



ACUERDO 0764/SO/12-03/2025.

**ACUERDO POR EL QUE SE APRUEBA LA POLÍTICA DE COMUNICACIÓN 2025 DEL INSTITUTO DE TRANSPARENCIA, ACCESO A LA INFORMACIÓN PÚBLICA, PROTECCIÓN DE DATOS PERSONALES Y RENDICIÓN DE CUENTAS DE LA CIUDAD DE MÉXICO.**

Acordado en Sesión Ordinaria celebrada el **doce de marzo de dos mil veinticinco**, por **unanimidad** de votos, de los integrantes del Pleno del Instituto de Transparencia, Acceso a la Información Pública, Protección de Datos Personales y Rendición de Cuentas de la Ciudad de México, conformado por las Comisionadas y los Comisionados Ciudadanos, que firman al calce, ante Miriam Soto Domínguez, Secretaria Técnica, de conformidad con lo dispuesto en el artículo 15, fracción IX del Reglamento Interior de este Instituto, para todos los efectos legales a que haya lugar.

**LAURA LIZETTE ENRÍQUEZ RODRÍGUEZ**  
**COMISIONADA PRESIDENTA**

**JULIO CÉSAR BONILLA GUTIÉRREZ**  
**COMISIONADO CIUDADANO**

**MARÍA DEL CARMEN NAVA POLINA**  
**COMISIONADA CIUDADANA**

**MIRIAM SOTO DOMÍNGUEZ**  
**SECRETARIA TÉCNICA**

**ACUERDO POR EL QUE SE APRUEBA LA POLÍTICA DE COMUNICACIÓN 2025 DEL INSTITUTO DE TRANSPARENCIA, ACCESO A LA INFORMACIÓN PÚBLICA, PROTECCIÓN DE DATOS PERSONALES Y RENDICIÓN DE CUENTAS DE LA CIUDAD DE MÉXICO.**

**CONSIDERANDO**

1. Que, el siete de febrero de dos mil catorce, se promulgó en el Diario Oficial de la Federación, el Decreto por el que se reforman y adicionan diversas disposiciones de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos (Constitución Federal), en materia de transparencia, modificando entre otros, los artículos 6º y 116, fracción VIII, los cuales establecen la creación de órganos autónomos, especializados e imparciales, responsables de garantizar el derecho de acceso a la información y de protección de datos personales en posesión de los sujetos obligados.
2. Que, en cumplimiento al artículo segundo transitorio del Decreto de reforma en materia de transparencia, el Congreso de la Unión expidió la Ley General de Transparencia y Acceso a la Información Pública (Ley General de Transparencia), la cual fue publicada el cuatro de mayo de dos mil quince en el Diario Oficial de la Federación, que entró en vigor al día siguiente de su publicación de acuerdo con lo dispuesto en su artículo Primero Transitorio.
3. Que, en el artículo quinto transitorio de la citada Ley General, se estableció la obligación de ajustar las leyes vigentes de las Entidades Federativas en materia de transparencia y acceso a la información, a las disposiciones previstas en dicha norma general, en un plazo no mayor a un año a partir de su entrada en vigor, mencionada en el considerando anterior.
4. Que, en el artículo 46, apartado A, inciso d) de la Constitución local se dispuso que el Instituto de Transparencia, Acceso a la Información Pública, Protección de Datos Personales y Rendición de Cuentas de la Ciudad de México (Instituto o INFO CDMX) es un organismo autónomo de carácter especializado e imparcial, con personalidad jurídica y patrimonio propio, plena autonomía técnica y de gestión, capacidad para decidir sobre el ejercicio de su presupuesto y para determinar su organización interna de conformidad con lo previsto en las leyes correspondientes.



5. Que, el seis de mayo de dos mil dieciséis se publicó en la Gaceta Oficial de la Ciudad de México el Decreto por el que se expide la Ley de Transparencia, Acceso a la Información Pública y Rendición de Cuentas de la Ciudad de México (Ley de Transparencia).

