



PROGRAMA ESPECÍFICO DE COMUNICACIÓN SOCIAL Y
DIFUSIÓN DEL INSTITUTO ELECTORAL DE LA CIUDAD DE
MÉXICO 2024

UNIDAD TÉCNICA DE COMUNICACIÓN SOCIAL Y DIFUSIÓN

Septiembre 2023

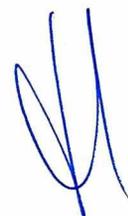
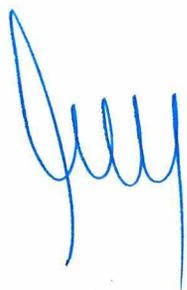
A handwritten signature in blue ink, located in the bottom left corner of the page. The signature is stylized and appears to consist of several loops and a long vertical stroke.

A handwritten signature in blue ink, located in the bottom right corner of the page. The signature is more vertical and consists of several loops and a long vertical stroke.

Índice

I. Introducción	4
II. Marco Jurídico	5
III. Metodología del Marco Lógico.....	9
Primera Etapa: Identificación del problema y alternativas de solución.....	9
a) Análisis de población involucrada.....	9
b) Análisis de problemas.....	15
c) Análisis de objetivos	18
d) Identificación de alternativas de solución al problema.....	21
e) Selección de la alternativa óptima.....	22
f) Estructura analítica del programa (EAP).....	23
g) Matriz de Indicadores para Resultados.....	25
IV. Identificación de la Población Objetivo.....	27
V. Actividades institucionales.....	33
Actividad institucional 01: Estrategia de comunicación, planificada de manera integral	34
Tipo	34
Justificación	34
Objetivo específico	34
Indicador.....	34
Meta	34
Acciones.....	34
Actividad institucional 02: Acciones de comunicación institucional integrada.....	34
Tipo	34
Justificación	34
Objetivo específico	34
Indicador.....	34
Meta	34
Acciones.....	34

Actividad institucional 03: Campaña de difusión del Proceso Electoral Local Ordinario (PELO) cercana a la ciudadanía.....	34
Tipo	34
Justificación	34
Objetivo específico	35
Indicador.....	35
Meta	35
Acciones.....	35
VI. Cronograma de acciones de apoyo.....	36
VII. Matriz de Gestión de Riesgos.....	39



I. Introducción

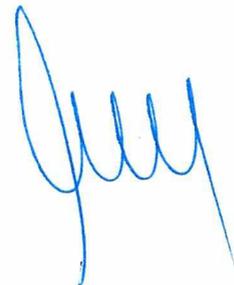
El 30 de enero de 2023, mediante el acuerdo IECM/ACU-CG-014/2023, el Consejo General del Instituto Electoral de la Ciudad de México (IECM) aprobó el Plan General de Desarrollo del IECM para el periodo 2023-2026 (PGD), el cual marca los fines institucionales y su esencia es la optimización de recursos, la transparencia, el impulso a modelos de gobierno abierto y la rendición de cuentas.

Como parte de la planeación operativa del PGD, se instrumenta este Programa de Comunicación Social y Difusión 2024, el cual consiste en definir las Actividades Institucionales (AI's) que llevará a cabo la Unidad Técnica de Comunicación Social y Difusión (UTCSyD) para fortalecer la imagen del IECM ante la ciudadanía y figuras políticas de la capital del país, así como consolidar la comunicación institucional.

Este documento se alinea al objetivo estratégico número cinco del PGD: Visibilizar y socializar la función del quehacer institucional y la rendición de cuentas proactiva, con un lenguaje accesible e incluyente, para fomentar la cercanía con la ciudadanía.

En este programa, se plasman las AI's que la UTCSyD realizará durante 2024, cuya tarea principal es la difusión de la organización del Proceso Electoral Local Ordinario (PELO), así como la de la promoción de la cultura política y democrática en la Ciudad de México.

Lo anterior en observancia al Reglamento Interior del Instituto Electoral de la Ciudad de México, el cual establece, en su artículo 28, las atribuciones de la UTCSyD en materia de comunicación y difusión integral de las actividades institucionales; entre ellas: diseñar, producir y difundir las acciones para fortalecer la imagen institucional y consolidar la comunicación institucional; llevar a cabo la difusión integral de las actividades institucionales; coadyuvar en el diseño y aplicación de estrategias y campañas de promoción del voto, así como difundir de la cultura democrática, de manera incluyente, no discriminatoria y no sexista. Sus alcances se deben ajustar a los principios de certeza, legalidad, independencia, inclusión, imparcialidad, máxima publicidad, equidad, transparencia y objetividad, con perspectiva de |derechos humanos, de género y no discriminación.



Además, la UTCSyD colabora con las distintas áreas del Instituto para cumplir, en el ámbito de su competencia, con los trabajos que instruye el Consejo General, realizar las actividades que solicitan las Comisiones Permanentes, Provisionales y Especiales, así como los Comités del IECM, relacionados con actividades de carácter ordinario y de difusión de los Procesos Electorales y de Participación Ciudadana que este órgano electoral organiza.

Atiende también aquellos requerimientos en materia de Comunicación Social y Difusión por parte de las oficinas de las consejerías que integran el Consejo General, las direcciones ejecutivas, las unidades técnicas, las direcciones distritales y la Contraloría Interna del Instituto.

La elaboración del programa que nos ocupa se apega a las bases determinadas por la Junta Administrativa mediante el Acuerdo IECM-JA122-23, aprobado en la quinta sesión urgente celebrada el dieciocho de agosto del año dos mil veintitrés, contenidas en el "*Manual de Planeación del IECM*", en su Capítulo 4, apartado 3, correspondiente a los "Criterios para elaborar los Anteproyectos de los Programas Institucionales y de los Programas Específicos". Por lo que, de conformidad con el inciso a) del subapartado "De la estructura de los anteproyectos de los programas", de dichos criterios, la estructura del programa institucional de referencia se divide en siete apartados, a saber: introducción, marco jurídico, metodología del marco lógico, identificación de población objetivo, actividades institucionales, cronograma de acciones sustantivas y matriz de gestión de riesgos.

El presente programa institucional se encuentra acorde con los programas generales, así como con los objetivos y líneas estratégicas planteadas en el PGD.

II. Marco Jurídico

Los artículos 35, 39, 40, 41, 116 y 122 de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos (Constitución Federal), establecen las bases jurídicas en las que se sustenta el sistema político mexicano; de las que se desprende el marco electoral que rige, entre otros, a la Ciudad de México y, por ende, al IECM.

En este tenor, la *Constitución Política de la Ciudad de México* (Constitución Local), en su artículo 50, párrafos primero, tercero y cuarto, establecen que la organización, desarrollo y vigilancia de

los procesos electorales para las elecciones de Jefatura de Gobierno, Diputaciones al Congreso y Alcaldías de la Ciudad de México; los procesos de participación ciudadana en la Ciudad, mediante los cuales la Ciudadanía ejerce sus derechos; el diseño e implementación de las estrategias, programas, materiales y demás acciones orientadas al fomento de la educación cívica y la construcción de Ciudadanía, así como de las atribuciones que le confieren la Constitución Federal, la Constitución Local y las leyes de la materia, son funciones que realiza el IECM, cuyo ejercicio se realiza conforme a los principios rectores de certeza, legalidad, independencia, imparcialidad, objetividad y máxima publicidad.

Asimismo, conforme a los artículos 30, 35 y 36, fracciones I, II y III, del *Código de Instituciones y Procedimientos Electorales de la Ciudad de México* (Código), el IECM es la autoridad en materia electoral encargada de la organización, el desarrollo y la vigilancia de los procesos electorales para las elecciones de Jefatura de Gobierno, diputaciones al Congreso y de las alcaldías en la Ciudad de México, así como de los 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, además de contribuir al desarrollo de la vida democrática; fortalecer el régimen de asociaciones políticas; asegurar a la Ciudadanía el ejercicio pleno de los derechos político-electorales y vigilar el cumplimiento de sus obligaciones. Referir lo de la coadyuvancia con la DEECyCC en materia de campañas de promoción del voto (art. 94, numeral 18).

En tanto, en el Artículo 28 del *Reglamento Interior del IECM*, a la UTCSyD le corresponde: diseñar, producir y difundir las acciones para fortalecer la imagen institucional y consolidar la comunicación institucional; llevar a cabo la difusión integral de las actividades institucionales; presentar a la Secretaría Ejecutiva la propuesta anual de la Estrategia de Difusión Institucional, para ser sometida a consideración de la Junta Administrativa. La estrategia deberá procurar difundir de manera eficaz y eficiente los programas, políticas y actividades institucionales; planear, organizar, dirigir, coordinar y supervisar las acciones que permitan el constante suministro de información institucional a los diferentes medios de comunicación; operar las relaciones públicas e interinstitucionales; organizar conferencias de prensa, foros y entrevistas necesarias para la difusión de los planes, programas y actividades institucionales; elaborar la síntesis informativa y reportes de monitoreo de medios de comunicación impresos y electrónicos de actividades institucionales y temas de interés; ejecutar el Programa Operativo Anual aprobado

por el Consejo General, respecto al proyecto de comunicación social, elaborado por la propia Unidad Técnica; apoyar a la Secretaría Ejecutiva para supervisar la correcta aplicación del *Manual de Identidad Gráfica Institucional* y, en su caso, proponer actualizaciones al mismo; presupuestar y atender las solicitudes de inserciones y encartes en medios impresos e Internet que se requieran para difundir las actividades del Instituto Electoral y gestionar su publicación.

Además, realizar la cobertura informativa y supervisar la transmisión de los eventos institucionales a través del Circuito Cerrado de Televisión e Internet; supervisar y emitir opinión técnica en la planeación y producción de materiales de difusión internos y externos; coadyuvar en la producción de materiales audiovisuales que requieran las diferentes áreas; asesorar a las áreas en la organización de eventos institucionales, en cuanto al manejo adecuado de la imagen institucional; coordinar la imagen gráfica y supervisar la administración del sitio de Internet del Instituto Electoral; con base en los contenidos generados por las diferentes áreas; supervisar la actualización y dar mantenimiento, con el apoyo de la UTSI, al sitio de Internet del Instituto Electoral; coadyuvar, en el diseño y aplicación de estrategias y campañas de promoción del voto, de difusión de la cultura democrática y de participación ciudadana, con perspectiva de género y de derechos humanos, de manera incluyente, no discriminatoria.; Administrar las cuentas institucionales de redes sociales; actualizar la videoteca y el archivo fotográfico de las sesiones del Consejo General y demás actividades institucionales; proporcionar material fotográfico y de video sobre eventos públicos a las y los representantes de los medios de comunicación que así lo soliciten, para el cumplimiento de su labor informativa en los que participe el Instituto Electoral; y las demás que le confiera la normativa que rige al Instituto Electoral.

