



PROGRAMA ESPECÍFICO DE COMUNICACIÓN SOCIAL Y DIFUSIÓN DEL INSTITUTO ELECTORAL DE LA CIUDAD DE MÉXICO 2025.

UNIDAD TÉCNICA DE COMUNICACIÓN SOCIAL Y DIFUSIÓN.

Febrero 2025.

Índice

I. Introducción	5
II. Marco Jurídico	6
III. Metodología del Marco Lógico.....	10
Primera Etapa: Identificación del problema y alternativas de solución:.....	11
a) Análisis de población involucrada.....	11
b) Análisis de problemas	16
c) Análisis de objetivos.....	19
d) Identificación de alternativas de solución al problema	22
e) Selección de la alternativa óptima	23
f) Estructura analítica del programa (EAP).....	25
g) Matriz de Indicadores para Resultados	27
IV. Identificación de la Población Objetivo.....	32
V. Actividades institucionales.....	38
Actividad institucional 01: Estrategia integral de comunicación y difusión, implementada.	39
Tipo	39
Objetivo Estratégico	39
Línea de acción.....	39
Resultado	39
Subresultado.....	39
Justificación	39
Objetivo específico	39
Indicador.....	39
Meta	39
Acciones.....	39
Actividad institucional 02: Acciones de comunicación institucional articuladas.	39
Tipo	39
Objetivo Estratégico	39

Línea de acción	39
Resultado	39
Subresultado	39
Justificación	39
Objetivo específico	40
Indicador	40
Meta	40
Acciones	40
Actividad institucional 03: Campaña de difusión de la Consulta de Presupuesto Participativo 2025 con una visión ciudadana.	40
Tipo	40
Objetivo Estratégico	40
Línea de Acción	40
Resultado	40
Subresultado	40
Justificación	40
Objetivo específico	41
Indicador	41
Meta	41
Acciones	41
Actividad institucional 04: Estrategia integral de comunicación y difusión, implementada para difundir Mecanismos emergentes de iniciativa ciudadana.	41
Tipo	41
Objetivo Estratégico	41
Línea de Acción	41
Resultado	41
Subresultado	41
Justificación	41
Objetivo específico	41
Indicador	41
Meta	41
Acciones	42

Actividad institucional 05: Estrategia integral de comunicación y difusión, implementada para difundir el Proceso electoral Local Extraordinario del Poder Judicial Local 2025.	42
Tipo	42
Objetivo Estratégico	42
Línea de Acción	42
Resultado	42
Subresultado.....	42
Justificación	42
Objetivo específico	42
Indicador.....	42
Meta	42
Acciones.....	42
VI. Cronograma de acciones de apoyo	44
VII. Matriz de Gestión de Riesgos.....	48

I. Introducción

El Consejo General del Instituto Electoral de la Ciudad de México (IECM), aprobó el 30 de enero de 2023 el Plan General de Desarrollo (PGD), para el periodo 2023-2026, mediante el Acuerdo IECM/ACU-CG-014/2023. Este plan establece los objetivos estratégicos del IECM, priorizando la optimización de recursos, la transparencia, la implementación de modelos de gobierno abierto y la rendición de cuentas.

Para dar seguimiento al Plan General de Desarrollo (PGD), se ha elaborado el Programa Específico de Comunicación Social y Difusión 2025. Este programa define las Actividades Institucionales (AI's) que la Unidad Técnica de Comunicación Social y Difusión (UTCSyD), llevará a cabo para fortalecer la imagen del IECM ante la ciudadanía y figuras políticas de la Ciudad de México, consolidando así 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.

Este programa detalla las AI's que la UTCSyD llevará a cabo durante 2025, centrándose principalmente en la difusión de la Consulta de Presupuesto Participativo 2025, en el Proceso Electoral Local Extraordinario del Poder Judicial Local y 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 se apega a las bases determinadas por la Junta Administrativa mediante el Acuerdo IECM-JA105-24, aprobado en la Novena Sesión Ordinaria celebrada el treinta de septiembre del año dos mil veinticuatro, contenidas en el “*Manual de Planeación del IECM*”, en su Capítulo 4, apartado 4, 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 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.

En tanto, conforme al 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, deberá 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.

En materia de campañas de promoción del voto, el artículo 94, fracción XVIII del Código de Instituciones y Procedimientos Electorales de la Ciudad de México establece que una de las atribuciones de la Dirección Ejecutiva de Género, Derechos Humanos, Educación Cívica y Construcción Ciudadana (DEGDHECyCC), es “elaborar, proponer y coordinar con el área de Comunicación Social las estrategias y campañas de promoción del voto y de difusión de la cultura democrática y derechos político-electorales”.

Por otro lado, la UTCSyD atiende el mandato de la *Ley General de Comunicación Social*, la cual 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 micrositos, así como la Red Institucional Electoral (RIE)*, los cuales establecen la mecánica para realizar la actualización y publicación de información en el portal institucional.

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, atiende 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 de la Consulta de Presupuesto Participativo 2025.
- 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), es un elemento central para la planificación, ejecución y evaluación del *Programa Específico de Comunicación Social y Difusión*. Su aplicación se basa en un proceso estructurado que comienza con la identificación del problema y la generación de alternativas de solución, permitiendo un análisis profundo de las necesidades y desafíos a abordar.

La segunda etapa del proceso se centra en la construcción de la Matriz de Indicadores de Resultados (MIR), la cual integra los elementos clave para la implementación y evaluación exitosa del programa. La MIR proporciona una visión integral de los objetivos, indicadores,

medios de verificación y supuestos del programa, asegurando que las acciones se alineen con los resultados esperados y que se cuente con mecanismos para medir el impacto del programa.

Primera Etapa: Identificación del problema y alternativas de solución:

a) Análisis de población involucrada

El Programa Específico 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. 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 papel importante 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 la ciudadanía de esta metrópoli.

Autoridades Electorales: En la Ciudad de México, las autoridades electorales como el Tribunal Electoral de la Ciudad de México (TECDMX), desempeñan un papel crucial en el proceso consultivo y el mantenimiento de la legalidad. Es imperativo proporcionar información precisa y accesible a los tribunales para garantizar la correcta administración del proceso consultivo, lo que contribuirá a consolidar la integridad y confianza en el ejercicio de democracia participativa.

Figuras Políticas: Las figuras políticas, que engloban a partidos políticos y dirigencias o representaciones sectoriales, 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 figuras políticas resulta esencial para el desarrollo y difusión del quehacer institucional. 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 brindan 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 del adecuado desarrollo de los procedimientos ejecutivos, para la puesta en marcha de 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 el poco conocimiento de las actividades del Instituto, más allá de la organización de elecciones; así como el bajo interés del grueso de la población en informarse y participar en ejercicios consultivos como la Consulta de Presupuesto Participativo.

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 electivos y consultivos.

Uno de los efectos inmediatos de este problema es una baja participación en procesos consultivos, ya que muchas personas pueden sentirse desconectadas o desinteresadas en ejercicios de participación ciudadana ante la falla o falta de cumplimiento en la ejecución de proyectos o el desechamiento de propuestas por parte de órganos dictaminadores.

La falta de participación ciudadana es solo uno de los efectos negativos que este problema puede desencadenar. También puede derivar en malas prácticas por parte de grupos de interés o autoridades que no necesariamente responden a las necesidades de la población sino a intereses particulares, además de que da pie a la opacidad en la rendición de cuentas.

Las causas subyacentes de este problema son complejas y multifacéticas. Una de las principales causas es la falta de información por parte de la ciudadanía sobre el funcionamiento de las instituciones y los beneficios que conlleva la participación ciudadana.

La escasez de información, falta de cultura cívica y la ausencia de campañas institucionales claras, sencillas y cercanas al interés de la población 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 así el sistema democrático en la Ciudad de México.