6. Que, de conformidad con el artículo 37 de la Ley de Transparencia, Acceso a la Información Pública y Rendición de Cuentas de la Ciudad de México (Ley de Transparencia), publicada en la Gaceta Oficial de la Ciudad de México el seis de mayo del dos mil dieciséis, el Instituto de Transparencia, Acceso a la Información Pública, Protección de Datos Personales y Rendición de Cuentas de la Ciudad de México, (Instituto o INFO CDMX) es un órgano autónomo de la Ciudad de México, especializado, independiente, imparcial y colegiado, con personalidad jurídica y patrimonio propios, con plena autonomía técnica, de gestión y financiera, con capacidad para decidir sobre el ejercicio de su presupuesto y determinar su organización interna, funcionamiento y resoluciones, responsable de garantizar el cumplimiento de la Ley, dirigir y vigilar el ejercicio de los derechos de acceso a la información y a la protección de datos personales, conforme a los principios y bases establecidos por el artículo 6º. y 16 de la Constitución Federal, la Constitución Política de la Ciudad de México, las Leyes Generales y las Leyes locales aplicables. En su organización, funcionamiento y control, el Instituto se regirá por los principios de certeza, legalidad, independencia, imparcialidad, eficacia, objetividad, profesionalismo, transparencia y máxima publicidad.

7. Que, en sesión solemne del Congreso de la Ciudad de México, celebrada el dieciocho de diciembre de dos mil dieciocho, se designó y tomó la protesta a las Comisionadas María del Carmen Nava Polina y Marina Alicia San Martín Reboloso, así como de los Comisionados Julio César Bonilla Gutiérrez y Rodrigo Aristides Guerrero García para conformar la nueva integración del Pleno del INFO CDMX.

8. Que, el ocho de diciembre de dos mil veinte, el Congreso de la Ciudad de México, en sesión solemne, designó y tomó protesta a la Comisionada Ciudadana Laura Lizette Enríquez Rodríguez, para formar parte del Pleno del INFO CDMX.



**9.** Que con fecha treinta de abril de dos mil veinticuatro, la Comisionada Ciudadana Marina Alicia San Martín Reboloso presentó su renuncia al cargo a partir del uno de mayo de dos mil veinticuatro, quedando conformado el Pleno por las personas Comisionadas: Julio César Bonilla Gutiérrez, Laura Lizette Enríquez Rodríguez, Arístides Rodrigo Guerrero García y María del Carmen Nava Polina.

**10.** Que el entonces Comisionado Arístides Rodrigo Guerrero García, el día dieciséis de octubre de dos mil veinticuatro ante la cercanía del término de su encargo, decidió presentar su separación anticipada como Comisionado Presidente mediante oficio MX09.INFOCDMX.PRE.S1.1.0253.2024.

**11.** Que, la Comisionada y los Comisionados designaron como Comisionada Presidenta a Laura Lizette Enríquez Rodríguez, en términos de los artículos 49, numeral 2, de la Constitución local; 44 de la Ley de Transparencia local; y 4, fracción II, del Reglamento Interior del Instituto de Transparencia, Acceso a la Información Pública, Protección de Datos Personales y Rendición de Cuentas de la Ciudad de México (Reglamento Interior del Instituto), mediante Acuerdo 5846/SO/13-11/2024, durante la Cuadragésima Primera Sesión Ordinaria del Pleno de este Instituto, celebrada el trece de noviembre de dos mil veinticuatro.

**12.** Que, el seis de mayo de dos mil dieciséis se publicó en la Gaceta Oficial de la Ciudad de México, el Decreto por el que se expide la Ley de Transparencia, Acceso a la Información Pública y Rendición de Cuentas de la Ciudad de México, cuya última reforma fue publicada en la Gaceta Oficial de la Ciudad de México el día veinticuatro de diciembre de dos mil diecinueve; ordenamiento que en su artículo 1 establece su carácter de orden público y de observancia general en el territorio de la Ciudad de México en materia de Transparencia, Acceso a la Información, Gobierno Abierto y Rendición de Cuentas, con el objeto establecer los principios, bases generales y procedimientos para garantizar a toda persona el derecho de acceso a la información pública en posesión de cualquier autoridad, entidad, órgano y organismo del poder Ejecutivo, Legislativo y Judicial, Órganos Autónomos, Órganos Político Administrativos, Alcaldías y/o Demarcaciones Territoriales, Organismos Paraestatales, Universidades Públicas, Partidos Políticos, Sindicatos, Fideicomisos y Fondos Públicos, así como de cualquier persona física o moral que reciba y ejerza recursos públicos, realice actos de autoridad o de interés público en la Ciudad de México.