Por otro lado, considera también el mandato de la *Ley General de Comunicación Social*, norma que define y delimita la utilización de recursos públicos para los tres niveles de gobierno y los órganos autónomos de la República Mexicana; así como la *Ley para la Transparencia, prevención y combate de prácticas indebidas en materia de contratación de publicidad*.

Toda vez que el IECM resulta ser un sujeto obligado, debe tener presente y acatar lo establecido en dichas normas que establecen, entre otros aspectos, los límites de inversión de gasto público en medios de comunicación y fomentar la rendición de cuentas. Para ello, el IECM cuenta con las *Normas de racionalidad, austeridad y disciplina presupuestal* y elaboró los *Lineamientos Generales del Instituto Electoral de la Ciudad de México para el uso de los recursos en materia*

de difusión en medios impresos, electrónicos, virtuales, internet y redes sociales, los cuales regulan el ejercicio de los recursos económicos para la difusión institucional.

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

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

ACTIVIDADES DE LA UTCSyD

- Ejecución de proyectos y/o actividades institucionales.
- Fortalecimiento de relaciones con representantes de medios de comunicación
- Organización de conferencias de prensa y entrevistas con medios de comunicación para difundir el quehacer institucional.
- Presentación de avances programático-presupuestales
- Actualización del archivo documental de la UTCSyD
- Relaciones públicas institucionales en materia de comunicación
- Cobertura de los eventos institucionales internos y externos
- Producción y distribución de documentos informativos, seguimientos temáticos y síntesis informativas diarias
- Administración de contenidos específicos del sitio web institucional, a cargo de la UTCSyD.
- Generación y difusión de información, contenidos y mensajes en las cuentas institucionales en redes sociales
- Actualización de contenidos específicos del sitio de intranet institucional (RIE)

- Transmisión por Circuito Cerrado de Televisión, Internet e Intranet de los eventos de carácter e interés institucional.
- Integración de la memoria histórica del Instituto: registro de video y fotografía.
- Producción de Periódico mural Verbo Elegir.
- Diseño gráfico.
- Difusión de los instrumentos y mecanismos de participación ciudadana enunciados en la Ley de Participación Ciudadana de la Ciudad de México.
- Campaña de Difusión Específica para el Proceso Electoral Ordinario 2023-2024.
- Inserciones en medios de comunicación impresos y electrónicos: virtuales, en internet y redes sociales.
- Transmisiones por circuito cerrado de televisión y plataformas electrónicas diversas, de sesiones del Consejo General, comisiones, comités y eventos institucionales.

III. Metodología del Marco Lógico.

La Metodología del Marco Lógico (MML) desempeña un papel fundamental en el ámbito de la Comunicación Social y Difusión, ya que proporcionará una estructura sólida y sistemática para la planificación, ejecución y evaluación de este programa. En este sentido, el proceso se iniciará con la etapa de identificación del problema y la generación de alternativas de solución, permitiendo un análisis exhaustivo de las necesidades y desafíos a abordar. A continuación, la segunda etapa se concentrará en la construcción de la Matriz de Indicadores de Resultados (MIR), que engloba los elementos esenciales para la implementación y evaluación exitosa del programa.

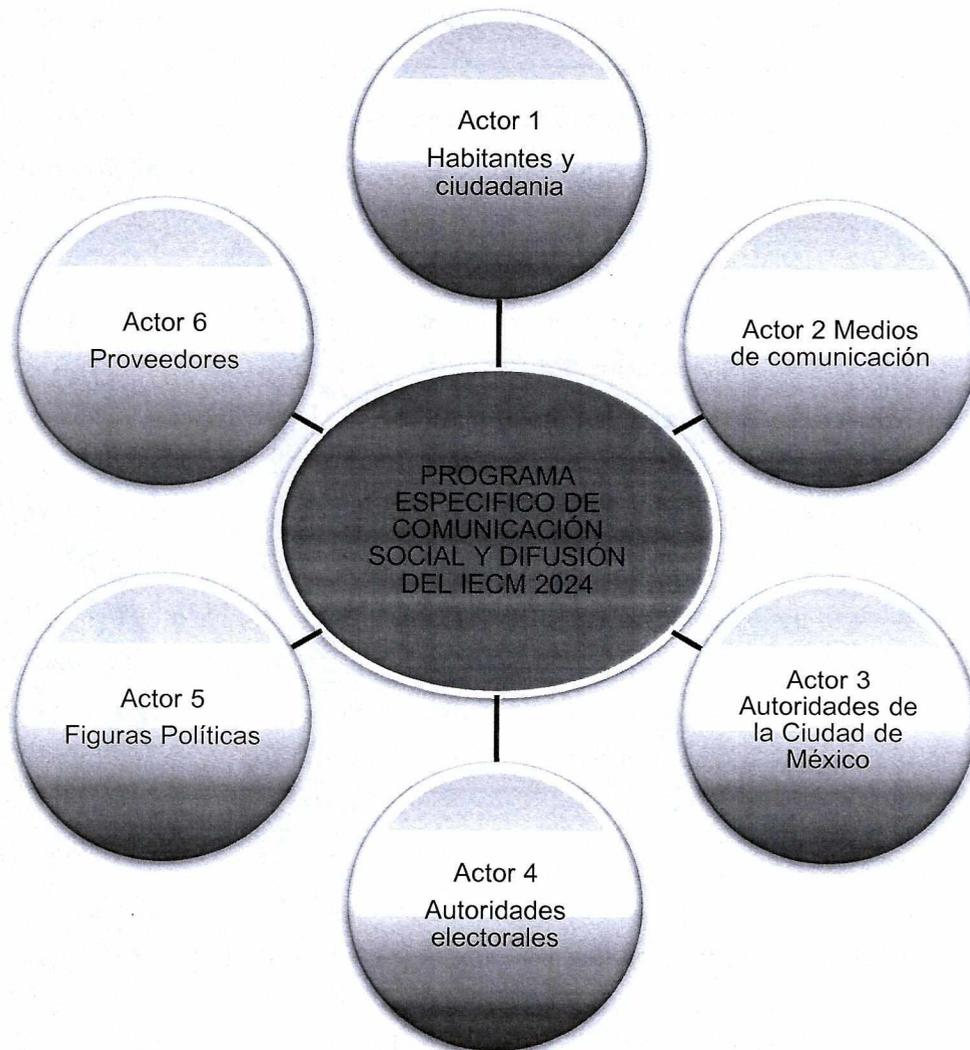
Primera Etapa: Identificación del problema y alternativas de solución:

a) Análisis de población involucrada

El Programa de Comunicación Social y Difusión se enfoca en una amplia y diversa población, abarcando tanto a audiencias específicas como al público en general. Esta población puede incluir a gente de distintas edades, géneros, niveles educativos y trasfondos culturales. Además, se dirige a grupos con necesidades particulares, como comunidades marginadas o en situación

de vulnerabilidad, con el objetivo de asegurar una distribución equitativa de la información y el contenido difundido.

Actores Externos:



Dichos actores se detallan a continuación:

Habitantes y ciudadanía de la Ciudad de México: La población clave a involucrar son las personas habitantes y la ciudadanía de la Ciudad de México. Los habitantes engloban a todas las personas que residen en la ciudad, independientemente de su edad, estatus legal o su

participación en procesos políticos. Por otro lado, la ciudadanía se refiere específicamente a aquellos habitantes que gozan de derechos y deberes políticos y civiles dentro del marco legal del país. Es crucial comunicarse de manera efectiva con ambos grupos, proporcionando información clara sobre programas, políticas y servicios disponibles para todos. Además, se debe prestar especial atención a los grupos vulnerables, como personas de la tercera edad, personas con discapacidad, comunidades marginadas y otros sectores en desventaja. La comunicación debe ser inclusiva y accesible para garantizar que todas las personas, incluidas aquellas con mayores dificultades para acceder a la información, tengan la oportunidad de estar informadas y participar activamente en la vida de la ciudad. El enfoque en la ciudadanía promueve la participación activa en los procesos democráticos, mientras que la inclusión de las y los habitantes, independientemente de su estatus, reafirma la responsabilidad de las autoridades de asegurar el bienestar de toda la comunidad.

Medios de comunicación: Los medios de comunicación desempeñan un papel esencial como una población clave a involucrar. Esta categoría abarca una amplia gama de plataformas, desde la radio y la televisión hasta los medios electrónicos, digitales e impresos, tanto tradicionales como modernos. Establecer una relación sólida y colaborativa con estos medios es fundamental para asegurar una difusión efectiva de los mensajes y contenidos del programa. La comunicación coordinada con estaciones de radio y canales de televisión permite llegar a audiencias masivas en tiempo real, mientras que la colaboración con medios digitales y electrónicos garantiza una difusión amplia y personalizada en línea. Los medios impresos, aunque tradicionales, siguen siendo una fuente importante de información para muchos segmentos de la población. Mantener una buena relación con los medios implica compartir información relevante de manera oportuna, proporcionar recursos visuales y datos precisos, y ser accesibles para consultas y entrevistas. Esta colaboración bidireccional no solo asegura la cobertura adecuada del programa, sino que también fomenta una mayor comprensión y apoyo de parte de los medios, maximizando así su capacidad para difundir los mensajes y objetivos del programa de manera efectiva y amplia.

Autoridades de la Ciudad de México: Diversas entidades conforman la estructura gubernamental que desempeña un rol crucial en la planificación y ejecución de este programa de comunicación. Esta población involucrada abarca a las autoridades del Gobierno de la Ciudad de México, incluyendo la Jefatura de Gobierno y dependencias, así como cada una de las dieciséis alcaldías de la capital del país y el Congreso de la Ciudad de México. Además, órganos

autónomos como la Comisión de Derechos Humanos de la Ciudad de México (CDHCM) y el Instituto de Transparencia de la Ciudad de México (InfoCDMX), entre otros, también forman parte de esta población. La colaboración y compromiso de estas entidades son fundamentales para asegurar la coherencia en la difusión de información relevante y de interés público. Esto no solo implica la transmisión de mensajes claros y precisos, sino también la promoción de la participación ciudadana informada en los procesos democráticos y la toma de decisiones locales. La colaboración en materia de comunicación con estas autoridades permitirá la generación de una estrategia efectiva, aprovechando su alcance y recursos para amplificar el impacto de la comunicación y contribuir al bienestar y participación activa de las y los ciudadanos de la metrópoli.