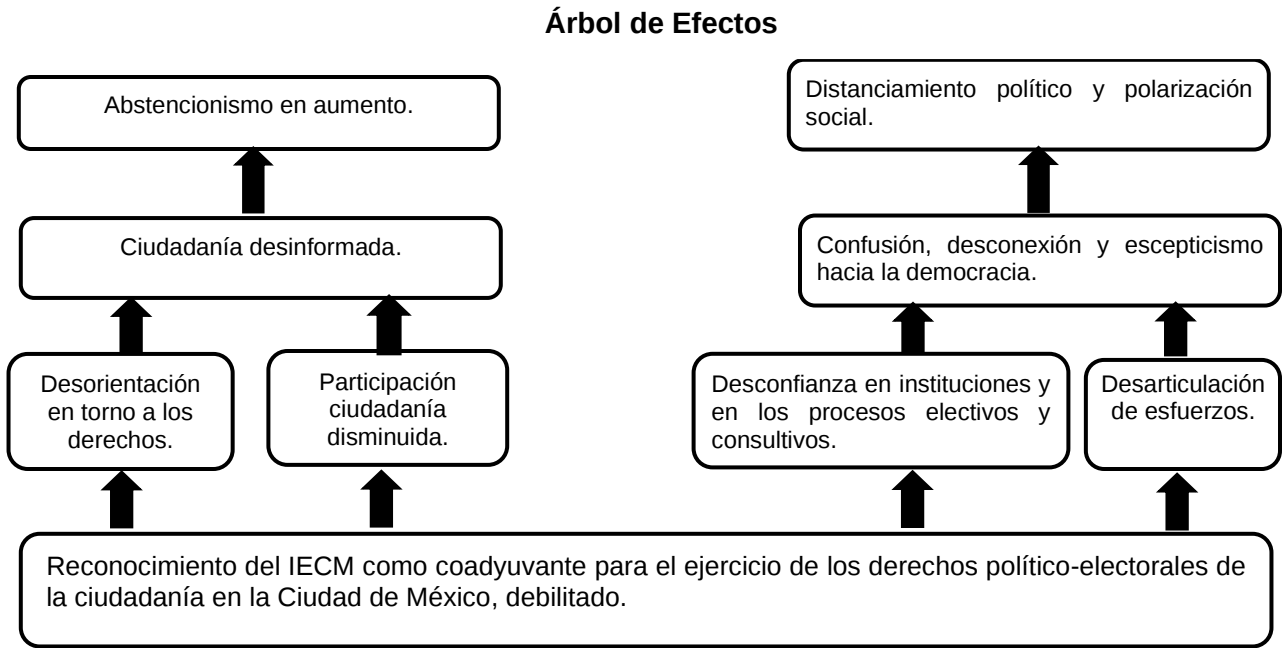
El programa se basa en la comprensión de que, al abordar la limitada visualización, comprensión y participación ciudadana en el quehacer institucional, se contribuye significativamente a una sociedad más informada, comprometida y activa en la vida democrática de la ciudad.

Esquema 1

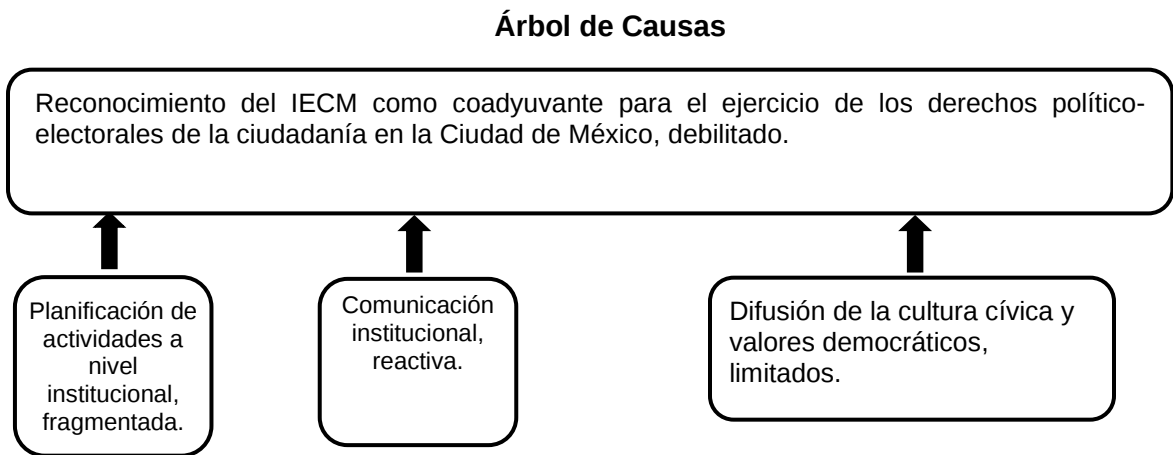
Problema

Reconocimiento del IECM como coadyuvante para el ejercicio de los derechos político-electorales de la ciudadanía en la Ciudad de México, debilitado.

Esquema 2

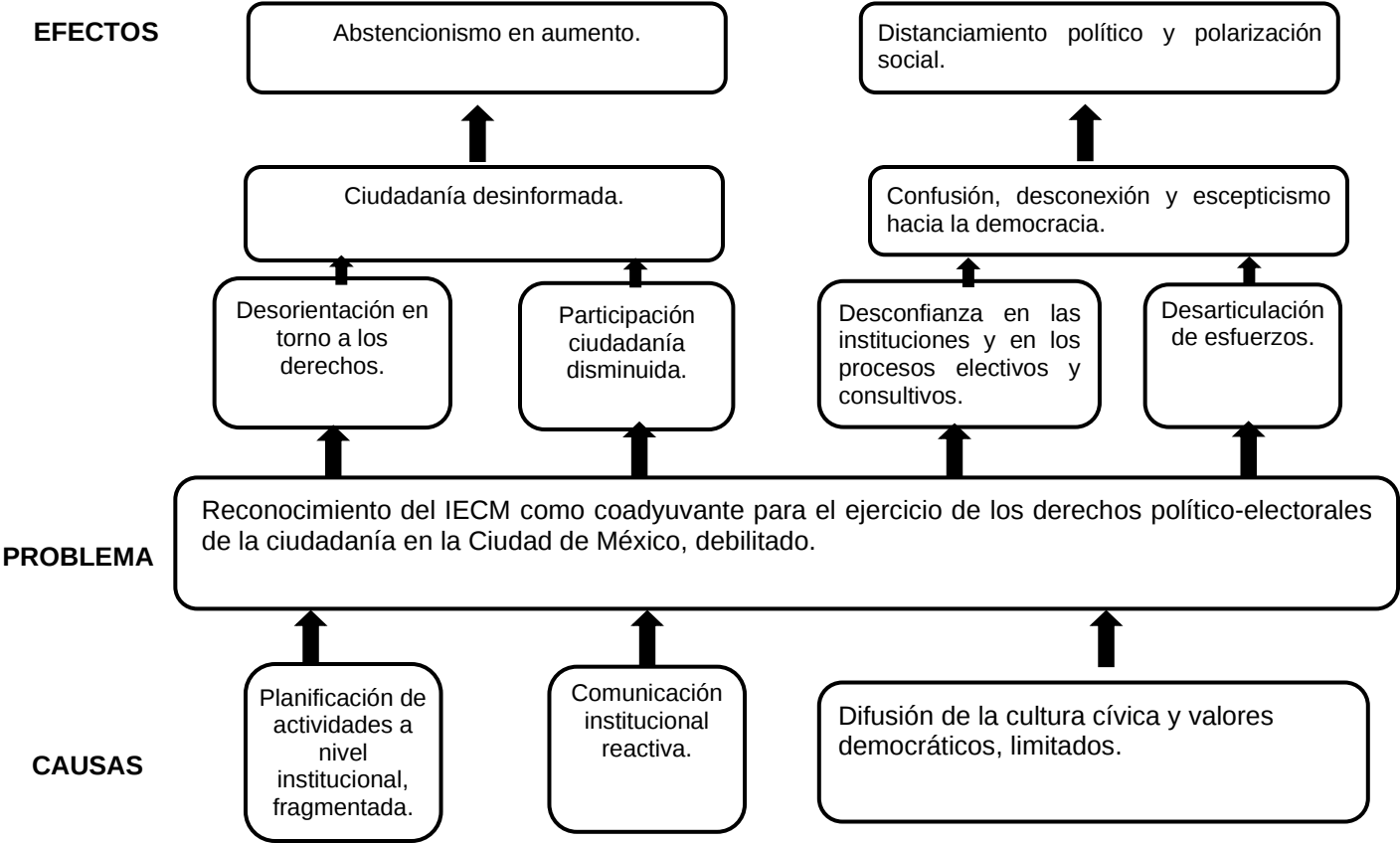


Esquema 3:



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 mantener su efectividad en un entorno político y social en constante cambio. Esta estrategia procurará garantizar la difusión de información precisa y relevante sobre los procesos electivos y

consultivos; así como los derechos ciudadanos a todos los grupos de la sociedad. Además, deberá fomentar la participación consciente en los procesos democráticos y fortalecer la confianza en el sistema político-electoral.

