claramente las fases de la Elección.
- Generación de cápsulas en video con testimoniales que promuevan el interés de la ciudadanía por integrarse a una COPACO.
- Pautado en redes sociales con enfoque geográfico por alcaldía y segmentación por grupos de edad.
- Activaciones en puntos de alta afluencia.

LÍNEAS DE ACCIÓN EN REDES SOCIALES

Se desplegarán acciones para difundir las siguientes temáticas conforme al desarrollo de cada etapa establecido en la Convocatoria Única.



Se informará sobre:

- ¿Qué son las COPACO y por qué es importante tener representantes en tu colonia?
- Plazos, requisitos legales y métodos de registro para candidaturas.
- Activación en redes sociales.
- Participación de mujeres, juventudes y grupos prioritarios.
- Uso del SEI para el voto anticipado.
- Identificación de Mesas Receptoras de Votación y Opinión.
- Desarrollo de la votación.
- Difusión de resultados e integración de las COPACO.

ESTRATEGIA DE PAUTA:

- El objetivo de las campañas promocionadas será principalmente bajo el objetivo de Alcance (*Reach*) para informar a la ciudadanía.
- Los contenidos como las cápsulas informativas que buscan enseñar a la ciudadanía cómo votar o utilizar algún material, tendrán el objetivo de generar Interacciones (*Engagement*) o Vistas de Video (*Video Views*).
- El contenido gráfico que tenga como propósito incentivar la participación de la ciudadanía (Contenido creativo) también tendrá el objetivo de generar Interacciones (*Engagement*).
- A partir de la creación del micrositio en el sitio institucional de internet, todo contenido se redireccionará a éste con el objetivo de generar tráfico en el sitio web.

PERIODO DE EJECUCIÓN

Enero a mayo de 2026.

ALCANCE

ALCANCE	INDICADOR
Impacto positivo o neutro en, al menos, 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). $Ip = (Np * 100) / NP$
Alcance de la conversación en redes sociales (X y Facebook).	Alcance (A) = Número de impresiones del mes actual (NiaAct) por cien, entre el número de impresiones del mes inmediato anterior (NiAnt). $A = (NiAct * 100 / NiAnt)$

14



Proceso Electoral Local Ordinario del Poder Judicial 2026-2027

La UTCSyD llevará a cabo acciones estratégicas que garanticen la correcta difusión de la organización del Proceso Electoral Local Ordinario del Poder Judicial 2026-2027, bajo los principios de certeza, legalidad, independencia, imparcialidad y accesibilidad.

Objetivo: Con apego a los principios que rigen la vida institucional, se difundirá el desarrollo de actividades de la elección, garantizando el derecho a la información, así como el fomento de la participación de la ciudadanía, actores políticos e instituciones, tanto en los preparativos, como en el inicio del Proceso Electoral Local Ordinario del Poder Judicial 2026-2027, a través de difusión de información clara y oportuna sobre cada una de las etapas a desarrollarse por el IECM durante el segundo semestre de la presente anualidad.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Promover la imagen del IECM como el ente público autónomo encargado de organizar las elecciones en la Ciudad de México, con apego a los principios rectores de certeza, legalidad, imparcialidad, independencia, objetividad, transparencia y máxima publicidad.
- Afianzar la imagen del IECM como referente de la gestión electoral a nivel nacional e internacional.
- Comunicar de manera eficiente a la ciudadanía las fechas, plazos y etapas primarias del proceso electivo.
- Propiciar la participación de la ciudadanía en cada una de las etapas del Proceso Electoral, a las que sea convocada.
- Establecer una estrategia digital que permita afrontar las obligaciones que le otorga la normatividad al IECM.
- Resaltar el compromiso con la prevención, detección y combate a probables asuntos derivados de temas relacionados con la violencia política de género.
- Realizar monitoreo en plataformas digitales para detectar, analizar y, en su caso, combatir la desinformación.
- Conforme a las disposiciones del IECM, realizar un monitoreo de espacios que difunden noticias para el periodo de precampañas.

PÚBLICO OBJETIVO

- Personas mayores de 18 años con credencial para votar vigente.
- Liderazgos y organizaciones, personas con vocación de servicio comunitario, organizaciones de la sociedad civil.
- Grupos prioritarios como personas en estado de postración y cuidadores primarios, personas residentes en el extranjero, personas en prisión

- preventiva, mujeres, adultos mayores, personas con discapacidad, y de la diversidad sexual.

ALIADOS ESTRATÉGICOS

- Medios de comunicación.
- Iniciativa Privada.
- Ciudadanía activa en plataformas digitales y redes sociales.
- Observadores electorales integrantes de la Red de Observación del IECM.