Autoridades Electorales: En el contexto de México y más específicamente en la Ciudad de México, las autoridades electorales, como el Instituto Nacional Electoral (INE), los tribunales electorales, como el Tribunal Electoral del Poder Judicial de la Federación (TEPJF) y el Tribunal Electoral de la Ciudad de México (TECDMX), así como la Fiscalía Especializada en Delitos Electorales (FEDE), desempeñan un papel crucial en el proceso democrático y el mantenimiento de la legalidad en el ámbito electoral. Es imperativo proporcionar información precisa y accesible a las autoridades electorales y los tribunales, así como a la Fiscalía de Delitos Electorales, para garantizar la correcta administración de los procesos electorales y la persecución de irregularidades, lo que contribuirá a consolidar la integridad y confianza en el sistema electoral y en la justicia en materia electoral.

Figuras Políticas: Las figuras políticas, que engloban a partidos políticos y candidaturas sin partido, desempeñan un papel fundamental como población involucrada. Estas figuras políticas tienen un impacto significativo en la formación de la opinión pública y en la dirección de los procesos democráticos. La comunicación efectiva con partidos políticos y candidaturas sin partido resulta esencial para asegurar la transparencia en los procesos electorales y promover la equitativa difusión de plataformas y propuestas. Fomentar un diálogo constructivo con estas figuras políticas contribuye a una mejor comprensión de los objetivos del programa, garantiza la adecuada transmisión de información y soluciones potenciales, y estimula la participación activa en el debate público. La interacción colaborativa con las figuras políticas refuerza los valores democráticos y el respeto por la diversidad de opiniones, fortaleciendo en última instancia el impacto y la legitimidad del Programa de Comunicación Social y Difusión.

Las y los proveedores: En el contexto de este programa los proveedores también desempeñan un papel crucial como una población involucrada. Estos proveedores abarcan una amplia gama de servicios y recursos necesarios para llevar a cabo las actividades de comunicación y difusión de manera efectiva. De cada uno contribuye a diferentes aspectos del programa. La colaboración efectiva con las y los proveedores garantiza la disponibilidad de herramientas y recursos necesarios para la implementación exitosa del programa. Comprender las capacidades y especialidades de cada proveedor, así como establecer relaciones sólidas basadas en confianza y comunicación abierta, es esencial para asegurar una ejecución sin contratiempos y la entrega de resultados óptimos. Este enfoque integral en las y los proveedores como población involucrada garantiza una sinergia efectiva en la planificación y ejecución del programa, permitiendo que los objetivos de comunicación y difusión se logren con eficacia y calidad. Podemos entenderlos como personas físicas o morales que venden productos o brinda servicios con fines de lucro, en este caso, (casas productoras, periódicos, revistas, televisoras, radiodifusoras, redes sociales y empresas que dan servicio de impresión y reproducción de materiales de difusión y promoción).

**Análisis de población involucrada
(Internos)**

Actores	Posición	Poder para aceptar o frenar el proyecto		Grado de Involucramiento	Importancia que se le da al Proyecto
	Interés	Problemas Percibidos	Recursos y mandatos	Expectativa del proyecto	Conflictos y alianzas potenciales
A1: Consejo General del IECM	5	3	4	4	5
A2: Junta Administrativa del IECM	5	4	4	3	5
A3: Comisiones del IECM	5	2	3	4	4
A4: Secretaría Administrativa de IECM	5	2	2	4	5
A5: Secretaría Ejecutiva del IECM	5	3	2	5	5
A6: Direcciones Ejecutivas y Unidades Técnicas y las 33 Direcciones Distritales.	4	3	4	4	4

A partir del cuadro previamente presentado, los valores establecidos en las columnas de Interés, Recepción de Problemáticas, Asignación de Recursos y Mandatos, Expectativas del Proyecto y Conflictos y Potenciales Alianzas (calificados del uno al cinco), fueron formulados considerando el grado de participación de las figuras involucradas, ya que estas son las personas clave por su contribución al avance de la vida democrática en esta ciudad. En este sentido, se asignó a las y los participantes con mayor interés y relevancia el valor más alto, es decir, el número cinco,

mientras que a los demás se les asignaron valores más bajos. Esta determinación se hizo en consonancia con el enfoque inclusivo y participativo del programa de Comunicación Social y Difusión, reconociendo el aporte fundamental de cada figura en la construcción de una comunidad democrática y diversa.

Consejo General: Es el órgano superior de dirección del Instituto Electoral, por eso tiene interés en el programa, encargado de aprobar los mecanismos, documentación y demás insumos necesarios para promover y recabar el voto de la ciudadanía, obteniendo un puntaje de 21.

Junta Administrativa: Es la encargada de velar por el buen desempeño y funcionamiento administrativo de los órganos y así como de supervisar la administración de los recursos financieros, humanos y materiales del Instituto Electoral, obteniendo un puntaje de 21.

Comisiones: son instancias colegiadas con facultades de deliberación, opinión y propuesta de informes, dictámenes, acuerdos o proyectos de resolución de asuntos de su competencia que estén vinculados, así como vigilar la realización de las tareas específicas que haya determinado el Consejo General, obteniendo un puntaje de 18.

Secretaría Administrativa: es el órgano ejecutivo que tiene a su cargo la administración de los recursos financieros, humanos y materiales del Instituto Electoral y es el responsable del patrimonio; aplicación de las partidas presupuestales y eficiente uso de los bienes muebles e inmuebles, obteniendo un puntaje de 18.

Secretaría Ejecutiva: Es el órgano coordinador de las Direcciones Ejecutivas y de Unidad, y al estar vinculada por la norma electoral y ser la representante del IECM, está encargada de el adecuado desarrollo de los procedimientos administrativos, para la puesta en marcha la estrategia de difusión. Además, en términos de la normatividad, es el órgano que instruye a la UTCSYD en esta materia de difusión oficial, obteniendo un puntaje de 20.

Direcciones Ejecutivas y Unidades Técnicas y las 33 Direcciones Distritales: ejercen las atribuciones para ellas establecidas en el Código, el Reglamento Interior del Instituto Electoral y demás normatividad, así como el avance en el cumplimiento de los Programas Generales, según corresponda, obteniendo un puntaje de 19.

b) Análisis de problemas

El Programa de Comunicación Social y Difusión, elaborado por la Unidad Técnica de Comunicación Social y Difusión (UTCSyD), se basa en la normatividad y la experiencia previa. En este contexto, se ha identificado un problema central que demanda atención prioritaria.

Dicho problema fundamental se relaciona directamente con la falta de una comprensión clara, la poca visibilidad y la limitada participación de la ciudadanía en lo que se refiere a las actividades e importancia de las instituciones gubernamentales y el sistema electoral en la Ciudad de México.

Visualización, comprensión y participación del quehacer institucional limitado, por parte de la ciudadanía, es una cuestión seria que puede tener impactos significativos en la calidad de la democracia en la ciudad y en la legitimidad de los procesos electorales.

Uno de los efectos inmediatos de este problema es una baja participación electoral, ya que muchas personas pueden sentirse desconectadas o desinteresadas en el proceso político y electoral debido a la falta de comprensión.

La falta de participación electoral es solo uno de los efectos negativos que este problema puede desencadenar. También puede llevar a la desconfianza en las instituciones democráticas y a la falta de rendición de cuentas por parte de los líderes políticos.

Además de estos efectos directos, también existen efectos derivados que afectan otros aspectos de la vida democrática en la Ciudad de México, como la representatividad y la inclusión de diversos grupos de la sociedad en la toma de decisiones.

Las causas subyacentes de este problema son complejas y multifacéticas. Una de las principales causas es la falta de información clara y relevante proporcionada a la ciudadanía sobre el funcionamiento de las instituciones gubernamentales y el proceso electoral.

Otra causa es la fragmentación de la comunicación, donde la información está dispersa en diferentes medios y canales, lo que dificulta que la ciudadanía acceda a ella de manera efectiva.

La falta de educación cívica y la ausencia de campañas efectivas para promover la cultura política y democrática también contribuyen a la limitada comprensión y participación ciudadana.

Para abordar este problema de manera efectiva, es esencial utilizar una metodología sólida como el Marco Lógico, que proporciona una estructura organizada para la planificación y ejecución de estrategias de comunicación y difusión.

El reconocimiento de este problema central es el primer paso hacia una solución efectiva que busca empoderar a la ciudadanía, promover una mayor participación democrática y fortalecer el sistema electoral en la Ciudad de México.

El programa se basa en la comprensión de que, al abordar la limitada visualización, comprensión y participación ciudadana en el quehacer institucional, se contribuye significativamente a una sociedad más informada, comprometida y activa en la vida democrática de la ciudad.

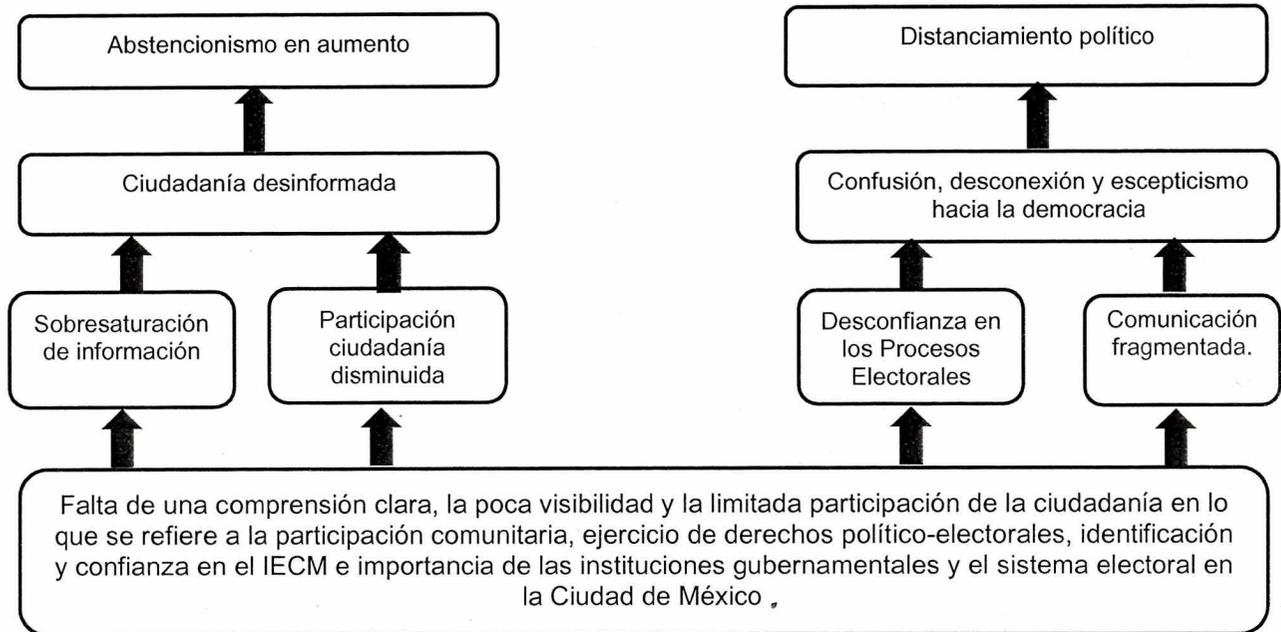
Esquema 1

Problema

Falta de una comprensión clara, la poca visibilidad y la limitada participación de la ciudadanía en lo que se refiere a la participación comunitaria, ejercicio de derechos político-electorales, identificación y confianza en el IECM e importancia de las instituciones gubernamentales y el sistema electoral en la Ciudad de México.