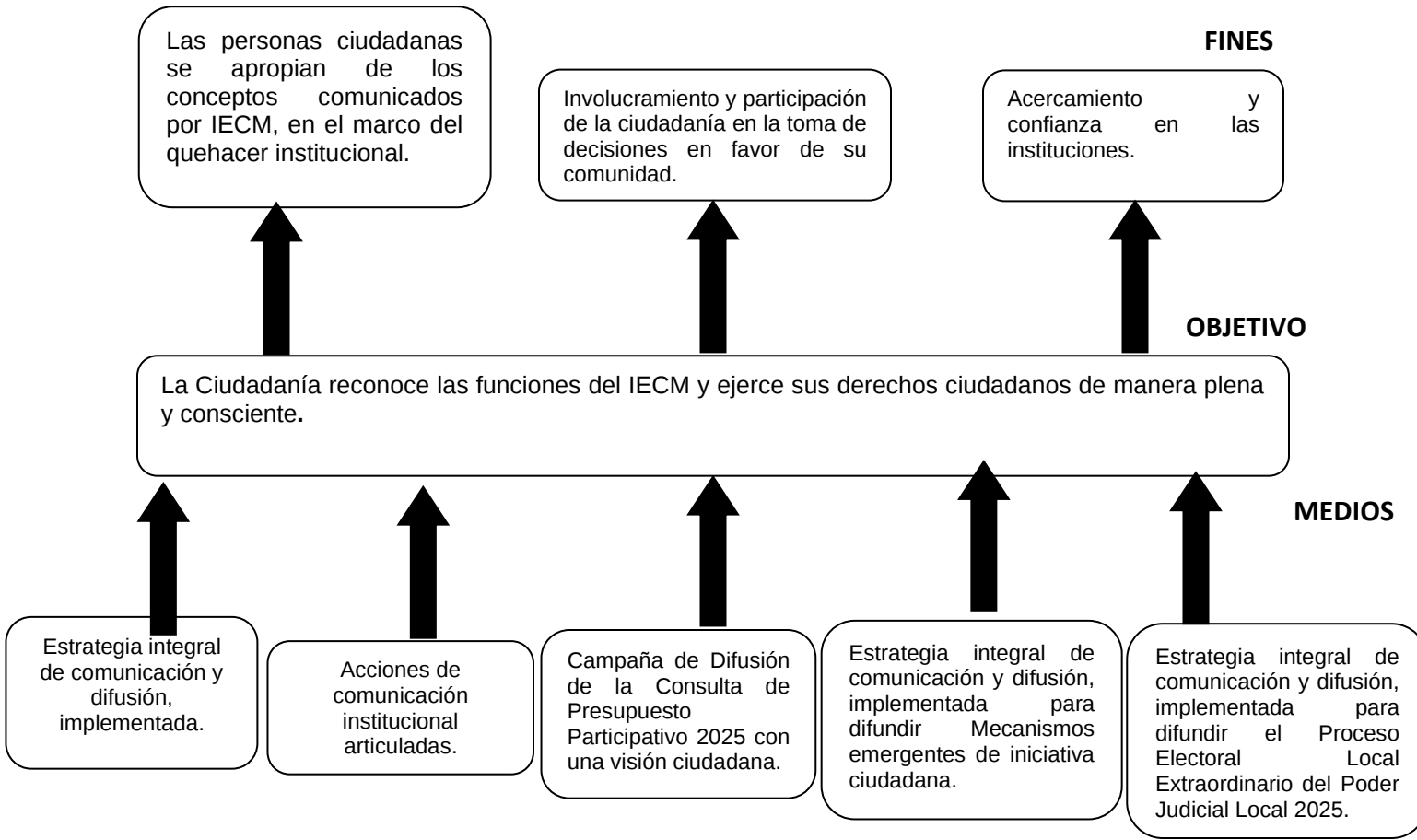
Este documento se basa en los principios rectores de: certeza; legalidad; independencia; imparcialidad; objetividad; máxima publicidad; paridad; inclusión; igualdad; accesibilidad; participación; innovación y eficiencia de los recursos; interculturalidad; y de progresividad de derechos.

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

Las acciones incluyen la elaboración de estrategias de contenido y canales de comunicación adaptados a públicos objetivos, 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 sus resultados. Además, se considerará la creación de alianzas con organizaciones de la sociedad civil y la implementación de campañas 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 se emplearán para alcanzar los fines propuestos y que tienen 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 ejercicios de democracia directa y fortalecer la confianza en el Instituto Electoral de la Ciudad de México (IECM). Para lograrlos, se implementará un enfoque estratégico de Comunicación Social y Difusión basado en difusión de materiales informativos sencillos que generen una mejor comprensión de los derechos y fomente la participación de la ciudadanía en las actividades institucionales.

Los componentes clave incluyen investigación y segmentación de la población, diseño de una estrategia de comunicación integral que emita mensajes claros sobre derechos ciudadanos para diferentes grupos objetivo, y la colaboración con alianzas estratégicas, incluyendo medios de comunicación y colaboración institucional y sectorial. Además, se destaca la implementación de un monitoreo y evaluación 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 en materia 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 electivos y consultivos.

Medios	Acciones
1. Estrategia integral de comunicación y difusión, implementada.	1. Elaborar la Estrategia de Difusión Institucional anual. 2. Supervisar la ejecución de los proyectos y/o actividades institucionales de la UTCSyD 3. Sostener reuniones con representantes de medios de comunicación. 4. Organizar conferencias de prensa y entrevistas con medios de comunicación para difundir el quehacer institucional del organismo. 5. Actualizar el archivo de la Unidad. 6. Operar las relaciones públicas institucionales en materia de comunicación.
2. Acciones de comunicación institucional articuladas.	1. Elaborar boletines, comunicados de prensa y notas informativas. 2. Gestionar inserciones en medios de comunicación impresos y electrónicos 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

Medios	Acciones
	interés institucional. 9. Integrar la memoria histórica del Instituto; registro de video y fotografía. 10. Producir material gráfico y audiovisual para la difusión de contenidos y mensajes. 11. Realizar actividades orientadas a difundir la Consulta para Niñas, Niños y Adolescentes 2024. 12. Realizar actividades orientadas a difundir la convocatoria de Partidos Políticos Locales y Agrupaciones Políticas Locales.
3. Campaña de difusión de la Consulta Ciudadana de Presupuesto Participativo 2025 con una visión ciudadana.	1. Elaborar boletines, comunicados de prensa y notas informativas. 2. Gestionar inserciones en medios de comunicación impresos y electrónicos en internet y redes sociales. 3. Realizar coberturas de eventos institucionales internos y externos. 4. Actualización de contenidos específicos 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 acciones orientadas a difundir actividades preparatorias de la Consulta de Presupuesto Participativo 2026-2027. 8. Realizar acciones orientadas a difundir actividades preparatorias de la elección de Comisiones de Participación Comunitaria 2026.
4. Estrategia integral de comunicación y difusión, implementada para difundir mecanismos emergentes de iniciativa ciudadana.	1. Elaborar boletines, comunicados de prensa y notas informativas. 2. Gestionar inserciones en medios de comunicación impresos y electrónicos en internet y redes sociales. 3. Realizar coberturas de eventos institucionales internos y externos. 4. Actualización de contenidos específicos del 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.
5. Estrategia integral de comunicación y difusión, implementada para difundir el Proceso Electoral Local Extraordinario del Poder Judicial Local 2025.	1. Elaborar boletines, comunicados de prensa y notas informativas. 2. Gestionar inserciones en medios de comunicación impresos y electrónicos en internet y redes sociales. 3. Realizar coberturas de eventos institucionales internos y externos. 4. Actualización de contenidos específicos 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.

e) Selección de la alternativa óptima

Uno de los principales problemas en el quehacer institucional de los ejercicios de participación ciudadana, es el escaso involucramiento de la ciudadanía en los procesos consultivos y electivos, debido a que, ya sea por desconocimiento o apatía, se suele obtener baja respuesta.