LÍNEAS DE ACCIÓN

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

- Difusión de cada una de las etapas del proceso, perfiles de las candidaturas, fechas, horarios y pormenores de la jornada de votación, así como su diferencia en comparación con otros comicios, a fin de que la ciudadanía involucrada pueda emitir un voto informado.
- Generar productos gráficos y audiovisuales para explicar de manera clara y sencilla las etapas del proceso.
- Generar contenidos para explicar: qué se va a elegir, por qué es importante participar, quiénes pueden votar, cuándo y dónde, así como lo que pueden y no hacer las candidaturas a elegir en campaña.
- Publicación de anuncios en medios impresos y electrónicos.
- Pautado en plataformas de redes sociales.
- Informar de las etapas y periodos que posibilitarán el voto anticipado.
- Habilitar un micrositio específico del proceso electoral.

- Llevar a cabo un monitoreo en materia de encuestas respecto de publicaciones impresas y de aquellas difundidas en medios digitales, con el propósito de dar a conocer a la sociedad de manera integral, veraz y oportuna las preferencias o tendencias electorales.
- Conferencias y reuniones (virtuales y/o presenciales) con reporteros y líderes de opinión para explicar 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 el marco de los actos preparatorios de la elección, la cual contemple la emisión de boletines de prensa, levantamiento de material fotográfico y de video en el lugar del evento para su difusión en redes sociales.
- Transmisión en vivo de eventos en el canal de YouTube, así como en las cuentas institucionales del IECM en Facebook y X.
- Generación de entrevistas en radio y televisión, así como en plataformas digitales.
- Producción de cápsulas de video institucionales.
- Diseño de material audiovisual para su difusión vía WhatsApp en colaboración con las Direcciones Distritales.
- Grabaciones de audio para perifoneo y telefonía (IP Phone).
- Suscripción de convenios de colaboración institucional, anuncios en mobiliario urbano y de medios de transporte tanto visual impreso como en video.

LÍNEAS DE ACCIÓN EN REDES SOCIALES

Etapa 1

- Se darán a conocer los procesos, plazos y requisitos del Proceso Electoral.
- Se resaltará la importancia de esta elección y del Poder Judicial en la Ciudad de México.
- Explicar cómo se votará en esta elección (Centros de votación).
- ¿Qué va a hacer el IECM? ¿Cuál es el papel del IECM?
- Cápsulas informativas (Orientar a la ciudadanía sobre cómo votar con una boleta sin partidos).

Etapa 2

- Se explicarán los cargos a elegir: ¿Qué es un juez de lo familiar, penal, contencioso, laboral, etc?
- Publicaciones en tiempo real.
- Difusión del calendario electoral.

PERIODO DE EJECUCIÓN

Septiembre a diciembre de 2026.

ALCANCE

ALCANCE	INDICADOR
Impacto positivo o neutro en, al menos, 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 (X y Facebook).	Alcance (A) = Número de impresiones del mes actual (NiaAct) por cien, entre el número de impresiones del mes inmediato anterior (NiAnt). $A = (NiAct \cdot 100 / NiAnt)$

15



Proceso Electoral del Poder Judicial Local 2027

El Código en su artículo 36, establece que el IECM es la autoridad electoral encargada de la organización, el desarrollo y la vigilancia de los procesos electorales para la Jefatura de Gobierno, diputaciones al Congreso, alcaldías, y de las personas juzgadoras del Poder Judicial de la Ciudad de México, así como de los procesos de participación ciudadana.

En ese sentido, la Estrategia de Difusión del Proceso Electoral del Poder Judicial Local 2027, tiene como objetivo difundir el desarrollo de actividades de la elección, garantizando el derecho a la información, así como fomentar la participación de la ciudadanía, actores políticos e instituciones, tanto en los preparativos como en el inicio del Proceso Electoral del Poder Judicial 2026 - 2027, a través de difusión de información clara y oportuna sobre cada una de las etapas que el IECM desarrollará.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Explicar a la ciudadanía las particularidades de este proceso, de una forma clara y sencilla.
- Destacar la importancia de esta elección a nivel local.
- Comunicar de manera eficiente a la ciudadanía las fechas, plazos y actividades del proceso.
- Informar a las y los ciudadanos de la Ciudad de México las modalidades de votación que permitan el ejercicio de un voto libre e informado.
- Realizar acciones en materia de voto válido.

PÚBLICO OBJETIVO

- Personas mayores de 18 años con credencial para votar vigente.
- Liderazgos y organizaciones, personas con vocación de servicio comunitario, organizaciones de la sociedad civil.
- Grupos prioritarios como personas en estado de postración y cuidadores primarios, personas residentes en el extranjero, personas en prisión preventiva, mujeres, adultos mayores, personas con discapacidad, y de la diversidad sexual.