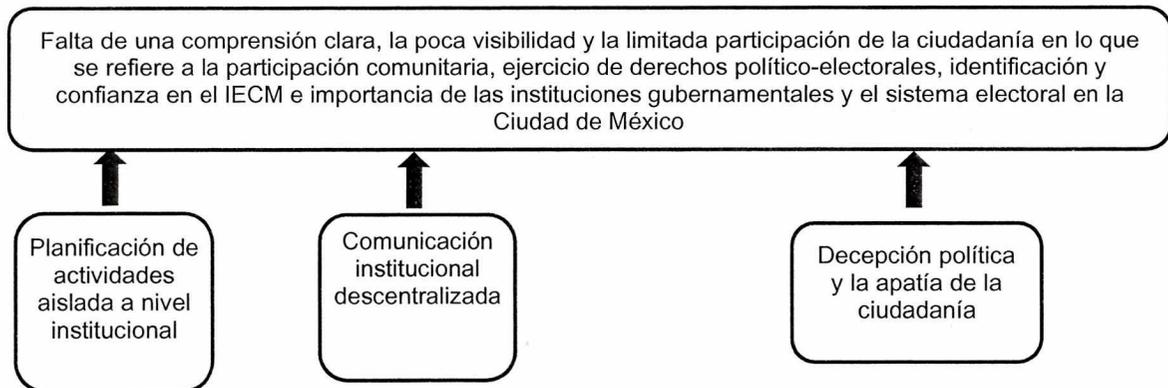
Esquema 2

Árbol de Efectos



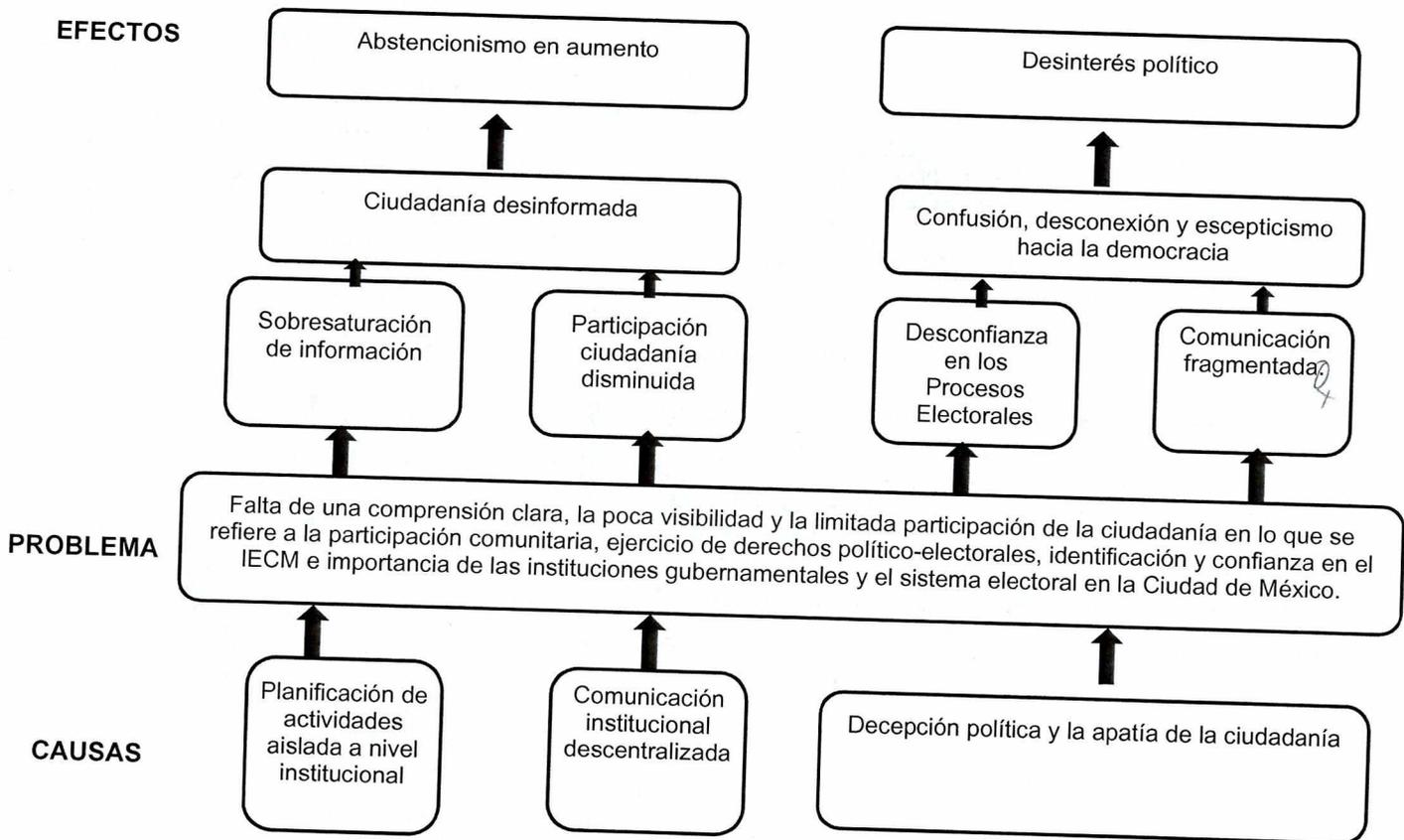
Esquema 3:

Árbol de Causas



Esquema 4:

Árbol de Problemas



c) Análisis de objetivos

El objetivo es desarrollar y aplicar una estrategia de Comunicación Social y Difusión que abarque todos los aspectos importantes de la comunicación y la difusión, considerando desde los diferentes medios de comunicación hasta la educación cívica y la interacción con la ciudadanía; además, esta estrategia podrá ajustarse y evolucionar con el tiempo para mantenerse efectiva en un entorno político y social en constante cambio. Esta estrategia procurará garantizar la difusión de información precisa y relevante sobre los procesos electorales y los derechos ciudadanos a

todos los grupos de la sociedad. Además, debe fomentar la participación consciente en los procesos democráticos y fortalecer la confianza en el sistema electoral.

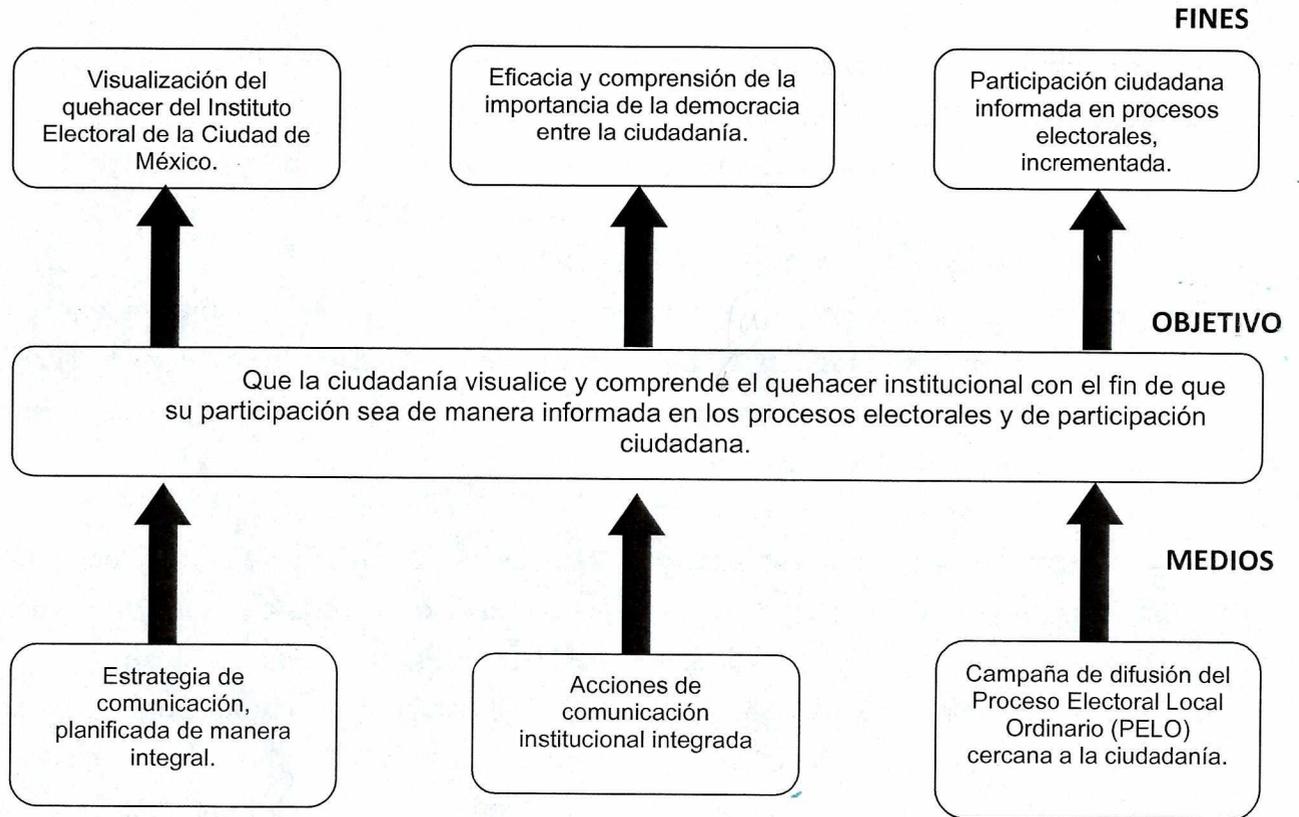
Este documento se basa en los principios rectores de: certeza; legalidad; independencia; imparcialidad; objetividad; máxima publicidad; paridad; inclusión; igualdad; accesibilidad; participación; innovación y eficiencia de los recursos; interculturalidad; y de progresividad de derechos.

La solución implica la creación de un enfoque estratégico. También se establecerán canales de comunicación efectivos adaptados a las características de cada grupo y fortalecer la colaboración con medios de comunicación y figuras políticas para garantizar la difusión equitativa y transparente de la información.