Por ello, atender las alternativas: "**Interés por los temas de carácter público**" y "**Aumento del conocimiento del quehacer institucional**", revisten 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 electivos y consultivos.

El "**Aumento del conocimiento del quehacer institucional**" no solo amplía la base de personas activamente involucradas en la toma de decisiones democráticas, sino que también enriquece la diversidad de opciones para apropiarse del ejercicio de derechos conferidos en la Constitución y demás normativa electoral y de participación ciudadana. A través de estrategias efectivas de comunicación y difusión, se puede inspirar y empoderar a la ciudadanía para que ejerza sus derechos y participe en actividades en favor de su entorno. El aumento de los índices de abstencionismo es un indicador que refleja una sociedad con poco conocimiento de sus derechos y obligaciones y, por lo tanto, con poco interés en la definición de asuntos públicos.

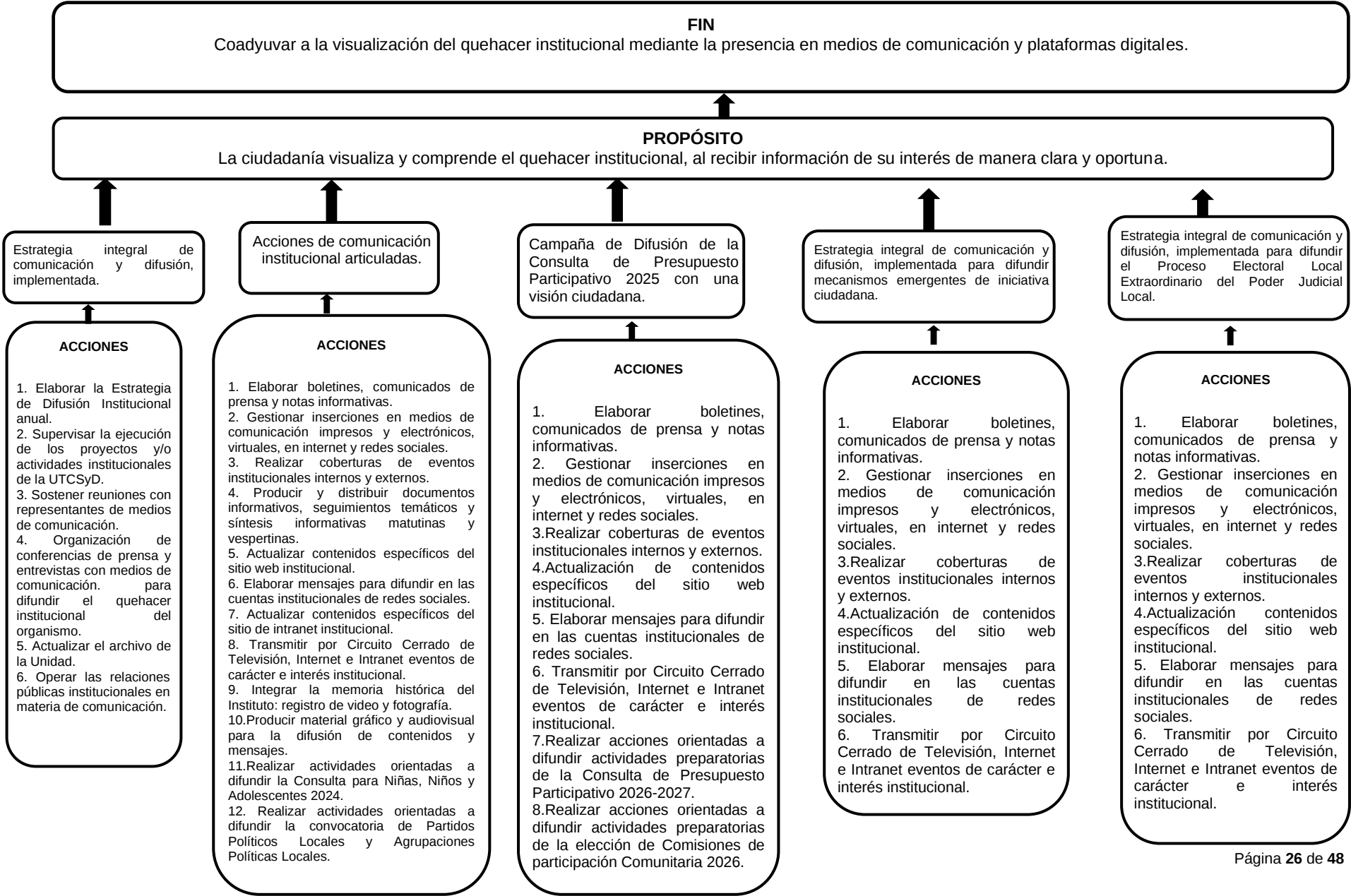
El "**Interés por los temas de carácter público**", por su parte, es esencial para cultivar la confianza en las instituciones democráticas. Cuando la ciudadanía percibe que sus preocupaciones son escuchadas y que sus intereses son considerados, se construye un vínculo de confianza con las instituciones. La comunicación transparente y efectiva, respaldada por el reconocimiento y ejercicio de derechos, permite que la ciudadanía se considere parte del proceso democrático y perciba que sus opiniones importan. Este interés por lo público 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 del conocimiento del quehacer institucional**" y el "**Interés por los temas de carácter público**" crean un ciclo virtuoso en el que una ciudadanía activa y comprometida se traduce en una mayor confianza en el sistema democrático 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 sus comunidades y el futuro de la Ciudad de México.

f) Estructura analítica del programa (EAP)

La UTCSyD formula e implementa las herramientas de comunicación social que permiten 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)