**13.** Que, de conformidad con lo establecido en los artículos 46, apartado A, párrafo 1, inciso d) y 49, párrafo 1 de la Constitución local; así como 37 y 51 de la Ley de Transparencia, este Instituto es el organismo garante de los derechos de acceso a la información pública y la protección de datos personales; su funcionamiento se regirá por los principios de certeza, legalidad, independencia, imparcialidad, eficacia, objetividad, profesionalismo, transparencia y máxima publicidad, y su actuación a los principios reconocidos en el derecho a la buena administración, independencia, profesionalismo e imparcialidad, para lo cual podrá realizar toda clase de actos y procedimientos que la Ley de Transparencia, su Reglamento Interior y demás normativa de la materia le señalen.

**14.** Que, de conformidad con lo establecido en el al Artículo 24 del Reglamento Interno del Instituto de Transparencia, Acceso a la Información Pública, Protección de Datos Personales y Rendición de Cuentas de la Ciudad de México, en su numeral uno, se establece la elaboración de una Política de Comunicación social y su actualización.

**15.** Que, en términos de lo dispuesto en los artículos 39, 55, 61, 62 y 63 de la Ley de Transparencia, el Pleno del Instituto es el órgano superior de dirección que tiene la responsabilidad de vigilar el cumplimiento de las disposiciones constitucionales y legales en materia de transparencia, acceso a la información y protección de datos personales en la Ciudad de México, y de los sujetos obligados por disposición de la Ley General, la Ley de Transparencia y demás normatividad aplicable. Asimismo, está facultado para velar porque los principios de certeza, legalidad, independencia, imparcialidad, eficacia, objetividad, profesionalismo, transparencia y máxima publicidad guíen las actividades del Instituto.

**16.** Que, los artículos 9 y 10 del Reglamento Interior establecen que el Pleno funcionará y tomará sus decisiones de manera colegiada, siendo la autoridad frente a las y los Comisionados Ciudadanos en su conjunto y en lo particular; y sus resoluciones son obligatorias para éstos, aunque estén ausentes o sean disidentes al momento de tomarlas.



**17.** Que, en términos del artículo 12, fracciones II y XXVIII del Reglamento Interior, el Pleno del Instituto es la autoridad encargada de aprobar las estrategias para el cumplimiento de las atribuciones conferidas al Instituto en la Constitución local, en la Ley de Transparencia, en la Ley de Datos Personales y demás normatividad aplicable; así como las propuestas de suscripción de convenios, acuerdos, bases de colaboración y mecanismos de coordinación a celebrarse con cualquier ente público o privado, nacional e internacional.

**18.** Que, en virtud de las consideraciones vertidas y en ejercicio de sus atribuciones, la Comisionada Presidenta del Instituto de Transparencia, Acceso a la Información Pública, Protección de Datos Personales y Rendición de Cuentas de la Ciudad de México, somete a consideración del Pleno el proyecto de **ACUERDO POR EL QUE SE APRUEBA LA POLÍTICA DE COMUNICACIÓN 2025, DEL INSTITUTO DE TRANSPARENCIA, ACCESO A LA INFORMACIÓN PÚBLICA, PROTECCIÓN DE DATOS PERSONALES Y RENDICIÓN DE CUENTAS DE LA CIUDAD DE MÉXICO.**

Por las consideraciones y fundamentos anteriormente expuestos, el Pleno del Instituto de Transparencia, Acceso a la Información Pública, Protección de Datos Personales y Rendición de Cuentas de la Ciudad de México, emite el siguiente:

## **ACUERDO**

**PRIMERO.** Se aprueba la Política de Comunicación 2025 del Instituto de Transparencia, Acceso a la Información Pública, Protección de Datos Personales y Rendición de Cuentas de la Ciudad de México.

**SEGUNDO.** El presente Acuerdo entra en vigor al momento de su aprobación por el Pleno de este Instituto.

**TERCERO.** Se instruye a la Secretaría Ejecutiva del Instituto de Transparencia, Acceso a la Información Pública, Protección de Datos Personales y Rendición de Cuentas de la Ciudad de México para realizar la difusión en las unidades administrativas y que estén den cumplimiento a dicha Política.



**CUARTO.** Se instruye a la Secretaría Técnica del Instituto de Transparencia, Acceso a la Información Pública, Protección de Datos Personales y Rendición de Cuentas de la Ciudad de México, para que realice las gestiones necesarias a efecto de publicar el presente acuerdo en el portal de internet del Instituto, así como la Política de Comunicación 2025.