Las acciones incluyen la elaboración de estrategias de contenido y canales de comunicación adaptados, la formación del personal en habilidades de comunicación efectiva, la implementación de indicadores de éxito para evaluar el impacto, así como la revisión y adaptación continua de la estrategia en función de los resultados. Además, se podría considerar la creación de alianzas con organizaciones de la sociedad civil y la implementación de campañas educativas para impulsar la participación ciudadana. Las alternativas podrían incluir diferentes enfoques de colaboración con medios y figuras políticas, así como la segmentación más detallada de la población objetivo para una adaptación más precisa de los mensajes y estrategias.

En el siguiente esquema se muestran los medios que serán necesarios para alcanzar los fines propuestos, que tendrán como objetivo principal la solución del problema que se ha detectado. Al igual que en el árbol de problemas, en la parte central se muestra el problema principal convertido ahora en el objetivo general a resolver; mientras que, en la parte inferior, se describen los medios que se desarrollarán para llegar a los fines indicados, los cuales se muestran en la parte superior, tal y como se indica a continuación:

Esquema 5. Árbol de objetivos



El programa se enfoca en dos objetivos principales: promover la participación informada de la ciudadanía en procesos electorales y fortalecer la confianza en el Instituto Electoral de la Ciudad de México (IECM). Para lograrlo el propósito es implementar un enfoque estratégico de Comunicación Social y Difusión en el IECM, buscando una mayor comprensión y participación de la ciudadanía en las actividades institucionales, reduciendo la fragmentación y aumentando la confianza en los procesos electorales. Esto implica generar un sentido de pertenencia tanto internamente como en relación con instituciones externas.

Los componentes clave incluyen investigación y segmentación de la población, diseño de una estrategia de comunicación integral que adapte mensajes claros sobre procesos electorales y derechos ciudadanos para diferentes grupos objetivos, y la colaboración con alianzas estratégicas, incluyendo medios de comunicación y figuras políticas. 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.

d) Identificación de alternativas de solución al problema

A continuación, se realiza la identificación de alternativas de solución al problema, cada una aborda diferentes aspectos del problema de comunicación y participación ciudadana en el IECM. Una combinación de estas alternativas podría ser implementada para lograr un enfoque integral y efectivo que mejore la comprensión y la participación de la ciudadanía en los procesos electorales.

Medios	Acciones
1. Estrategia de comunicación, planificada de manera integral.	1. Elaborar la Estrategia de Difusión Institucional anual. 2. Supervisar la ejecución de los proyectos y/o actividades institucionales de la Unidad. 3. Sostener reuniones con representantes de medios de comunicación. 4. Organización de conferencias de prensa y entrevistas con medios de comunicación. para difundir el quehacer institucional del organismo. 5. Actualizar el archivo. 6. Operar las relaciones públicas institucionales en materia de comunicación.

Medios	Acciones
2. Acciones de comunicación institucional integrada	<ol style="list-style-type: none"> 1. Elaborar boletines, comunicados de prensa y notas informativas. 2. Gestionar inserciones en medios de comunicación impresos y electrónicos, virtuales, en internet y redes sociales. 3. Realizar coberturas de eventos institucionales internos y externos. 4. Producir y distribuir documentos informativos, seguimientos temáticos y síntesis informativas matutinas y vespertinas. 5. Actualizar contenidos específicos del sitio web institucional. 6. Elaborar mensajes para difundir en las cuentas institucionales de redes sociales. 7. Actualizar contenidos específicos del sitio de intranet institucional. 8. Transmitir por Circuito Cerrado de Televisión, Internet e Intranet eventos de carácter e interés institucional. 9. Integrar la memoria histórica del Instituto: registro de video y fotografía. 10. Realizar ediciones del periódico mural Verbo Elegir. 11. Realizar actividades orientadas a difundir la Consulta para Niñas, Niños y Adolescentes 2024.
3. Campaña de difusión del Proceso Electoral Local Ordinario (PELO) cercana a la ciudadanía.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Elaborar boletines, comunicados de prensa y notas informativas. 2. Gestionar inserciones en medios de comunicación impresos y electrónicos, virtuales, en internet y redes sociales. 3. Realizar coberturas de eventos institucionales internos y externos. 4. Actualización contenidos específico en el sitio web institucional. 5. Elaborar mensajes para difundir en las cuentas institucionales de redes sociales. 6. Transmitir por Circuito Cerrado de Televisión, Internet e Intranet eventos de carácter e interés institucional. 7. Realizar actividades orientadas a difundir el voto en el extranjero.

e) Selección de la alternativa óptima

Atender las alternativas de "**Aumento de la participación**" e "**Interés por la política**" reviste una importancia fundamental en el contexto de la comunicación y participación ciudadana en el IECM. Estas dos dimensiones intrínsecamente conectadas tienen un impacto profundo en la salud de la democracia y la legitimidad de los procesos electorales.

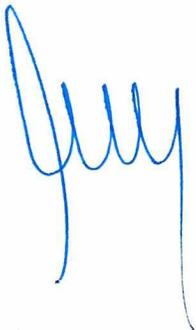
El "**Aumento de la participación**" no solo amplía la base de personas activamente involucradas en la toma de decisiones democráticas, sino que también enriquece la diversidad de voces que se reflejan en el sistema electoral. A través de estrategias efectivas de comunicación y difusión, se puede inspirar y empoderar a la ciudadanía para que ejerza su derecho al voto y participe en debates políticos de manera informada. La disminución de los índices de abstención es un indicador que refleja una sociedad comprometida y activa, fortaleciendo así la legitimidad de los resultados electorales y la representatividad de los líderes elegidos.

El "**Interés por la política**", por su parte, es esencial para cultivar la confianza en las instituciones democráticas. Cuando la ciudadanía percibe que sus preocupaciones son escuchadas y que sus intereses son considerados, se construye un vínculo de confianza con las instituciones. La comunicación transparente y efectiva, respaldada por la disminución de la abstención, permite que la ciudadanía se considere parte del proceso político y perciba que sus opiniones importan. Este interés por la política no solo contribuye a un ambiente más saludable de gobernanza, sino que también contrarresta la apatía y el escepticismo hacia la democracia.

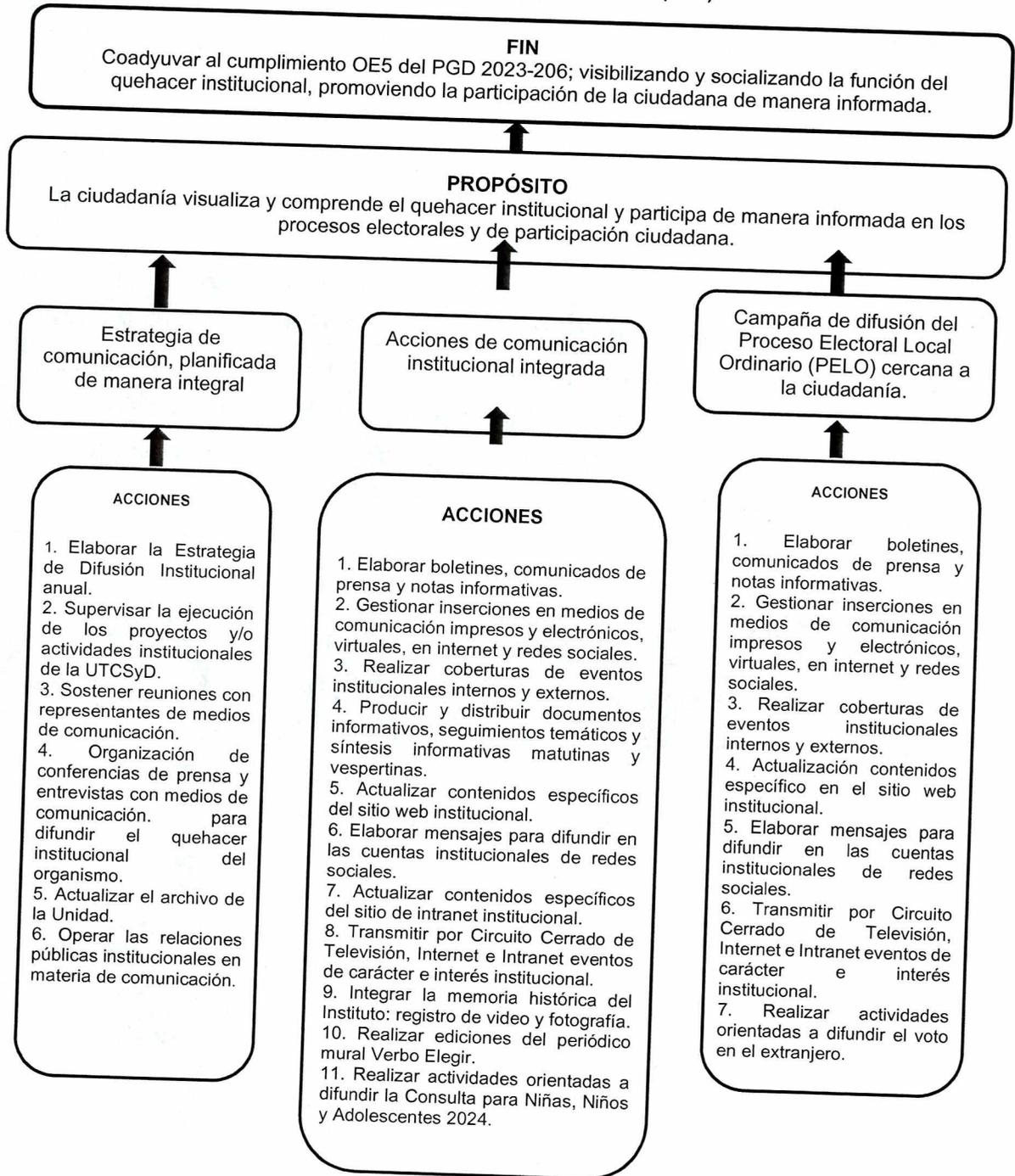
En conjunto, el "**Aumento de la participación**" y el "**Interés por la política**" crean un ciclo virtuoso en el que una ciudadanía activa y comprometida se traduce en una mayor confianza en el sistema electoral y en los resultados que produce. A través de una estrategia de comunicación y difusión efectiva que aborde ambas alternativas, el IECM puede nutrir una sociedad democráticamente activa, empoderada y confiada en sus capacidades para influir en el rumbo de la política y el futuro de la Ciudad de México.

f) Estructura analítica del programa (EAP)

La UTCSyD formula, programa y ejecuta las herramientas de comunicación social que permitan difundir de manera eficaz y eficiente los programas, políticas y actividades del IECM, potenciando el ejercicio de los derechos político-electorales de la ciudadanía e impulsando una visión vanguardista y reconocida a nivel nacional e internacional.