Segunda Etapa: Planificación:

g) Matriz de Indicadores para Resultados

Resumen Narrativo	Indicadores					Medios de Verificación	Fuentes de información	Supuestos o riesgos
	Nombre	Tipo	Dimensión	Fórmula de Cálculo	Frecuencia de Medición			
Fin: Coadyuvar a la visualización del quehacer institucional mediante la presencia en medios de comunicación y plataformas digitales.	Número de visualizaciones del quehacer institucional en los diferentes medios de comunicación y plataformas digitales.	Eficacia.	Porcentaje.	Número total de visualizaciones del quehacer institucional en cada uno de los diferentes medios de comunicación y plataformas digitales / el total de los medios de comunicación y plataformas digitales realizados.	Anual y proceso electoral.	Informes trimestrales de la Unidad Técnica de Comunicación Social y Difusión.	Redes sociales y Página web del IECM, apartado noticias y síntesis informativa. https://www.iecm.mx/category/noticias/ y https://www.iecm.mx/noticias/sintesis-informativa .	La ciudadanía se informa sobre el quehacer institucional. La ciudadanía se involucra en la toma de decisiones a favor de su comunidad.
Propósito: Ciudadanía de la CDMX que visualiza y reconoce la información del quehacer institucional.	Porcentaje de alcance de visualizaciones e interacciones en plataformas de redes sociales.	Eficacia	Porcentaje de reacciones e interacciones.	(Contenidos con interacción/Contenidos publicados) *100	Anual.	Informes trimestrales de la Unidad Técnica de Comunicación Social y Difusión.	Página web del IECM, apartado noticias y síntesis informativa. https://www.iecm.mx/category/noticias/ y https://www.iecm.mx/noticias/sintesis-informativa/ Time Line de las cuentas institucionales de redes sociales. https://x.com/iecm , https://www.facebook.com/InstitutoElectoralCM , https://www.youtube.com/user/InstitutoElectoralDF , https://www.instagram.com/iecm/	La ciudadanía reconoce el quehacer del IECM.
Componente 1: 1. Estrategia integral de comunicación y difusión implementada. Acciones: 1.1 Elaborar la Estrategia de Difusión Institucional anual.	Porcentaje de difusión mediante productos informativos y materiales audiovisuales realizados sin presupuesto asignado y porcentaje de difusión en el que se usó el presupuesto asignado.	Eficiencia.	Promedio de contenidos orgánicos.	(Productos difundidos sin pauta/Total de productos elaborados) *100.	Anual.	Página web del IECM apartado informes presentados al Consejo General: https://iecm.mx/consejo-general/informes-presentados-ante-el-	Informes trimestrales de la Unidad Técnica de Comunicación Social y Difusión. Apartado de Transparencia.	Ciudadanía informada. Las áreas reciben en servicio en tiempo y forma.

Resumen Narrativo	Indicadores					Medios de Verificación	Fuentes de información	Supuestos o riesgos
	Nombre	Tipo	Dimensión	Fórmula de Cálculo	Frecuencia de Medición			
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. 1.6 Opera las relaciones públicas institucionales en materia de comunicación.						consejo-general//		
Componente 2. Acciones de comunicación institucional articuladas. Acciones: 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 bajo criterios de segmentación poblacional. 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	Porcentaje de acciones de comunicación ejecutadas.	Eficacia.	Porcentaje de acciones.	(Acciones de comunicación implementadas/Acciones de comunicación planeadas) *100.	Trimestral.	Página web del IECM apartado informes presentados al Consejo General: https://www.iecm.mx/consejo-general/informes-presentados-ante-el-consejo-general/	Informes trimestrales de la Unidad Técnica de Comunicación Social y Difusión.	La labor del Instituto recibe. La Ciudadanía recibe información a través de diferentes vías no institucionales.

Resumen Narrativo	Indicadores					Medios de Verificación	Fuentes de información	Supuestos o riesgos
	Nombre	Tipo	Dimensión	Fórmula de Cálculo	Frecuencia de Medición			
2.8 Intranet institucional. 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 Producir material gráfico y audiovisual para la difusión de contenidos y mensajes. 2.11 Realizar actividades orientadas a difundir la Consulta para Niñas, Niños y Adolescentes 2024. 2.12 Realizar actividades orientadas a difundir la convocatoria de partidos Políticos Locales y Agrupaciones Políticas Locales.								
Componente 3 Campaña de Difusión de la Consulta de Presupuesto Participativo 2025 con una visión ciudadana. Actividades: 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 de contenidos específicos del 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	Porcentaje de acciones de comunicación ejecutadas.	Eficacia.	Porcentaje de acciones.	(Acciones de comunicación implementadas/Acciones de comunicación planeadas) *100.	Trimestral.	Página web del IECM apartado informes presentados al Consejo General: https://www.iecm.mx/cons-ejo-general/informes-presentados-ante-el-consejo-general/	Informes trimestrales de la Unidad Técnica de Comunicación Social y Difusión.	La labor del Instituto recibe. La Ciudadanía recibe información a través de diferentes vías no institucionales.

Resumen Narrativo	Indicadores					Medios de Verificación	Fuentes de información	Supuestos o riesgos
	Nombre	Tipo	Dimensión	Fórmula de Cálculo	Frecuencia de Medición			
de carácter e interés institucional. 3.7 Realizar actividades orientadas a difundir actividades preparatorias de la Consulta de Presupuesto Participativo 2026-2027. 3.8 Realizar actividades orientadas a difundir actividades preparatorias de la elección de Comisiones de participación Comunitaria 2026.								
Componente 4 Estrategia integral de comunicación y difusión, implementada para difundir Mecanismos emergentes de iniciativa ciudadana. Acciones: 4.1 Elaborar boletines, comunicados de prensa y notas informativas. 4.2 Gestionar inserciones en medios de comunicación impresos y electrónicos, virtuales, en internet y redes sociales. 4.3 Realizar coberturas de eventos institucionales internos y externos. 4.4 Actualización de contenidos específicos del sitio web institucional. 4.5 Elaborar mensajes para difundir en las cuentas institucionales de redes sociales. 4.6 Transmitir por Circuito Cerrado de Televisión, Internet e Intranet eventos de carácter e interés institucional.	Porcentaje de acciones de comunicación ejecutadas.	Eficacia.	Porcentaje de acciones.	(Acciones de comunicación implementadas/Acciones de comunicación planeadas) *100.	Trimestral.	Página web del IECM apartado informes presentados al Consejo General: https://www.iecm.mx/cons-ejo-general/informes-presentados-ante-el-consejo-general/	Informes trimestrales de la Unidad Técnica de Comunicación Social y Difusión.	La labor del Instituto recibe. La Ciudadanía recibe información a través de diferentes vías no institucionales.
Componente 5 Estrategia integral de comunicación y difusión, implementada para difundir el Proceso Electoral Local Extraordinario del Poder Judicial	Porcentaje de acciones de comunicación ejecutadas.	Eficacia.	Porcentaje de acciones.	(Acciones de comunicación implementadas/Acciones de comunicación planeadas) *100.	Trimestral.	Página web del IECM apartado informes presentados	Informes trimestrales de la Unidad Técnica de Comunicación Social y Difusión.	La labor del Instituto recibe. La Ciudadanía

Resumen Narrativo	Indicadores					Medios de Verificación	Fuentes de información	Supuestos o riesgos
	Nombre	Tipo	Dimensión	Fórmula de Cálculo	Frecuencia de Medición			
Local 2025. Actividades: 5.1 Elaborar boletines, comunicados de prensa y notas informativas. 5.2 Gestionar inserciones en medios de comunicación impresos y electrónicos, virtuales, en internet y redes sociales. 5.3 Realizar coberturas de eventos institucionales internos y externos. 5.4 Actualización de contenidos específicos del sitio web institucional. 5.5 Elaborar mensajes para difundir en las cuentas institucionales de redes sociales. Transmitir por Circuito Cerrado de Televisión, Internet e Intranet eventos de carácter e interés institucional.						al Consejo General: https://www.iecem.mx/cons-ejo-general/informes-presentados-ante-el-consejo-general/		recibe información a través de diferentes vías no institucionales.

IV. Identificación de la Población Objetivo

Identificar a la población objetivo en el Programa de Comunicación Social y Difusión bajo el 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:

Ciudadanía y habitantes, 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 electivos y consultivos y fomenta el interés en participar activamente en la vida comunitaria cuando sean adultos.
- **Desarrollo de hábitos democráticos:** Al dirigir la comunicación a personas 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 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 los procesos democráticos y la confianza en las instituciones.

Autoridades de la Ciudad de México:

Dirigir el programa de comunicación social y difusión hacia las autoridades de la Ciudad de México es crucial también 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 democráticos y políticas públicas. Al dirigir el programa de comunicación hacia ellas, se asegura que tengan acceso a información precisa y actualizada sobre los procedimientos electivos y consultivos 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 consultivos.
- **Transparencia y equidad:** Mantener una comunicación fluida y transparente con las autoridades contribuye a la percepción de equidad en los ejercicios democráticos como la Consulta de Presupuesto Participativo. 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 consultivos, 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 de 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 consultivos 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 político-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 consultivo.
- **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 de participación ciudadana y cívicos sean destacados en la cobertura mediática, generando un mayor interés y participación.