# Política de Comunicación del Instituto de Transparencia, Acceso a la Información Pública, Protección de Datos Personales y Rendición de Cuentas de la Ciudad de México 2025

## Índice

Justificación.....	2
Objetivo General.....	2
Metas y Tareas de la Dirección de Comunicación Social .....	3
Función de la Dirección de Comunicación Social .....	5
Lineamientos y Directrices de Comunicación Institucional.....	6
Canales de Comunicación Institucional.....	7
Vínculos con la Sociedad y las Instituciones.....	9
Comunicación Interna.....	10
Imagen Institucional .....	11



La presente Política de Comunicación Social establece las directrices para la difusión de información institucional del INFO CDMX, asegurando que los principios de transparencia, rendición de cuentas y acceso a la información sean promovidos de manera clara y efectiva. Asimismo, define estrategias innovadoras que permiten fortalecer el posicionamiento del Instituto y su relación con las personas.

## Justificación

De acuerdo con la fracción I del artículo 24 del Reglamento Interno del Instituto de Transparencia, Acceso a la Información Pública, Protección de Datos Personales y Rendición de Cuentas de la Ciudad de México, se establece la elaboración de una Política de Comunicación Social.

Es importante que el INFO CDMX cuente con una política de Comunicación Social ya que ésta contribuye a que la sociedad esté informada sobre nuestro quehacer institucional, y también ayuda a generar una imagen positiva de la institución.

En el marco de las nuevas tecnologías y la comunicación digital, es importante adaptarse a la transformación digital para influir en la cultura de datos abiertos.

## Objetivo General

Definir las directrices de comunicación y difusión institucional para garantizar transparencia, equidad y coherencia en la gestión de la información, alineadas con los objetivos, misión, visión y valores del INFO CDMX.

### Objetivos Institucionales

- Mejorar la comunicación institucional y fortalecer la capacitación de las personas integrantes de los sujetos obligados de la Ciudad de México, respecto de las materias

de transparencia, acceso a la información, protección de datos personales y otras temáticas afines.

- Socializar la labor del INFO CDMX para que las personas conozcan sus derechos y los mecanismos para su ejercicio, a través de una comunicación asertiva, cercana y sencilla.

### **Misión**

Garantizar a las personas sus derechos de acceso a la información y de protección de datos personales, con un enfoque de igualdad, inclusión y no discriminación, a través de la innovación y de acuerdo con la normatividad aplicable.

### **Visión**

El INFO CDMX será referente nacional e internacional, en la garantía de los derechos de acceso a la información y protección de datos personales, caracterizado por su cercanía con las personas, a través de la innovación y su utilidad social.

### **Valores**

- Compromiso
- Honestidad
- Responsabilidad
- Respeto
- Profesionalismo

## **Metas y tareas de la Dirección de Comunicación Social**

La DCS tiene la responsabilidad de ser la guía estratégica para toda la comunicación social del Instituto, en esta sección se puntualizan las directrices operativas que guían a la Dirección de Comunicación Social del INFO CDMX, definiendo las metas y tareas para planificar, ejecutar y evaluar todas las actividades comunicacionales.

La estrategia de comunicación garantizará la difusión equitativa de todas las áreas de trabajo del INFO CDMX, asegurando visibilidad a temas como acceso a la información, protección de datos personales, transparencia, rendición de cuentas, Estado Abierto, anticorrupción, archivos, derechos humanos y otras materias de interés institucional. Se promoverá una cobertura balanceada en medios, redes sociales y demás canales de comunicación.

### **Propósito y Metas**

- a) Promover, a través de diversos medios –incluyendo canales tradicionales, páginas web, YouTube y redes sociales– el trabajo del Instituto, generando conocimiento sobre su labor y facilitando la vinculación de la sociedad en temas de transparencia y rendición de cuentas.
- b) Asegurar que las personas reciban información actualizada y relevante sobre las actividades del Instituto, tales como la protección de datos personales, acceso a la información, rendición de cuentas, apertura institucional, estado abierto y derechos humanos.

### **Tareas y Responsabilidades**

- 1. Difundir las actividades institucionales mediante los distintos canales informativos, asegurando una cobertura integral y equitativa.
- 2. Elaborar informes y reportes periódicos (la periodicidad normativa) que reflejen la difusión en medios y redes sociales, evaluando el impacto de las acciones comunicacionales.
- 3. Trabajar de forma colaborativa con áreas de comunicación, tanto internas como externas (públicas y privadas), para apoyar la difusión del conocimiento y el ejercicio de los derechos que garantiza el Instituto.
- 4. Ejecutar estrategias y campañas de difusión que contribuyan al desarrollo organizacional y al cumplimiento de las funciones del Instituto.
- 5. Gestionar y atender los requerimientos de diseño y producción de materiales comunicacionales para eventos y actividades institucionales.