Estructura Analítica del Programa (EAP)



ANTEPROYECTO DE PROGRAMA ESPECÍFICO DE COMUNICACIÓN SOCIAL Y DIFUSIÓN DEL INSTITUTO ELECTORAL DE LA CIUDAD DE MÉXICO 2024

Segunda Etapa: Planificación:

g) Matriz de Indicadores para Resultados

Resumen Narrativo	Indicadores				Medios de Verificación	Supuestos
	Nombre	Tipo	Fórmula de Cálculo	Frecuencia de Medición		
<p>Fin:</p> <p>Coadyuvar al cumplimiento OE5, del PGD 2023 - 2026; visibilizando y socializando la función del quehacer institucional, promoviendo la participación de la ciudadana de manera informada.</p>	Eficacia en la promoción la participación informada, fortalecimiento de la confianza en el Instituto	Eficacia	<p>Eficacia: $L \cdot Tp / M \cdot Tr$</p> <p>L= 1 informe realizado en la promoción la participación informada, fortalecimiento de la confianza en el Instituto $Tp = .25$ M= 1 informe programado sobre la la promoción la participación informada, fortalecimiento de la confianza en el Instituto $Tr = .25$</p>	Trimestral	Informe	<p>La ciudadana confía en los procesos electorales</p> <p>La ciudadanía participa en los procesos electorales</p>
<p>Propósito:</p> <p>La ciudadanía visualiza y comprende el quehacer institucional y participa de manera informada en los procesos electorales y de participación ciudadana.</p>	Eficacia en la implementación un enfoque estratégico de Comunicación Social y Difusión en el IECM	Eficacia	<p>Eficacia: $L \cdot Tp / M \cdot Tr$</p> <p>L= 1 informe realizado sobre el cumplimiento de la estrategia de comunicación social. $Tp = .25$ M= 1 informe programado sobre el cumplimiento de la estrategia de comunicación social. $Tr = .25$</p>	Trimestral	Informe	La ciudadanía reconoce el quehacer del IECM
<p>Componente 1:</p> <p>Estrategia de comunicación, planificada de manera integral.</p>	Eficacia en el cumplimiento de las acciones para fortalecer la imagen del quehacer institucional	Estratégico	\sum : de las actividades para fortalecer la imagen del quehacer institucional / \sum programada de las actividades para fortalecer la imagen institucional	Trimestral	Informe	Ciudadanía informada
1.1 Elaborar la Estrategia de Difusión Institucional anual.	Estrategia de comunicación social.	Calidad	1 Estrategia de comunicación social	Documento	Documento publicado	
1.2 Supervisar la ejecución de los proyectos y/o actividades institucionales de la UTCSyD.						
1.3. Sostener reuniones con representantes de medios de comunicación.						
1.4. Organización de conferencias de prensa y entrevistas con medios de comunicación. para difundir el quehacer institucional del organismo.						
1.5. Actualizar el archivo de la Unidad.						

**ANTEPROYECTO DE PROGRAMA ESPECÍFICO DE COMUNICACIÓN SOCIAL Y DIFUSIÓN DEL
INSTITUTO ELECTORAL DE LA CIUDAD DE MÉXICO 2024**

Resumen Narrativo	Indicadores				Medios de Verificación	Supuestos
	Nombre	Tipo	Fórmula de Cálculo	Frecuencia de Medición		
1.6. Operar las relaciones públicas institucionales en materia de comunicación.						
2. Acciones de comunicación institucional integrada	Eficacia de las actividades de comunicación y difusión realizadas a efecto de promover el quehacer institucional ordinario	Estratégico	Σ: de las actividades de comunicación y difusión realizadas a efecto de promover el quehacer institucional ordinario / Σ programada de las actividades de comunicación y difusión realizadas a efecto de promover el quehacer ordinario	Trimestral	Boletines, reproducciones en medios, Facebook, Instagram e inserciones en medios de comunicación.	Comunicación institucional organizada Las áreas trabajan la comunicación institucional de manera coordinada La producción de materiales para la difusión es eficientes Los sitios y plataformas de difusión institucionales son seguras
2.1. Elaborar boletines, comunicados de prensa y notas informativas.						
2.2. Gestionar inserciones en medios de comunicación impresos y electrónicos, virtuales, en internet y redes sociales.						
3. Realizar coberturas de eventos institucionales internos y externos.						
4. Producir y distribuir documentos informativos, seguimientos temáticos y síntesis informativas matutinas y vespertinas.						
5. Actualizar contenidos específicos del sitio web institucional.						
7. Actualizar contenidos específicos del sitio de intranet institucional.						
8. Transmitir por Circuito Cerrado de Televisión, Internet e Intranet eventos de carácter e interés institucional.						
9. Integrar la memoria histórica del Instituto: registro de video y fotografía.						
10. Realizar ediciones del periódico mural Verbo Elegir.						
11. Realizar actividades orientadas a difundir la Consulta para Niñas, Niños y Adolescentes 2024.						
3. Componente Campana de difusión del Proceso Electoral Local Ordinario (PELO) cercana a la ciudadanía.	Eficacia en el apoyo a las actividades orientadas a difundir el Proceso Electoral Local Ordinario 2023- 2024	Eficacia	Σ: de las actividades orientadas a difundir el Proceso Electoral Local Ordinario 2023- 2024/ Σ programada de las actividades orientadas a difundir el Proceso Electoral Local Ordinario 2023- 2024	Trimestral	Reporte asignado en los tiempos de radio y tv.	La ciudadanía está informada y participa en el proceso electoral Se otorgan los tiempos óptimos para la difusión de los mensajes de radio y TV Las cuentas institucionales de redes sociales son seguras
3.1. Elaborar boletines, comunicados de prensa y notas informativas.						
3.2. Gestionar inserciones en medios de comunicación impresos y electrónicos, virtuales, en internet y redes sociales.						
3.3. Realizar coberturas de eventos institucionales internos y externos.						
3.4. Actualización contenidos específico en el sitio web institucional.						

Resumen Narrativo	Indicadores				Medios de Verificación	Supuestos
	Nombre	Tipo	Fórmula de Cálculo	Frecuencia de Medición		
3.5. Elaborar mensajes para difundir en las cuentas institucionales de redes sociales.						
3.6. Transmitir por Circuito Cerrado de Televisión, Internet e Intranet eventos de carácter e interés institucional.						
7. Realizar actividades orientadas a difundir el voto en el extranjero						

IV. Identificación de la Población Objetivo

Identificar a la población objetivo en el Programa de Comunicación Social y Difusión bajo la MML es esencial por varias razones clave que permiten diseñar estrategias efectivas y medibles.

- **Enfoque preciso:** La identificación de la población objetivo garantiza que los esfuerzos de comunicación estén dirigidos de manera precisa hacia aquellos grupos específicos que se busca impactar. Esto evita la dispersión de recursos y mensajes, permitiendo una focalización más efectiva.
- **Eficiencia de recursos:** Al dirigir los recursos de manera precisa a la población objetivo, se optimiza la inversión en términos de tiempo, esfuerzo y presupuesto. Se pueden desarrollar estrategias y medios de comunicación adecuados a las características y necesidades de cada grupo, maximizando el impacto.
- **Personalización del mensaje:** Cada grupo poblacional puede tener intereses, inquietudes y niveles de comprensión diferentes. Identificar a la población objetivo permite adaptar los mensajes de manera personalizada para asegurar que sean relevantes y comprensibles para cada grupo.
- **Mejora de la relevancia:** Al diseñar mensajes y estrategias específicas para cada segmento de la población, se mejora la relevancia y la probabilidad de que el público objetivo se involucre y responda positivamente. Esto contribuye a una mayor atención y participación.

- **Medición y evaluación:** La identificación clara de la población objetivo permite definir indicadores específicos de éxito y establecer criterios para medir el impacto de la comunicación. Esto facilita la evaluación de la efectividad de las estrategias y permite ajustes según sea necesario.
- **Alineación con objetivos:** La población objetivo debe estar en línea con los objetivos generales del programa. Al identificarla de manera precisa, se asegura que los esfuerzos de comunicación estén alineados con las metas específicas y contribuyan directamente al logro de resultados deseados.
- **Reducción de desperdicio:** Identificar a la población objetivo evita la difusión de mensajes a audiencias que no tienen relevancia para el programa. Esto reduce el riesgo de generar desinterés o desconfianza debido a mensajes no pertinentes.
- **Medición del impacto:** El MML se basa en la definición de indicadores que permiten medir el impacto de manera objetiva. La identificación de la población objetivo es crucial para establecer los parámetros de medición y evaluar si se están logrando los cambios deseados.

A raíz de ello, la población identificada como objetivo es la siguiente:

Habitantes y Ciudadanía, incluyendo a niñas y niños de 6 a 12 años y adolescentes de 13 a 17 años:

Dirigir el programa de comunicación social y difusión hacia las y los habitantes y ciudadanía, incluyendo a niñas y niños de 6 a 12 años y adolescentes de 13 a 17 años, es de suma importancia debido a varias razones fundamentales:

- **Formación ciudadana temprana:** Involucrar a niñas y niños desde edades tempranas en temas de ciudadanía y participación democrática contribuye a la formación de una futura ciudadanía informada y comprometida. Establecer una base sólida de conocimiento y

valores cívicos desde la infancia promueve la comprensión de los procesos electorales y fomenta el interés en participar activamente en la vida política cuando sean adultos.

- **Desarrollo de hábitos democráticos:** Al dirigir la comunicación a adolescentes, se puede influir en la formación de hábitos democráticos durante una etapa en la que están comenzando a comprender su papel en la sociedad. Transmitir la importancia del voto, la responsabilidad ciudadana y la participación informada puede moldear sus actitudes hacia la política y la toma de decisiones colectivas.
- **Diversidad de perspectivas:** Incluir a habitantes de todas las edades asegura que se aborden diferentes perspectivas y necesidades. Las juventudes a menudo aportan ideas frescas y creativas, y sus opiniones pueden ser valiosas para replantear y enriquecer los enfoques de comunicación y participación.
- **Construcción de legitimidad:** Al involucrar a todas las edades en los procesos democráticos, se fomenta una sensación de inclusión y pertenencia. Cuando las y los ciudadanos se sienten escuchados y considerados, se aumenta la legitimidad de las elecciones y la confianza en las instituciones gubernamentales.