Autoridades:

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 de participación ciudadana. Esto se justifica por las siguientes razones:

- **Coordinación de procesos:** Las autoridades electorales son responsables de organizar y resolver asuntos relacionados con la Consulta de Presupuesto Participativo. 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 consultivos son esenciales para garantizar la confianza de los ciudadanos en el sistema. Al involucrar a las autoridades 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 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 a menudo son el punto de contacto principal para las inquietudes y preguntas de la ciudadanía sobre los procesos consultivos. 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 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 y el IECM es esencial para asegurar la integridad del sistema democrático. Una comunicación transparente y efectiva contribuye a prevenir malas prácticas y confusiones, protegiendo así la esencia de la democracia.

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

- **Transmisión de mensajes coherentes:** Las figuras públicas 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 públicas 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 públicas 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 públicas 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 consultivos y se llega a un público más amplio.
- **Legitimidad del proceso:** La participación de figuras públicas 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.

Actividad institucional 01: Estrategia integral de comunicación y difusión, implementada.	
Responsable Operativo	01. Dirección de Unidad (UTCSyD).
Tipo	Apoyo
Objetivo Estratégico	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.
Línea de acción	Crear y difundir una campaña de identidad institucional, uniforme y de mediano alcance (el Instituto del Pueblo), para posicionar la imagen del IECM entre los diversos sectores de la ciudadanía que les permita conocer el quehacer institucional de una manera fácil y accesible.
Resultado	Se contribuye al desarrollo de la vida democrática y de la institucionalidad democrática.
Subresultado	La ciudadanía de la capital del país identifica al Instituto Electoral de la Ciudad de México, como el Órgano local autónomo encargado de garantizar y proteger sus derecho político-electorales y de participación ciudadana y confía plenamente en él.
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	Porcentaje de difusión mediante productos informativos y materiales audiovisuales realizados sin presupuesto asignado y porcentaje de difusión en el que se usó el presupuesto asignado. $\Sigma: \text{Productos difundidos sin pauta} / \text{Total de productos elaborados} * 100.$
Meta	Incrementar en 2025, con respecto al 2024, el número de impactos en medios de las acciones institucionales.
Acciones	1.1 Elaborar la Estrategia de Difusión Institucional anual. 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. 1.6 Operar las relaciones públicas institucionales en materia de comunicación.

Actividad institucional 02: Acciones de comunicación institucional articuladas.	
Responsable Operativo	02. Dirección de Comunicación.
Tipo	Apoyo.
Objetivo Estratégico	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.
Línea de acción	Crear y difundir una campaña de identidad institucional, uniforme y de mediano alcance (el Instituto del Pueblo), para posicionar la imagen del IECM entre los diversos sectores de la ciudadanía que les permita conocer el quehacer institucional de una manera fácil y accesible.
Resultado	Se contribuye al desarrollo de la vida democrática y de la institucionalidad democrática.
Subresultado	La ciudadanía de la capital del país identifica al Instituto Electoral de la Ciudad de México, como el Órgano local autónomo encargado de garantizar y proteger sus derecho político-electorales y de participación ciudadana y confía plenamente en él.
Justificación	Atender las obligaciones conferidas a la UTCSyD en el Reglamento Interior del Instituto Electoral de la Ciudad de México.

Actividad institucional 02: Acciones de comunicación institucional articuladas.	
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	Porcentaje de acciones de comunicación ejecutadas. Σ: Acciones de comunicación implementadas/ acciones de comunicación planteadas.
Meta	Incrementar en 2025, con respecto al 2024, el número de acciones de comunicación en canales institucionales.
Acciones	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 Producir material gráfico y audiovisual para la difusión de contenidos y mensajes. 2.11 Realizar actividades orientadas a difundir la Consulta para Niñas, Niños y Adolescentes 2024. 2.12 Realizar actividades orientadas a difundir la convocatoria de Partidos políticos Locales y Agrupaciones Políticas Locales.

Actividad institucional 03: Campaña de difusión de la Consulta de Presupuesto Participativo 2025 con una visión ciudadana.	
Responsable Operativo	02. Dirección de Comunicación.
Tipo	Apoyo.
Objetivo Estratégico	Fomentar la participación ciudadana inclusiva a través de los mecanismos que el Instituto tiene disponibles, acompañando a la ciudadanía durante todo el ciclo.
Línea de Acción	Elaborar y promover contenidos incluyentes que fomenten la apropiación de los mecanismos e instrumentos de participación ciudadana entre las personas habitantes de la Ciudad de México.
Resultado	Se cumplen a cabalidad las actividades orientadas a la organización, desarrollo y vigilancia de los procesos de participación ciudadana relativos a los Mecanismos de Democracia Directa e Instrumentos de Democracia Participativa, en apego a los principios del servicio público, de la función electoral y de la buena administración pública, con el fin superior de salvaguardar el libre ejercicio de los derechos ciudadanos de participación.
Subresultado	Se organizan procesos de democracia participativa y democracia directa oportunos, actuales, íntegros, innovadores, justos, equitativos, con rigor técnico y adecuados al ambiente social y geográfico, para los que se ejecutan las acciones necesarias para enfrentar y controlar los riesgos y desafíos inherentes a su organización.
Justificación	Atender las obligaciones conferidas a la UTCSyD en el Reglamento Interior del Instituto Electoral de la Ciudad de México, considerando lo establecido en la Ley de Participación Ciudadana de la Ciudad de México.

Actividad institucional 03: Campaña de difusión de la Consulta de Presupuesto Participativo 2025 con una visión ciudadana.	
Objetivo específico	Impulsar, durante el periodo de organización de la Consulta sobre Presupuesto Participativo mayores acciones de coordinación interinstitucional entre autoridades responsables en materia de Participación Ciudadana y aliados estratégicos para la difusión de este ejercicio democrático, respecto a años pasados.
Indicador	Porcentaje de acciones de comunicación ejecutadas. Σ: Acciones de comunicación implementadas/ acciones de comunicación planteadas*100.
Meta	Campaña de difusión de la Consulta de Presupuesto Participativo 2025, con una visión ciudadana, ejecutada al 100%.
Acciones	3.1. Elaborar boletines, comunicados de prensa y notas informativas. 3.2. Gestionar inserciones en medios de comunicación impresos y electrónicos en internet y redes sociales. 3.3. Realizar coberturas de eventos institucionales internos y externos. 3.4. Actualización de contenidos específicos 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 acciones orientadas a difundir actividades preparatorias de la Consulta de Presupuesto Participativo 2026-2027. 3.8 Realizar acciones orientadas a difundir actividades preparatorias de la elección de Comisiones de Participación Comunitaria 2026.