ALIADOS ESTRATÉGICOS

- Medios de comunicación.
- Iniciativa Privada.
- Ciudadanía activa en plataformas digitales y redes sociales.
- Observadores electorales integrantes de la Red de Observación del IECM.

LÍNEAS DE ACCIÓN

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

- Difusión de cada una de las etapas del proceso, perfiles de las candidaturas, fechas, horarios y pormenores de la jornada de votación, así como su diferencia en comparación con otros comicios, a fin de que la ciudadanía involucrada pueda emitir un voto informado.
- Generar productos gráficos y audiovisuales para explicar de manera clara y sencilla las etapas del proceso.
- Generar contenidos para explicar: qué se va a elegir, por qué es importante participar, quiénes pueden votar, cuándo y dónde, así como lo que pueden y no hacer las candidaturas a elegir en campaña.
- Publicación de anuncios en medios impresos y electrónicos.
- Pautado en plataformas de redes sociales.
- Habilitar un micrositio específico del proceso electoral.
- Difundir en redes sociales y sitio institucional las novedades del proceso electoral.
- Difundir en redes sociales y sitio institucional los perfiles de las candidaturas a los cargos de elección.
- Emisión de mensajes en plataformas digitales, mediante el uso de *hashtags*, GIF's, infografías, videos promocionales y animaciones que motiven la interacción o conversación con las y los usuarios.
- Transmisión de spots en radio y televisión a través de tiempos oficiales.
- Cobertura informativa de los eventos institucionales que se realicen en el marco de los actos preparatorios de la elección, la cual consiste en la emisión de boletines de prensa, levantamiento de material fotográfico y de video en el lugar del evento para su difusión en redes sociales y plataformas electrónicas.

- Generación de entrevistas en radio y televisión, así como en plataformas digitales.
- Transmisión en vivo de eventos en el canal de YouTube, así como en las cuentas institucionales del IECM en Facebook y X.
- Diseño de material audiovisual para su difusión vía WhatsApp en colaboración con las Direcciones Distritales.
- Grabaciones de audio para perifoneo y telefonía (IP Phone).
- Realizar las gestiones con autoridades locales para establecer acciones de colaboración institucional en materia de difusión.

LÍNEAS DE ACCIÓN EN REDES SOCIALES

Etapas 1

- Se darán a conocer los procesos, plazos y requisitos.
- Se resaltarán la importancia de esta elección y del Poder Judicial en la CDMX.
- Explicar cómo se votará en esta elección (Centros de votación).
- ¿Qué va a hacer el IECM? ¿Cuál es el papel del IECM?
- Cápsulas informativas (Instruir a la ciudadanía sobre como votar con una boleta sin partidos).

Etapas 2

- Se explicarán los cargos a elegir: ¿Qué es un juez de lo familiar, penal, contencioso, laboral, etc.?
- Publicaciones en tiempo real.
- Difusión del calendario electoral.

Estrategia de Pauta:

- El objetivo de las campañas promocionadas será principalmente bajo el objetivo de Alcance (*Reach*) para informar a la ciudadanía.
- Los contenidos como las cápsulas informativas que buscan enseñar a la ciudadanía cómo votar o utilizar algún material, tendrán el objetivo de Interacciones (*Engagement*) o Vistas de Video (*Video Views*).
- El contenido gráfico que tenga como objetivo la participación de la ciudadanía (Contenido creativo) también tendrá el objetivo de Interacciones (*Engagement*).
- En caso del micrositio, todos los contenidos buscarán generar tráfico (*Website Traffic*).

PERIODO DE EJECUCIÓN

Octubre a diciembre de 2026.

ALCANCE

ALCANCE	INDICADOR
Impacto positivo o neutro en, al menos, 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). $Ip = (Np * 100) / NP$
Alcance de la conversación en redes sociales (X y Facebook).	Alcance (A) = Número de impresiones del mes actual (NiAct) por cien, entre el número de impresiones del mes inmediato anterior (NiAnt). $A = (NiAct * 100 / NiAnt)$

16



Comunicación permanente de las acciones y programas institucionales ordinarias

El IECM despliega un esfuerzo constante por consolidar la educación cívica y los valores democráticos como pilares de la vida cotidiana en la capital. Esta labor ininterrumpida busca que cada habitante de la Ciudad de México no sólo conozca sus derechos político-electorales, sino que encuentre en el Instituto un aliado para el ejercicio pleno de éstos.

Bajo esta premisa, la estrategia de comunicación dará cuenta del quehacer cotidiano del IECM, desde la capacitación y educación para órganos de representación ciudadana, organizaciones ciudadanas y ciudadanía en general, el fortalecimiento de las asociaciones políticas, así como la innovación en geoestadística electoral y la promoción de los principios rectores de la participación.