Autoridades de la Ciudad de México:

Dirigir el programa de comunicación social y difusión hacia las autoridades de la Ciudad de México es crucial para establecer una colaboración efectiva entre el Instituto Electoral y las instancias gubernamentales. Esta decisión se justifica por las siguientes razones:

- **Información clara y actualizada:** Las autoridades de la Ciudad de México desempeñan un papel crucial en la implementación y ejecución de procesos electorales y políticas públicas. Al dirigir el programa de comunicación hacia ellas, se asegura que tengan acceso a información precisa y actualizada sobre los procedimientos electorales y los aspectos legales, lo que es esencial para una colaboración efectiva.
- **Coordinación efectiva:** El programa de comunicación puede facilitar una coordinación más eficiente entre el Instituto Electoral y las autoridades. Proporcionar información clara

sobre calendarios electorales, protocolos y requisitos legales garantiza que ambas partes estén en sintonía y evita malentendidos o conflictos en la implementación de los procesos electorales.

- **Transparencia y equidad:** Mantener una comunicación fluida y transparente con las autoridades contribuye a la percepción de equidad en los procesos electorales. La transmisión de información imparcial y equitativa asegura que las autoridades tengan un conocimiento completo de los procedimientos y, por ende, refuerza la integridad y confiabilidad de los resultados.
- **Participación ciudadana informada:** Las autoridades también actúan como agentes de difusión de información a la ciudadanía. Al asegurarse de que las autoridades tengan una comprensión sólida de los procesos electorales, se amplía la probabilidad de que ellos mismos comuniquen de manera efectiva a sus respectivas audiencias, promoviendo la participación ciudadana informada.
- **Alineación de objetivos:** Al direccionar el programa hacia las autoridades, se fomenta la alineación de objetivos entre el IECM y las instancias gubernamentales. Una comprensión compartida de los valores democráticos, la importancia de la participación ciudadana y la transparencia puede facilitar una colaboración más armoniosa y efectiva en beneficio de la sociedad.

Medios de Comunicación:

Dirigir el programa de comunicación social y difusión hacia los medios de comunicación es esencial para maximizar el alcance y la efectividad de la difusión de información sobre los procesos electorales y la participación ciudadana. Esto se justifica por las siguientes razones:

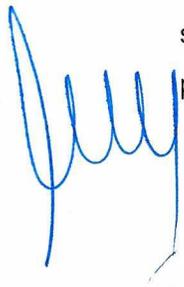
- **Amplificación del mensaje:** Los medios de comunicación tienen un papel fundamental en la transmisión de información a una audiencia amplia y diversa. Al dirigir el programa hacia ellos, se garantiza una mayor visibilidad y difusión de los mensajes relacionados con los procesos electorales y la importancia de la participación ciudadana.

- **Acceso a audiencias diversas:** Los medios de comunicación llegan a una variedad de audiencias con diferentes intereses, edades y niveles de involucramiento político. Dirigir el programa hacia ellos permite adaptar los mensajes para llegar de manera efectiva a diversos segmentos de la población.
- **Generación de debate público:** Los medios de comunicación son plataformas para el debate y la discusión de temas políticos y electorales. Al proporcionar información precisa y equitativa, se fomenta un debate público informado y constructivo, lo que contribuye a una participación más consciente.
- **Control anti-desinformación:** Al trabajar en colaboración con los medios, se puede contrarrestar la difusión de información errónea, noticias falsas o desinformación. Los medios pueden ayudar a difundir información verificada y aclarar malentendidos, contribuyendo así a una mayor confianza en el proceso electoral.
- **Agendas informativas:** Los medios de comunicación a menudo establecen las agendas informativas y deciden qué temas se discuten en la sociedad. Al dirigir el programa hacia ellos, se aumenta la probabilidad de que los temas electorales y cívicos sean destacados en la cobertura mediática, generando un mayor interés y participación.

Autoridades Electorales:

Dirigir el programa de comunicación social y difusión hacia las autoridades electorales es esencial para establecer una cooperación eficiente y transparente entre el Instituto y las entidades responsables de la organización de los procesos electorales. Esto se justifica por las siguientes razones:

- **Coordinación de procesos electorales:** Las autoridades electorales son responsables de implementar y supervisar los procesos electorales. Al dirigir el programa hacia ellas, se asegura que ambas partes estén al tanto de los calendarios, requisitos y procedimientos, lo que facilita una colaboración coordinada.



- **Transparencia y Equidad:** La transparencia y equidad en los procesos electorales son esenciales para garantizar la confianza de los ciudadanos en el sistema. Al involucrar a las autoridades electorales en el programa de comunicación, se fortalece la percepción de imparcialidad y se refuerza la integridad de los procesos.
- **Intercambio de información:** La comunicación efectiva entre el IECM y las autoridades electorales asegura que ambas partes estén al tanto de las últimas actualizaciones y decisiones. Esto evita malentendidos y permite una toma de decisiones informada y coordinada.
- **Respuesta a inquietudes ciudadanas:** Las autoridades electorales a menudo son el punto de contacto principal para las inquietudes y preguntas de la ciudadanía sobre los procesos electorales. Al estar bien informadas a través del programa de comunicación, pueden brindar respuestas claras y precisas, fortaleciendo la confianza pública.
- **Colaboración en campañas de concientización:** Las autoridades electorales tienen la capacidad de amplificar los mensajes de participación ciudadana a través de sus canales de comunicación. Una colaboración efectiva puede impulsar campañas de concientización y motivar a las y los ciudadanos a ejercer su derecho al voto.
- **Integridad de la democracia:** La colaboración entre las autoridades electorales y el IECM es esencial para asegurar la integridad del sistema democrático. Una comunicación transparente y efectiva contribuye a prevenir fraudes y malentendidos, protegiendo así la esencia de la democracia.

Figuras Políticas:

Dirigir el programa de comunicación social y difusión hacia las figuras políticas es crucial para establecer un vínculo sólido entre el IECM y figuras políticas que buscan representar a la ciudadanía. Esto se justifica por las siguientes razones:

- **Transmisión de mensajes coherentes:** Las figuras políticas tienen una influencia significativa en la opinión pública. Al dirigir el programa hacia ellas, se puede asegurar

que los mensajes relacionados con procesos electorales y participación ciudadana sean más coherentes y confiables.

- **Educación Cívica y Difusión:** Las figuras políticas actúan como líderes y modelos a seguir para mucha gente. Al involucrarlas en el programa, se puede aprovechar su plataforma para difundir información sobre la importancia de la participación ciudadana y la necesidad de ejercer el derechos político-electorales.
- **Generación de interés:** La audiencia es más propensa a prestar atención y participar si ven a sus figuras políticas discutiendo y promoviendo la importancia de estos temas.
- **Fomento de la participación:** Las figuras políticas tienen la capacidad de motivar a sus seguidores y a la ciudadanía en general a participar en los procesos electorales. Su respaldo puede llevar a un aumento en la concurrencia y, por ende, en la legitimidad de los resultados.
- **Amplificación de mensajes:** Las figuras políticas a menudo tienen acceso a medios de comunicación y plataformas en línea para difundir mensajes. Al dirigir el programa hacia ellas, se amplifica la difusión de información sobre procesos electorales y se llega a un público más amplio.
- **Legitimidad del proceso:** La participación de figuras políticas en la difusión de información y promoción de la participación ciudadana contribuye a la legitimidad del proceso electoral. Su involucramiento envía un mensaje claro de apoyo a la democracia y a la importancia de la voz ciudadana.

V. Actividades institucionales

Por lo que corresponde a las AI's que desarrollará la UTCSyD, éstas se encuentran alineadas al objetivo anual acordado en los criterios y lineamientos aplicables, y consistente en implementar acciones de mejora continua para una óptima difusión del quehacer institucional.

ANTEPROYECTO DE PROGRAMA ESPECÍFICO DE COMUNICACIÓN SOCIAL Y DIFUSIÓN DEL INSTITUTO ELECTORAL DE LA CIUDAD DE MÉXICO 2024

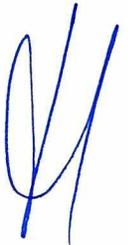
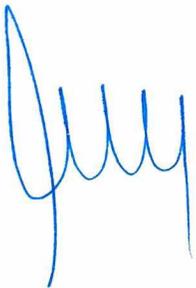
Actividad institucional 01: Estrategia de comunicación, planificada de manera integral	
Responsable Operativo	01. Dirección de Unidad (UTCSyD)
Tipo	Apoyo
Justificación	Fortalecer la imagen del Instituto Electoral de la Ciudad de México como órgano autónomo encargado de organizar las elecciones y procesos de participación ciudadana en la capital de la República Mexicana.
Objetivo específico	Incidir en el incremento de nivel de conocimiento y la percepción positiva por parte de la ciudadanía y actores políticos hacia el Instituto Electoral de la Ciudad de México.
Indicador	Σ : de las actividades para fortalecer la imagen del quehacer institucional / Σ programada de las actividades para fortalecer la imagen institucional
Meta	Realizar: 4 informes
Acciones	<ol style="list-style-type: none"> 1.1. Elaborar la Estrategia de Difusión Institucional anual. 1.2. Supervisar la ejecución de los proyectos y/o actividades institucionales de la Unidad. 1.3. Sostener reuniones con representantes de medios de comunicación. 1.4. Organización de conferencias de prensa y entrevistas con medios de comunicación para difundir el quehacer institucional del organismo. 1.5. Actualizar el archivo de la Unidad. 1.6. Operar las relaciones públicas institucionales en materia de comunicación.

Actividad institucional 02: Acciones de comunicación institucional integrada	
Responsable Operativo	02. Dirección de Comunicación
Tipo	Apoyo
Justificación	Atender las obligaciones conferidas a la UTCSyD en el Reglamento Interior del Instituto Electoral de la Ciudad de México.
Objetivo específico	Cumplir con los objetivos y metas planteadas en la Estrategia de Difusión Anual para incidir en el conocimiento y la percepción positiva del Instituto por parte de la ciudadanía.
Indicador	Σ : de las actividades de comunicación y difusión realizadas a efecto de promover el quehacer institucional ordinario / Σ programada de las actividades de comunicación y difusión realizadas a efecto de promover el quehacer ordinario
Meta	Realizar: 4 informes
Acciones	<ol style="list-style-type: none"> 2.1. Elaborar boletines, comunicados de prensa y notas informativas. 2.2. Gestionar inserciones en medios de comunicación impresos y electrónicos, virtuales, en internet y redes sociales. 2.3. Realizar coberturas de eventos institucionales internos y externos. 2.4. Producir y distribuir documentos informativos, seguimientos temáticos y síntesis informativas matutinas y vespertinas. 2.5. Actualizar contenidos específicos del sitio web institucional. 2.6. Elaborar mensajes para difundir en las cuentas institucionales de redes sociales. 2.7. Actualizar contenidos específicos del sitio de intranet institucional. 2.8. Transmitir por Circuito Cerrado de Televisión, Internet e Intranet eventos de carácter e interés institucional. 2.9. Integrar la memoria histórica del Instituto: registro de video y fotografía. 2.10. Realizar ediciones del periódico mural Verbo Elegir. 2.11. Realizar actividades orientadas a difundir la Consulta para Niñas, Niños y Adolescentes 2024.