Actividad institucional 04: Estrategia integral de comunicación y difusión, implementada para difundir Mecanismos emergentes de iniciativa ciudadana.	
Responsable Operativo	02. Dirección de Comunicación.
Tipo	Apoyo.
Objetivo Estratégico	Fomentar la participación ciudadana inclusiva a través de los mecanismos que el Instituto tiene disponibles, acompañando a la ciudadanía durante todo el ciclo.
Línea de Acción	Elaborar y promover contenidos incluyentes que fomenten la apropiación de los mecanismos e instrumentos de participación ciudadana entre las personas habitantes de la Ciudad de México.
Resultado	Se cumplen a cabalidad las actividades orientadas a la organización, desarrollo y vigilancia de los procesos de participación ciudadana relativos a los Mecanismos de Democracia Directa e Instrumentos de Democracia Participativa, en apego a los principios del servicio público, de la función electoral y de la buena administración pública, con el fin superior de salvaguardar el libre ejercicio de los derechos ciudadanos de participación.
Subresultado	Se organizan procesos de democracia participativa y democracia directa oportunos, actuales, íntegros, innovadores, justos, equitativos, con rigor técnico y adecuados al ambiente social y geográfico, para los que se ejecutan las acciones necesarias para enfrentar y controlar los riesgos y desafíos inherentes a su organización.
Justificación	Atender las obligaciones conferidas a la UTCyD en el Reglamento Interior del Instituto Electoral de la Ciudad de México, considerando lo establecido en la Ley de Participación Ciudadana de la Ciudad de México.
Objetivo específico	Impulsar durante el periodo de organización de la Iniciativa Ciudadana acciones de coordinación interinstitucional entre autoridades responsables en materia de Participación Ciudadana y aliados estratégicos para la difusión de estos ejercicios democráticos.
Indicador	Porcentaje de acciones de comunicación ejecutadas. Σ: Acciones de comunicación implementadas. / Σ impactos de las actividades orientadas a difundir la Elección Judicial Extraordinaria 2025. acciones de comunicación planteadas *100.
Meta	Estrategia de Comunicación y Difusión, implementada para difundir Mecanismos

Actividad institucional 04: Estrategia integral de comunicación y difusión, implementada para difundir Mecanismos emergentes de iniciativa ciudadana.	
	emergentes, ejecutada al 100%.
Acciones	4.1. Elaborar boletines, comunicados de prensa y notas informativas acerca de la Elección. 4.2. Gestionar inserciones sobre la Elección en medios de comunicación impresos y electrónicos en internet y redes sociales. 4.3. Realizar coberturas de eventos institucionales internos y externos relacionados con la Consulta. 4.4. Actualizar contenidos específicos sobre la Elección en el sitio web institucional. 4.5. Elaborar mensajes sobre la Elección para difundir en las cuentas institucionales de redes sociales. 4.6. Transmitir por Circuito Cerrado de Televisión, Internet e Intranet eventos de carácter e interés institucional relacionados con la Elección.

Actividad institucional 05: Estrategia integral de comunicación y difusión, implementada para difundir el Proceso electoral Local Extraordinario del Poder Judicial Local 2025.	
Responsable Operativo	02. Dirección de Comunicación.
Tipo	Apoyo.
Objetivo Estratégico	Organizar procesos electorales locales certeros e inclusivos, generando valor público a la ciudadanía en función de la calidad, oportunidad, eficacia, eficiencia y rendición de cuentas.
Línea de Acción	Garantizar el ejercicio de los derechos político-electorales de la ciudadanía, a través de la organización de procesos electorales sencillos y con una visión incluyente.
Resultado	Se cumplen a cabalidad las actividades orientadas a la organización, desarrollo y vigilancia del Proceso Electoral del Poder Judicial Local, en apego a los principios del servicio público, de la función electoral y de la buena administración pública, con el fin superior de salvaguardar la voluntad ciudadana.
Subresultado	Se organizan elecciones locales libres, democráticas, justas, equitativas y competitivas del Proceso Electoral Extraordinario del Poder Judicial Local 2025, para lo cual se ejecutan las acciones necesarias para enfrentar y controlar los riesgos y desafíos inherentes a su organización, y se logra una adecuada coordinación y colaboración con el Instituto Nacional Electoral.
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 Proceso Local Extraordinario del Poder Judicial Local 2025.
Objetivo específico	Realizar diferentes acciones en materia comunicación para afrontar las responsabilidades de difusión relacionadas con el Proceso Local Extraordinario del Poder Judicial Local 2025.
Indicador	Porcentaje de acciones de comunicación ejecutadas. $\sum$: Acciones de comunicación implementadas. / $\sum$ Acciones de comunicación planteadas.
Meta	Estrategia integral de Comunicación y Difusión, implementada para difundir el Proceso Local Extraordinario del Poder Judicial Local 2025 ejecutado al 100%.
Acciones	5.1. Elaborar boletines, comunicados de prensa y notas informativas acerca de la Elección. 5.2. Gestionar inserciones en medios de comunicación impresos y electrónicos en internet y redes sociales. 5.3. Realizar coberturas de eventos institucionales internos y externos relacionados con la Consulta. 5.4. Actualización de contenidos específicos en el sitio web institucional. 5.5. Elaborar mensajes para difundir en las cuentas institucionales de redes sociales.

Actividad institucional 05: Estrategia integral de comunicación y difusión, implementada para difundir el Proceso electoral Local Extraordinario del Poder Judicial Local 2025.	
	5.6. Transmitir por Circuito Cerrado de Televisión, Internet e Intranet eventos de carácter e interés institucional.

VI. Cronograma de acciones de apoyo

ACTIVIDAD INSTITUCIONAL 1. ESTRATEGIA INTEGRAL DE COMUNICACIÓN Y DIFUSIÓN, IMPLEMENTADA.

No.	ACCIÓN	RO	Meses											
			Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
1.1	Elaborar la Estrategia de Difusión Institucional anual.	01												
1.2	Supervisar la ejecución de los proyectos y/o actividades institucionales de la UTCSyD.	01												
1.3	Sostener reuniones con representantes de medios de comunicación.	01												
1.4	Organización de conferencias de prensa y entrevistas con medios de comunicación. para difundir el quehacer institucional del organismo.	01												
1.5	Actualizar el archivo de la Unidad.	01												
1.6	Operar las relaciones públicas institucionales en materia de comunicación.	01												

ACTIVIDAD INSTITUCIONAL 2. ACCIONES DE COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL ARTICULADAS.

No.	ACCIÓN	RO	Meses											
			Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
2.1	Elaborar boletines, comunicados de prensa y notas informativas.	02												
2.2	Gestionar inserciones en medios de comunicación impresos y electrónicos en internet y redes sociales.	02												

No.	ACCIÓN	RO	Meses											
			Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
2.3	Realizar coberturas de eventos institucionales internos y externos.	02												
2.4	Producir y distribuir documentos informativos, seguimientos temáticos y síntesis informativas matutinas y vespertinas.	02												
2.5	Actualizar contenidos específicos del sitio web institucional.	02												
2.6	Elaborar mensajes para difundir en las cuentas institucionales de redes sociales.	02												
2.7	Actualizar contenidos específicos del sitio de intranet institucional.	02												
2.8	Transmitir por Circuito Cerrado de Televisión, Internet e Intranet eventos de carácter e interés institucional.	02												
2.9	Integrar la memoria histórica del Instituto: registro de video y fotografía.	02												
2.10	Producir material gráfico audiovisual para la difusión de contenidos y mensajes.	02												
2.11	Realizar actividades orientadas a difundir la Consulta para Niñas, Niños y Adolescentes 2024.	02												
2.12	Realizar actividades orientadas a difundir la convocatoria de Partidos Políticos Locales y Agrupaciones Políticas Locales.	02												

ACTIVIDAD INSTITUCIONAL 3. CAMPAÑA DE DIFUSIÓN DE LA CONSULTA DE PRESUPUESTO PARTICIPATIVO 2025 CON UNA VISIÓN CIUDADANA.

No.	ACCIÓN	RO	Meses											
			Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
3.1	Elaborar boletines, comunicados de prensa y notas informativas.	02												
3.2	Gestionar inserciones en medios de comunicación impresos y electrónicos en internet y redes sociales.	02												
3.3	Realizar coberturas de eventos institucionales internos y externos.	02												
3.4	Actualización contenidos específico en el sitio web institucional.	02												
3.5	Elaborar mensajes para difundir en las cuentas institucionales de redes sociales.	02												
3.6	Transmitir por Circuito Cerrado de Televisión, Internet e Intranet eventos de carácter e interés institucional.	02												
3.7	Realizar acciones orientadas a difundir actividades preparatorias de la Consulta de Presupuesto Participativo 2026-2027.	02												
3.8	Realizar acciones orientadas a difundir actividades preparatorias de la elección de Comisiones de Participación Comunitaria.	02												

ACTIVIDAD INSTITUCIONAL 4. ESTRATEGIA INTEGRAL DE COMUNICACIÓN Y DIFUSIÓN, IMPLEMENTADA PARA DIFUNDIR MECANISMOS EMERGENTES DE INICIATIVA CIUDADANA.