OBJETIVO ESPECÍFICO

Garantizar el cumplimiento del principio de máxima publicidad en todas las atribuciones permanentes y consolidarlo como una identidad institucional de proximidad, proyectando un mensaje claro y contundente: “Somos un organismo que hace más que elecciones, somos el motor de la cultura democrática en la Ciudad de México”.

PÚBLICO OBJETIVO

Niñez, adolescencias y juventudes; grupos de atención prioritaria (personas jóvenes; mayores; con discapacidad; de la diversidad sexual y de género; pueblos, barrios y comunidades indígenas, y personas de pueblos y comunidades afromexicanas), agrupaciones y partidos políticos.

ALIADOS ESTRATÉGICOS

- Alcaldías, Congreso, Gobierno y órganos autónomos de la Ciudad de México.
- Organizaciones Ciudadanas cuyo eje de acción sea la promoción de la difusión de valores democráticos y el involucramiento ciudadano en los asuntos públicos.
- 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.

LÍNEAS DE ACCIÓN

- Difusión de mensajes promocionales para posicionar la imagen institucional del IECM como un Organismo Público Local Electoral íntegro, confiable y transparente en la organización de elecciones y mecanismos de participación ciudadana, por más de dos décadas y media.
- Gestión de entrevistas de las y los titulares de las consejerías con representantes de medios de comunicación.

- Gestión para la publicación de inserciones en medios impresos y electrónicos.
- Implementar acciones de vinculación institucional en materia de comunicación.
- Reporteo interno para la producción de contenidos y mensajes institucionales diarios que difundan las diversas actividades de todas las áreas del Instituto, así como la cobertura informativa para la elaboración de boletines de prensa y la difusión de eventos institucionales en medios de comunicación.
- Transmisión en vivo de eventos institucionales en el canal de YouTube, así como en las cuentas oficiales del IECM (Facebook y X).
- Monitoreo y seguimiento de la información que se genere en medios de comunicación impresos y electrónicos sobre el organismo y otros temas de interés institucional, como lo es el seguimiento de la reforma electoral.
- Diseño y producción de materiales auxiliares de difusión para los programas habituales de las áreas del IECM.
- Generación y producción de cápsulas de video institucionales.
- Generación y producción de banners, videos, infografías o gifs de video institucionales para su difusión auxiliar con aplicación WhatsApp con la colaboración de las Direcciones Distritales.
- Generar insumos y materiales informativos de manera continua.
- Difusión de temas estratégicos en medios impresos, electrónicos, virtuales, internet y redes sociales.
- Cobertura y difusión de eventos institucionales internos y externos con un enfoque informativo.
- Elaborar documentos informativos (síntesis informativas matutinas y vespertinas) que aporten un panorama noticioso y faciliten la toma de decisiones.
- Posicionar al sitio web institucional como la principal plataforma de acceso a la información del quehacer del organismo.

- Aprovechar las redes sociales institucionales como plataforma para difundir de manera inmediata mensajes estratégicos.
- Reactivar el sitio de intranet como un canal de comunicación interna para motivar el sentido de pertenencia y compromiso institucional entre el personal.
- Hacer visible el quehacer institucional a través de la transmisión en vivo de eventos.
- Producir material gráfico y audiovisual que enriquezca los contenidos informativos.
- Realizar actividades orientadas a difundir la Consulta para Niñas, Niños y Adolescentes 2026.
- Realizar actividades orientadas a difundir las Consultas de Acciones Afirmativas para Grupos de atención prioritaria rumbo al Proceso Electoral Local 2026-2027.
- Realizar actividades orientadas a difundir los concursos.
- Realizar actividades orientadas a difundir las acciones afirmativas para grupos de atención prioritaria.

PERIODO DE EJECUCIÓN

Enero a diciembre de 2026.

ALCANCE

ALCANCE	INDICADOR
Impacto positivo o neutro en, al menos, 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 (X y Facebook).	Alcance (A) = Número de impresiones del mes actual (NiaAct) por cien, entre el número de impresiones del mes inmediato anterior (NiAnt). $A = (NiAct \cdot 100 / NiAnt)$

ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN INTERNA

Tras consolidar 27 años de historia como pieza clave de la democracia en la Ciudad de México, el IECM tiene claro que su mayor fortaleza reside en el profesionalismo, la experiencia y el espíritu de servicio de su personal.

Derivado de lo anterior, es necesario fortalecer el sentido de pertenencia y unidad, asegurando que cada integrante se reconozca como parte fundamental de una institución fuerte, autónoma y profundamente cercana a las causas ciudadanas.

OBJETIVO GENERAL

Generar instrumentos de comunicación para fortalecer el sentido de pertenencia de las personas que prestan sus servicios en el IECM, mediante la elaboración de mensajes referentes a la experiencia, conocimientos y calidad de los procesos que caracterizan a la institución.