Actividad institucional 03: Campaña de difusión del Proceso Electoral Local Ordinario (PELO) cercana a la ciudadanía.	
Responsable Operativo	02. Dirección de Comunicación
Tipo	Apoyo
Justificación	Atender las obligaciones conferidas a la UTCSyD en el Reglamento Interior del Instituto Electoral de la Ciudad de México, con el propósito de difundir las diferentes etapas del

ANTEPROYECTO DE PROGRAMA ESPECÍFICO DE COMUNICACIÓN SOCIAL Y DIFUSIÓN DEL
INSTITUTO ELECTORAL DE LA CIUDAD DE MÉXICO 2024

Actividad institucional 03: Campaña de difusión del Proceso Electoral Local Ordinario (PELO) cercana a la ciudadanía.	
	Proceso Electoral Local Ordinario 2023-2024.
Objetivo específico	Realizar diferentes acciones en materia de comunicación para afrontar las responsabilidades de difusión relacionadas con el Proceso Electoral Local Ordinario 2023-2024.
Indicador	Σ : de las actividades orientadas a difundir el Proceso Electoral Local Ordinario 2023-2024/ Σ programada de las actividades orientadas a difundir el Proceso Electoral Local Ordinario 2023- 2024
Meta	Realizar: 4 informes
Acciones	3.1. Elaborar boletines, comunicados de prensa y notas informativas. 3.2. Gestionar inserciones en medios de comunicación impresos y electrónicos, virtuales, en internet y redes sociales. 3.3. Realizar coberturas de eventos institucionales internos y externos. 3.4. Actualización contenidos específico en el sitio web institucional. 3.5. Elaborar mensajes para difundir en las cuentas institucionales de redes sociales. 3.6. Transmitir por Circuito Cerrado de Televisión, Internet e Intranet eventos de carácter e interés institucional. 3.7. Realizar actividades orientadas a difundir el voto en el extranjero.



VI. Cronograma de acciones de apoyo

No.	Actividad institucional 1: Estrategia de comunicación, planificada de manera integral.	RO	Meses											
			Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
1.1	Elaborar la Estrategia de Difusión Institucional anual.	09												
1.2	Supervisar la ejecución de los proyectos y/o actividades institucionales de la Unidad.	09												
1.3	Sostener reuniones con representantes de medios de comunicación.	09												
1.4	Organización de conferencias de prensa y entrevistas con medios de comunicación. para difundir el quehacer institucional del organismo.	09												
1.5	Actualizar el archivo de la Unidad.	09												
1.6	Operar las relaciones públicas institucionales en materia de comunicación.	09												

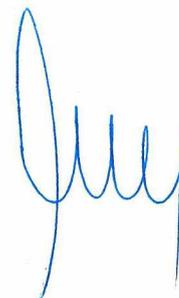
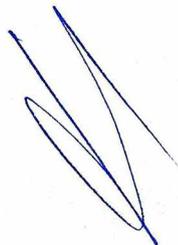
No.	Actividad institucional 2: Acciones de comunicación institucional integrada	RO	Meses											
			Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
2.1	Elaborar boletines, comunicados de prensa y notas informativas.	09												
2.2	Gestionar inserciones en medios de comunicación impresos y electrónicos, virtuales, en internet y redes sociales.	09												

ANTEPROYECTO DE PROGRAMA ESPECÍFICO DE COMUNICACIÓN SOCIAL Y DIFUSIÓN DEL INSTITUTO ELECTORAL DE LA CIUDAD DE MÉXICO 2024

No.	Actividad institucional 2: Acciones de comunicación institucional integrada	RO	Meses												
			Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	
2.3	Realizar coberturas de eventos institucionales internos y externos.	09													
2.4	Producir y distribuir documentos informativos, seguimientos temáticos y síntesis informativas matutinas y vespertinas.	09													
2.5	Actualizar contenidos específicos del sitio web institucional.	09													
2.6	Elaborar mensajes para difundir en las cuentas institucionales de redes sociales.	09													
2.7	Actualizar contenidos específicos del sitio de intranet institucional.	09													
2.8	Transmitir por Circuito Cerrado de Televisión, Internet e Intranet eventos de carácter e interés institucional.	09													
2.9	Integrar la memoria histórica del Instituto: registro de video y fotografía.	09													
2.10	Realizar ediciones del periódico mural Verbo Elegir.	09													
2.11	Realizar actividades orientadas a difundir la Consulta para Niñas, Niños y Adolescentes 2024.	09													

No.	Actividad institucional 3: Campaña de difusión del Proceso Electoral Local Ordinario (PELO) cercana a la ciudadanía.	RO	Meses												
			Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	
3.1	Elaborar boletines, comunicados de prensa y notas informativas.	09													
3.2	Gestionar inserciones en medios de comunicación impresos y electrónicos, virtuales, en internet y redes sociales.	09													
3.3	Realizar coberturas de eventos institucionales internos y externos.	09													
3.4	Actualización contenidos específico en el sitio web institucional.	09													
3.5	Elaborar mensajes para difundir en las cuentas institucionales de redes sociales.	09													
3.6	Transmitir por Circuito Cerrado de Televisión, Internet e Intranet eventos de carácter e interés institucional.	09													
3.7	Realizar actividades orientadas a difundir el voto en el extranjero.	09													

VII. Matriz de Gestión de Riesgos



MATRIZ DE GESTIÓN DE RIESGOS

Área responsable: UTCSyD

Fecha del análisis: 11/09/2023

Fecha de revisión de la SGC:

Folio de actualización en el repositorio del SGCE

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 (PIPEL, PIPP 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			NIVEL DE RIESGO INICIAL (NRI)	CONTROLES EXISTENTES.	EFECTIVIDAD DEL CONTROL			NIVEL DE RIESGO RESIDUAL (NRR)	TRATAMIENTO.	ACCION (ES) PARA TRATAR LOS RIESGOS.	FECHA DE INICIO. (dd/mm/aa)	FECHA DE TÉRMINO. (dd/mm/aa)	ÁREA RESPONSABLE DEL SEGUIMIENTO DE LA ACCIÓN.
							ALTO (E1)	MEDIO (E2)	BAJO (E3)	ALTO (I1)	MEDIO (I2)	BAJO (I3)			ALTO (E1)	MEDIO (E2)	BAJO (E3)						
1	Emisión de fake news por parte de figuras externas al IECM Coadyuvar al cumplimiento OES, del PGO 2023-2026; visibilizando y socializando la función del quehacer institucional, promoviendo la participación de la ciudadanía de manera informada.	Sociales	Desinformación para la ciudadanía	Generación de contenidos por parte de medios de comunicación, figuras políticas o entes ajenos al IECM que generen confusión respecto al quehacer institucional.	1.- Ciudadanía desinformada	Ciudadanía e IECM	2			2		4	Estrategia de Difusión 2024	2		1.47	Nivel de riesgo aceptable (NRA)		01/01/2024	31/12/2024	UTCSyD		
2	Producción de audiovisuales para plataformas digitales Comunicación institucional integrada Ejecución de los proyectos y/o actividades institucionales de la UTCSyD.	Operacionales	Deficiente producción de materiales	Insuficiente equipamiento para procesar video ante el incremento de solicitudes de audiovisuales, tutoriales y diversos materiales a difundir.	1.- Comunicación videográfica a insuficiente para difundir mensajes institucionales	Ciudadanía, proveedores e IECM	2			2		4	Estrategia de Difusión 2024	2		1.47	Nivel de riesgo aceptable (NRA)		03/01/2024	31/12/2024	UTCSyD		
3	Transmisión adecuada de mensajes en redes sociales de las actividades institucionales.	Tecnológicos	Posible hackeo de las cuentas institucionales en redes sociales	Con base en experiencias previas con otros OPLES y organismos gubernamentales, existe cierta posibilidad de hackeo de las cuentas institucionales en redes sociales del IECM.	1.- Incomunicación de mensajes institucionales en tiempo y forma.	Ciudadanía, proveedores e IECM	2			2		4	Políticas de operación de cada red social	3		0.13	Nivel de riesgo aceptable (NRA)		01/01/2024	31/10/2024	UTCSyD		
4	Administración del sitio web institucional.	Tecnológicos	Posible hackeo del sitio web institucional	Con base en experiencias previas con otros organismos gubernamentales, existe cierta posibilidad de hackeo al sitio web del IECM.	1.- Daño a la imagen institucional 2.- Suspiciencia respecto a la operación institucional.	Ciudadanía e IECM	2			2		4	Protocolos de seguridad de la UTSI y Guía para la administración y Operación del Sitio de Internet, sus Apartados y Micrositios, así como de la Red Institucional Electoral (RIE)	3		0.43	Nivel de riesgo aceptable (NRA)		01/01/2024	31/10/2024	UTCSyD		
5	Administración del sitio web institucional.	Operacionales	Impedimentos para el desarrollo de la comunicación institucional	Afectación del desarrollo y logro de objetivos de las distintas acciones en materia de Comunicación Social y Difusión, a causa de una alteración extraordinaria de la movilidad e interacción social, producto de eventos fortuitos, tales como: sismos, contingencias ambientales, contingencias sanitarias, amplia movilizaciones sociales y políticas.	1.- Imposibilidad para atender las acciones en materia de Comunicación Social y Difusión	Ciudadanía, proveedores e IECM	1			2		2	La UTCSyD ha establecido acciones de comunicación en medios digitales en la Estrategia de Comunicación Social y Procedimiento para el desarrollo de micrositios	3		0.07	Nivel de riesgo aceptable (NRA)		01/01/2024	31/12/2024	UTCSyD		
6	Campaña de difusión del Proceso Electoral Local Ordinario (PELO) hacia la ciudadanía, con alto impacto.	Políticos	Reducción de tiempos asignados por el INE	Ante precedentes de que al IECM le han cancelado o disminuido los tiempos asignados al aire en Radio y TV, se corre el riesgo de que los mensajes institucionales en la campaña para el PELO 2023-2024 no llegue a la audiencia esperada.	1. Alcance limitado de la difusión 2. No interactuar con el público objetivo	Ciudadanía, INE e IECM	2			3			Sistema de Administración de los Tiempos Oficiales del Estado para fines electorales	2		2.20	Reducir riesgo	Difundir materiales audiovisuales en medios de comunicación alternos digitales.	01/01/2024	31/12/2024	UTCSyD		

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

	Elaboró	Aprobó
Nombre:	Lic. Gpe Enrique Castellanos García	Mtro. Salvador Gabriel Macías Payán
Puesto:	Analista Administrativo	Titular de la Unidad
Firma:		