No.	ACCIÓN	RO	Meses											
			Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
4.1	Elaborar boletines, comunicados de prensa y notas informativas.	02												
4.2	Gestionar inserciones en medios de comunicación impresos y electrónicos en internet y redes sociales.	02												
4.3	Realizar coberturas de eventos institucionales internos y externos.	02												
4.4	Actualización contenidos específico en el sitio web institucional.	02												
4.5	Elaborar mensajes para difundir en las cuentas institucionales de redes sociales.	02												
4.6	Transmitir por Circuito Cerrado de Televisión, Internet e Intranet eventos de carácter e interés institucional.	02												

ACCIÓN INSTITUCIONAL 5. ESTRATEGIA INTEGRAL DE COMUNICACIÓN Y DIFUSIÓN, IMPLEMENTADA PARA EL PROCESO ELECTORAL LOCAL EXTRAORDINARIO DEL PODER JUDICIAL LOCAL 2025.

No.	ACCIÓN	RO	Meses											
			Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
5.1	Elaborar boletines, comunicados de prensa y notas informativas.	02												
5.2	Gestionar inserciones en medios de comunicación impresos y electrónicos en internet y redes sociales.	02												
5.3	Realizar coberturas de eventos institucionales	02												

No.	ACCIÓN	RO	Meses											
			Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
	internos y externos.													
5.4	Actualización contenidos específico en el sitio web institucional.	02												
5.5	Elaborar mensajes para difundir en las cuentas institucionales de redes sociales.	02												
5.6	Transmitir por Circuito Cerrado de Televisión, Internet e Intranet eventos de carácter e interés institucional.	02												

VII. Matriz de Gestión de Riesgos

La probabilidad de que se presente una falla, así como el grado de afectación, está relacionado con la importancia de las actividades institucionales, toda vez que, algunos servicios son catalogados como de misión crítica; lo que, ante la presencia de una contingencia, pudiera afectar considerablemente a la operación institucional.

Con la Matriz de Gestión de Riesgos se podrá delimitar dónde enfocar los esfuerzos de la Unidad Técnica en la búsqueda de soluciones y así mejorar el nivel en el control de riesgos.

*Se integra como anexo en Excel.

Este documento ha sido firmado con la firma electrónica del IECM, todas las firmas se encuentran al final del documento



MATRIZ DE GESTIÓN DE RIESGOS

CÓDIGO: SA/SGC/MR/01
Fecha de revisión:
Fecha de emisión:

Área responsable: UTCSyD Fecha del análisis: 02/09/2024 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.	EFFECTIVIDAD 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 (1)	MEDIO (2)	BAJO (3)	ALTO (1)	MEDIO (2)	BAJO (3)			ALTO (1)	MEDIO (2)	BAJO (3)						
1	Emisión de fake news por parte de figuras externas al IECM Coadyuvar al cumplimiento OES, del PGD 2023 - 2026, visibilizando y socializando la función del quehacer institucional, promoviendo la participación de la ciudadanía de manera informada.	Sociales	La ciudadanía recibe noticias falsas	Si surgen noticias falsas sobre el IECM , entonces la ciudadanía podría tener una idea equivocada de las acciones del Instituto y sentir desconfianza.	1.- Ciudadanía desinformada. 2. Ciudadanía desconfiada. 3. Afectación de imagen institucional	Ciudadanía, medios de comunicación, IECM, partidos políticos	2			2			4	Estrategia de Difusión 2025	2			1.47	Nivel de riesgo aceptable (NRA)		01/01/2025	31/12/2025	UTCsyD
2	Producción de audiovisuales para plataformas digitales Comunicación institucional integrada Ejecución de los proyectos y/o actividades institucionales de la UTCsyD.	Operacionales	El IECM produce material audiovisual deficiente	Si la producción audiovisual de materiales informativas es deficiente, entonces no se transmitirá de forma adecuada el mensaje institucional ni se posicionará la imagen del Instituto.	1.- Ciudadanía mal informada 2. Ciudadanía confundida 3.Afectación de imagen institucional	Ciudadanía, medios de comunicación, IECM, partidos políticos.	2			2			4	Estrategia de Difusión 2025	2			1.47	Nivel de riesgo aceptable (NRA)		01/01/2025	31/12/2025	UTCsyD
3	Transmisión adecuada de mensajes en redes sociales de las actividades institucionales.	Tecnológicos	Las cuentas institucionales en redes sociales son hackeadas	Si las cuentas institucionales de redes sociales son hackeadas, entonces el IECM no podrá comunicar sus mensajes y quedará afectada su imagen institucional	1.- Incapacidad de comunicar mensajes institucionales 2. Ciudadanía desinformada 3. Afectación de imagen institucional 4. Desconfianza sobre el tratamiento de datos del Instituto	IECM, ciudadanía	2			2			4	Políticas de operación de cada red social	3			0.13	Nivel de riesgo aceptable (NRA)		01/01/2025	31/10/2025	UTCsyD
4	Administración del sitio web institucional.	Tecnológicos	El sitio web institucional es hackeado	Si el sitio web del IECM es hackeado, entonces será imposible comunicar información a la ciudadanía y quedará afectada su imagen instucional	1.- Daño a la imagen institucional 2.- Suspensicia respecto a la operación institucional. 3. Ciudadanía desinformada	IECM, ciudadanía, partios políticos.	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			0.13	Nivel de riesgo aceptable (NRA)		01/01/2025	31/10/2025	UTCsyD
5	Administración del sitio web institucional.	Operacionales	Una contingencia interna afecta o impide el desarrollo de la comunicación institucional	Si ocurre una alteración extraordinaria de la movilidad e interacción social, por ejemplo por sismos, contingencias ambientales, sanitarias, movilizaciones sociales o políticas, entonces habrá dificultades o imposibilidad de comunicar los mensajes institucionales.	1. Ciudadanía desinformada	Ciudadanía, 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)		01/01/2025	31/12/2025	UTCsyD
6	Campaña de difusión de la Consulta Ciudadana de Presupuesto Participativo 2025 hacia la ciudadanía, con alto impacto.	Políticos	El INE reduce los tiempos asignados en Radio y TV	Si el INE reduce los tiempos asignados para Radio y TV, entonces los mensajes institucionales en la campaña para la Consulta no llegarán a la audiencia esperada.	1. Ciudadanía desinformada 2. Desconocimiento de la Consulta	Ciudadanía, INE e IECM	2			3			6	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.	01/01/2025	31/12/2025	UTCsyD
7	Transmisión adecuada de mensajes institucionales.	Operacionales	El IECM emite mensajes genéricos, sin distinción de públicos objetivos	Si el IECM no distingue sus públicos objetivos, entonces los mensajes que emita no tendrán el impacto deseado.	1. Ciudadanía desinformada 2. Desconocimiento del quehacer institucional.	Ciudadanía e IECM	2			2			4	Estrategia de Difusión 2025	2			1.47	Nivel de riesgo aceptable (NRA)		01/01/2025	31/12/2025	UTCsyD
8	Campaña de difusión del Proceso Electoral Local Extraordinario 2024- 2025	Sociales	La ciudadanía no comprende los mensajes de la inédita elección	Si la ciudadanía no recibe información útil y clara, no comprenderá los mensajes institucionales para promover el PELE y llamar al voto	1. Ciudadanía mal informada 2. Desconocimiento del PELE	Ciudadanía, IECM	2			3			5	Estrategia de Difusión 2025	2			1.83	Reducir riesgo		01/01/2025	31/12/2025	UTCsyD

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

Elaboró		Aprobó	
Nombre:	Lic. Oliver Juárez Cervantes	Nombre:	Lic. Paula Selene de Anda Fuentes
Puesto:	Director de Área	Puesto:	Titular de la UTCsyD
Firma:		Firma:	