TEMAS ESPECÍFICOS POR COMUNICAR

- Consolidación de la identidad y orgullo institucional.
- Sistema de Gestión de Calidad Electoral (SGCE) y el liderazgo internacional de nuestra recertificación ISO Electoral.
- Cultura laboral de excelencia con perspectiva de género, inclusión y Derechos Humanos.

SENTIDO DE IDENTIDAD INSTITUCIONAL

La identidad del IECM se manifiesta en el trabajo diario de cada servidora y servidor público. Ante los retos externos, el rediseño organizacional o temas presupuestales, su identidad debe mantenerse como señal de resiliencia y respaldo mutuo. El talento humano debe sentirse acompañado por una comunicación clara y transparente que brinde certidumbre sobre las directrices institucionales ante cualquier desafío.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Fortalecer el sentido de pertenencia mediante el reconocimiento de los logros colectivos del personal.

- Promover una cultura de respeto total, difundiendo activamente mecanismos para erradicar cualquier forma de violencia, acoso laboral o sexual.
- Garantizar la seguridad y bienestar, informando con agilidad sobre los protocolos y medidas de protección para el personal en todas sus sedes.

PÚBLICO OBJETIVO

- Personal de Sede Central, las 33 Sedes Distritales y Almacén del IECM.

INSTANCIAS PARTICIPANTES

- Secretaría Ejecutiva y Secretaría Administrativa.
- Unidad Técnica de Sistemas Informáticos.
- Dirección Ejecutiva de Género, Derechos Humanos, Educación Cívica y Construcción Ciudadana.

LÍNEAS DE ACCIÓN

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

- Rediseño de la Red Institucional Electoral (RIE).
- Publicación constante de información en el Sitio de Intranet (RIE).
- Envío de correos electrónicos institucionales a nivel masivo.
- Implementación de campañas informativas internas en coordinación con las diversas áreas.

PERIODO DE EJECUCIÓN

Enero a diciembre de 2026.

SISTEMA DE GESTIÓN DE CALIDAD ELECTORAL (SGCE)

El IECM destaca como el único organismo electoral en México que cumple con los estándares internacionales de la norma ISO/TS 54001:2019, avalada por la

Organización de los Estados Americanos (OEA) a través de su Órgano Internacional de Acreditación Electoral (IEAB, por sus siglas en inglés).

Esta certificación no es solo un proceso administrativo, es la garantía de que nuestra labor en procesos electorales y participación ciudadana se rige por la excelencia.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

Socializar la cultura de la calidad relativos al SGCE, vinculando el cumplimiento de las atribuciones diarias con los estándares internacionales que nos distinguen como referente nacional.

PÚBLICO OBJETIVO

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

LÍNEAS DE ACCIÓN

- Difusión de la política y objetivos de calidad en todos los soportes digitales y físicos internos.
- Priorización y fácil acceso a las herramientas del SGCE desde la página principal de la Intranet (RIE).

PERIODO DE EJECUCIÓN

Enero a diciembre de 2026.

PERSPECTIVA DE GÉNERO Y DERECHOS HUMANOS

Como pioneros en la implementación de acciones afirmativas e inclusión de grupos de atención prioritaria, el IECM traslada estos valores a su interior. La igualdad laboral y la no discriminación son la base de nuestro desarrollo integral, respaldadas por las Normas Mexicanas en Igualdad Laboral y No Discriminación NMX-R-025-SCFI-2015.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Refrendar el compromiso con la igualdad, generando contenidos que promuevan el desarrollo profesional en igualdad de oportunidades y el respeto irrestricto a los derechos laborales.
- Difundir instrumentos y protocolos que fomenten un ambiente laboral inclusivo y consciente de la diversidad.

PÚBLICO OBJETIVO

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

INSTANCIAS PARTICIPANTES

- Dirección Ejecutiva de Género, Derechos Humanos, Educación Cívica y Construcción Ciudadana.
- Red de Observación.

LÍNEAS DE ACCIÓN

Difusión de contenidos sobre equilibrio vida-trabajo y corresponsabilidad laboral. Creación de materiales interactivos para concientizar al personal sobre la importancia de la perspectiva de género en sus funciones diarias.

PERIODO DE EJECUCIÓN

Enero a diciembre de 2026.

ALCANCE

ALCANCE					INDICADOR
Publicaciones realizadas en la Red Institucional Electoral (RIE).	Alcance (A) = Número de visitas actuales (NVA) por cien, entre el número de visitas del mes anterior (NVMA).				
	$A = (NVA*100)/NVMA$				



**INSTITUTO ELECTORAL
CIUDAD DE MÉXICO**

IECM-JA031-26

Código: UTCSyD/ES/01

REV. 0

Fecha de revisión: 27 de febrero 2026

Fecha de emisión: 27 de febrero 2026

Página 57 de 60

17



Anexos

ANEXO: MATRIZ DE GESTIÓN DE RIESGOS ESTRATÉGICOS

IECM-JA031-26

Código: UTCyD/ES/01

REV. 0

Fecha de revisión: 27 de febrero 2026

Fecha de emisión: 27 de febrero 2026

Página 58 de 60

SECCIÓN 1 IDENTIFICACIÓN DE LOS RIESGOS							SECCIÓN 2 ANÁLISIS Y EVALUACIÓN DE LOS RIESGOS Y DE LOS CONTROLES EXISTENTES										SECCIÓN 3 TRATAMIENTO DE LOS RIESGOS															
N°	SUBPROCESO O ACTIVIDAD CONTENIDA EN EL PROGRAMA INTEGRAL RESPECTIVO (PIPI, PIPF o PIEC), DE SER EL CASO; O ACTIVIDAD SUSTANTIVA DE LA QUE SE TRATA.	CLASIFICACIÓN DEL RIESGO.	RIESGO A EVALUAR. DESCRIPCIÓN DEL RIESGO QUE AFECTE O PUEDA AFECTAR EL LOGRO DE LOS RESULTADOS PREVISTOS.	CAUSAS QUE ORIGINAN EL RIESGO.	CONSECUENCIAS EN CASO DE MATERIALIZARSE EL RIESGO.	PARTE (S) INTERESADA (S) AFECTADA (S)	PROBABILIDAD				IMPACTO				CONTROLES EXISTENTES.	EFECTIVIDAD DEL CONTROL				NIVEL DE RIESGO INICIAL (NPI) PPI*EC	TRATAMIENTO.	ACCIÓN (ES) PARA TRATAR LOS RIESGOS.	FECHA DE INICIO. (dd/mm/aa)	FECHA DE TÉRMINO. (dd/mm/aa)	ÁREA RESPONSABLE DEL SEGUIMIENTO DE LA ACCIÓN.	PROBABILIDAD (I - IPI)		IMPACTO (I - IPI)		NIVEL DE RIESGO RESIDUAL (NPR) PPI*EC		
							REMOTA (I)	BAJA (2-3)	MODERADA (4-5, 6)	ALTA (7-8)	BAJA (2-3)	MODERADA (4-5, 6)	ALTA (7-8)	BAJO (1)		MODERADO (4-5, 6)	ALTO (7-8)	BAJO (1)	MODERADO (4-5, 6)							ALTO (7-8)	MUY ALTO (9-10)					
1	Pérdida de confianza ciudadana en la credibilidad del Instituto/ Desacreditación del IECM	Sociales	Disminución de participación ciudadana; menor reconocimiento del IECM como árbitro electoral.	Entorno político polarizado; campañas de desinformación; falta de respuesta institucional efectiva.	Pérdida de legitimidad de mecanismos; debilitamiento de cultura democrática.	Estructura orgánica del Instituto Electoral de la Ciudad de México, ciudadanía, partidos políticos, organizaciones comunitarias, gobierno.			6				8		Diseño de Plan General de Desarrollo 2026-2030, Comunicación efectiva y resultados verificables.			6				208	Reducir riesgo	Generar campañas de comunicación permanente y transparente sobre logros y procesos.	Jan-26	Dec-26	Estructura orgánica de la Presidencia del Consejo General del Instituto Electoral de la Ciudad de México	4	7	4		112
2	Reducción del Presupuesto	Políticas	Insuficiencia presupuestal para el cumplimiento de las funciones institucionales.	Escasez de recursos económicos para el cumplimiento de actividades programadas.	Paralización o retraso de actividades sustantivas; disminución de la confianza ciudadana en el IECM; impacto negativo en la participación y en la calidad de los procesos democráticos.	Ciudadanía, órganos desconcentrados, personal del IECM, actores políticos, partidos políticos.			7				8		Generación de capacitaciones en formato digital para ahorrar costos de materiales impresos.			8				448	Reducir riesgo	Optimizar recursos priorizando actividades sustantivas.	Jan-26	Dec-26	Estructura orgánica de la Presidencia del Consejo General del Instituto Electoral de la Ciudad de México	5	6	3		90
3	Difusión insuficiente	Tecnológicos	Escasa difusión institucional de procesos y mecanismos de participación ciudadana.	La falta de campañas integrales y sostenidas de comunicación impide que la ciudadanía conozca los procesos de participación y las atribuciones del Instituto.	Desinformación; baja participación en mecanismos democráticos; pérdida de legitimidad institucional.	Ciudadanía en general, órganos desconcentrados, organizaciones sociales, medios de comunicación.			4				6		Elaboración y difusión de mensajes que orienten a la población sobre las vías institucionales de participación ciudadana, por medio de redes sociales (Twitter, Facebook, Instagram, YouTube).			2				60	Nivel de riesgo aceptable (NRA)	Fortalecer la comunicación multicanal (medios de comunicación)	Jan-26	Dec-26	Estructura orgánica de la Presidencia del Consejo General del Instituto Electoral de la Ciudad de México	3	4	1		12
4	Baja participación ciudadana	Sociales	Escasa participación de la ciudadanía en los mecanismos de democracia directa y representativa.	Desinterés ciudadano; falta de difusión institucional; desconfianza en las instituciones.	Pérdida de legitimidad de los mecanismos; disminución de cultura democrática; debilitamiento del vínculo sociedad-Instituto.	Ciudadanía en general, órganos desconcentrados, organizaciones sociales, gobierno, partidos políticos, academia.			6				6		Comunicación asertiva y fortalecimiento del debate público para impulsar la participación ciudadana.			7				252	Reducir riesgo	Diseñar incentivos comunitarios para la participación (reconocimientos, beneficios sociales).	Jan-26	Dec-26	Estructura orgánica de la Presidencia del Consejo General del Instituto Electoral de la Ciudad de México	5	5	3		75
5	La Reforma Electoral	Políticos	Modificación del marco normativo que limite la autonomía, funciones o capacidades operativas del IECM.	Cambios en la legislación electoral; reducción de atribuciones; modificación en la estructura organizacional; posibles ajustes en el financiamiento público.	Pérdida de autonomía institucional; incertidumbre jurídica	Ciudadanía, personal del IECM, actores políticos, órganos desconcentrados.			8				10		Seguimiento al posible panorama político para prever acciones de coordinación interinstitucionales. Coordinación con la autoridad nacional. Análisis y replanteamiento de las atribuciones asignadas al IECM.			6				480	Reducir riesgo	Establecer mesas de diálogo con actores clave para anticipar impactos	Jan-26	Dec-26	Estructura orgánica de la Presidencia del Consejo General del Instituto Electoral de la Ciudad de México	6	5	4		120
6	Baja participación de los Comités de Participación Comunitaria y de los Pueblos Originarios.	Sociales	Baja participación o falta de representación de los pueblos originarios y comunidades en los procesos de participación ciudadana.	debilidad en los mecanismos de participación diferenciada; desconocimiento institucional de prácticas comunitarias.	Exclusión de grupos sociales; pérdida de legitimidad en los mecanismos participativos; debilitamiento de la cohesión social y confianza institucional.	Comunidades y pueblos originarios, ciudadanía, organizaciones sociales, IECM.			5				6		Difusión de convocatorias para la integración de Comités de los Pueblos Originarios y de los Pueblos Originarios.			5				150	Reducir riesgo	Establecer alianzas con líderes comunitarios y organizaciones locales.	Jan-26	Dec-26	Estructura orgánica de la Presidencia del Consejo General del Instituto Electoral de la Ciudad de México	4	5	4		80



ANEXO: MATRIZ DE GESTIÓN DE RIESGOS ESTRATÉGICOS

SECCIÓN 1							SECCIÓN 2													SECCIÓN 3												
IDENTIFICACIÓN DE LOS RIESGOS							ANÁLISIS Y EVALUACIÓN DE LOS RIESGOS Y DE LOS CONTROLES EXISTENTES													TRATAMIENTO DE LOS RIESGOS												
N°	SUBPROCESO O ACTIVIDAD CONTENIDA EN EL PROGRAMA INTEGRAL RESPECTIVO (PIPEL, PIP o PREG, DE SER EL CASO, O ACTIVIDAD SUSTANTIVA DE LA QUE SE TRATA.	CLASIFICACIÓN DEL RIESGO.	RIESGO A EVALUAR. DESCRIPCIÓN DEL RIESGO QUE AFECTE O PUEDA AFECTAR EL LOGRO DE LOS RESULTADOS PREVISTOS.	CAUSAS QUE ORIGINAN EL RIESGO.	CONSECUENCIAS EN CASO DE MATERIALIZARSE EL RIESGO.	PARTE (S) INTERESADA (S) AFECTADA (S)	PROBABILIDAD					IMPACTO					CONTROLES EXISTENTES.	EFECTIVIDAD DEL CONTROL					NIVEL DE RIESGO INICIAL (NPR) P*PEC	TRATAMIENTO.	ACCIÓN (S) PARA TRATAR LOS RIESGOS.	FECHA DE INICIO. (dd/mm/aa)	FECHA DE TÉRMINO. (dd/mm/aa)	ÁREA RESPONSABLE DEL SEGUIMIENTO DE LA ACCIÓN.	PROBABILIDAD (1-100)	IMPACTO (1-100)	EFFECTIVIDAD DEL CONTROL (1-100)	NIVEL DE RIESGO RESIDUAL (NPRr) P*PEC
							REMOTA (1)	BAJA (2-3)	MODERADA (4-5, 6)	ALTA (7-8)	MUY ALTA (9-10)	BAJO (2-3)	MODERADO (4-5, 6)	ALTO (7-8)	MUY ALTO (9-10)	MUY ALTO (9)		ALTO (10)	MEDIANA (4-5, 6)	BAJA (2-3)	IMPROBABLE (1-3)											
7	El crecimiento económico débil y el incremento de la deuda pública.	Políticos	Insuficiencia presupuestal derivada de la situación económica nacional o local.	Reducción de ingresos públicos; incremento del gasto gubernamental; recortes presupuestales generalizados.	Retraso o cancelación de actividades institucionales; pérdida de eficiencia operativa; afectación a la planeación electoral y de participación ciudadana.	Personal del IECM, ciudadanía, órganos desconcentrados, actores políticos.	2					5						2				20	Nivel de riesgo aceptable (NRA)	Fortalecer la planeación financiera con escenarios de austeridad.	Jan-26	Dec-26	Estructura orgánica de la Presidencia del Consejo General del Instituto Electoral de la Ciudad de México	2	4	1	8	
8	Incremento en el costo de los servicios que el INE le brinda al IECM	Operacionales	Aumento en los gastos derivados de los servicios que presta el INE, que impactan el presupuesto operativo del IECM.	Actualización de tarifas por servicios técnicos y logísticos; incremento de costos de materiales y personal especializado.	Sobrecostos; necesidad de reprogramar actividades; reducción de recursos para otras áreas prioritarias; impacto en la eficiencia institucional.	Personal del IECM, ciudadanía, órganos desconcentrados, proveedores.	6					7						2				84	Nivel de riesgo aceptable (NRA)	Negociar convenios de colaboración con cláusulas de eficiencia	Jan-26	Dec-26	Estructura orgánica de la Presidencia del Consejo General del Instituto Electoral de la Ciudad de México	3	6	1	30	
9	Falta de estrategia de comunicación	Operacionales	Ineficiencia en la comunicación institucional hacia la ciudadanía.	Ausencia de planeación comunicacional; débil articulación interinstitucional; falta de aprovechamiento de plataformas digitales.	Desinformación; baja participación ciudadana; pérdida de legitimidad institucional; debilitamiento de la imagen pública.	Personal adscrito al IECM, medios de comunicación, ciudadanía.	4					8						2				24	Nivel de riesgo aceptable (NRA)	Establecer vocerías oficiales y canales de comunicación directa.	Jan-26	Dec-26	Estructura orgánica de la Presidencia del Consejo General del Instituto Electoral de la Ciudad de México	3	2	1	6	
10	Inundaciones	Ambientales	Daños a la infraestructura institucional y pérdida de operatividad por fenómenos hidrometeorológicos.	Condiciones climatológicas extremas; deficiencias en el drenaje urbano; ubicación de inmuebles en zonas vulnerables.	Interrupción de servicios; deterioro de bienes materiales; afectación de archivos; retrasos en actividades sustantivas.	Personal del IECM, ciudadanía, órganos desconcentrados, autoridades locales, Protección Civil.	3					4						7				84	Nivel de riesgo aceptable (NRA)	Identificar zonas de riesgo y establecer planes de contingencia.	Jan-26	Dec-26	Estructura orgánica de la Presidencia del Consejo General del Instituto Electoral de la Ciudad de México	3	3	5	45	

ALTO	Es necesario dar tratamiento inmediato al Riesgo.
MEDIO	Es recomendable dar tratamiento al Riesgo.
BAJO	Nivel de Riesgo Aceptable.

CRONOLOGÍA DE DIFUSIÓN TEMÁTICA 2026													
Campaña	Etapas	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
Presupuesto Participativo 2026 y 2027	Registro de Proyectos												
	Dictaminación de Proyectos												
	Presentación de Inconformidad												
	Difusión de Proyectos												
	Registro SEI												
	Jornada Anticipada												
	Jornada Presencial												
	Asambleas de Información y selección												
	Comités de Ejecución y Vigilancia												
	Asambleas de Evaluación y Rendición de Cuentas												
Comisión de Participación Comunitaria (COPACO) 2026													
	Registro de Candidaturas												
	Registro SEI												
	Difusión de las candidaturas												
	Jornada Anticipada												
	Jornada Presencial												
Proceso Electoral Local Ordinario 2026-2027													
Proceso del Poder Judicial Local 2027													
Acciones y Programas Institucionales Ordinarias													
Estrategia de Comunicación Interna													

HOJA DE FIRMAS