6. Asegurar la difusión de las actividades de cada persona Comisionada, a través de entrevistas, boletines y publicaciones en redes sociales, con el objetivo de visibilizar su labor.
7. Promover entrevistas mensuales para cada persona Comisionada, para dar a conocer su trabajo institucional de manera directa.
8. Promover las columnas de opinión, de las personas comisionadas en distintos medios de comunicación.
9. Coordinar y atender las relaciones públicas con los medios de comunicación, gestionando espacios y oportunidades para posicionar la agenda del INFO CDMX.
10. Realizar la cobertura de eventos y actividades, en coordinación con la Secretaría Ejecutiva, quien proporcionará la agenda detallada y los requerimientos específicos.
11. Mantener actualizado el directorio de medios y periodistas que cubren las actividades del Instituto.

## Función de la Dirección de Comunicación Social

La Dirección de Comunicación Social (DCS) tiene un **papel transversal** en la comunicación del INFO CDMX, para asegurar que la información difundida sea clara, accesible y alineada con los principios de transparencia y rendición de cuentas.

Para ello, la DCS:

**Coordina** la difusión de contenidos en diversos medios y plataformas institucionales, asegurando una comunicación oportuna y efectiva con las personas.

**Gestiona** la relación con medios de comunicación, facilitando la cobertura y difusión de temas relevantes para el Instituto.

**Coordina** el monitoreo que atiende la cobertura del INFO CDMX en medios, para asegurar la precisión de la información difundida y en caso necesario, gestionar, solicitar o solicitar las aclaraciones, ajustes o ampliaciones.

**Impulsa** estrategias de segmentación en la difusión de información para garantizar que los mensajes lleguen a distintos sectores de la población.

## Lineamientos y Directrices de Comunicación Institucional

### Tono y Estilo:

- La comunicación deberá ser clara, concisa y precisa, evitando ambigüedades.
- Se utilizará un lenguaje inclusivo, respetuoso y no discriminatorio, con especial énfasis en la perspectiva de género y diversidad cultural.
- El tono deberá ser cercano y profesional, adaptándose al contexto y al público objetivo (personas, medios, áreas internas y otros actores institucionales).

### Formato y Presentación:

- Todos los materiales (comunicados, informes, publicaciones en redes sociales, videos y gráficos) deberán seguir un formato estandarizado que asegure la consistencia visual y textual.
- Se emplearán plantillas preestablecidas para documentos oficiales, presentaciones y publicaciones digitales, de modo que se mantenga una identidad gráfica uniforme en todas las áreas de la institución.

### Pertinencia y Contenido:

- Los mensajes deberán estar alineados con los objetivos y la agenda institucional, atendiendo a temas de acceso a la información, protección de datos, rendición de cuentas y derechos humanos.

- Se promoverá la pertinencia del contenido, asegurando que cada comunicación aporte valor y esté dirigida al público específico (público general, jóvenes, medios de comunicación, etc.).
- Cada una de las Ponencias deberá coordinar sus contenidos con la Dirección de Comunicación Social para evitar duplicidades y asegurar la coherencia del mensaje global.

### **Temporalidad y Actualización:**

- Se establecerá un calendario de publicaciones y actividades, que contemple la periodicidad necesaria para mantener informadas a las personas y a los actores internos.
- Las comunicaciones deberán actualizarse de manera oportuna, especialmente aquellas relacionadas con eventos, resoluciones o cambios en la agenda institucional, garantizando que la información difundida sea siempre actual y relevante.

### **Lineamientos Gráficos y Visuales:**

- Se mantendrá una identidad visual unificada que incluya el uso correcto del logotipo, paleta de colores, tipografía y otros elementos gráficos aprobados por la Dirección de Comunicación Social.
- Todos los diseños deberán reflejar los valores de transparencia, inclusión y profesionalismo, evitando estereotipos y asegurando la representación de la diversidad de la Ciudad de México.
- Las imágenes, infografías y videos deberán tener una calidad óptima y adaptarse a los distintos formatos de publicación (impresos, digitales, redes sociales), facilitando la comprensión del mensaje.

## Canales de Comunicación Institucional

Las herramientas digitales y redes sociales son fundamentales para informar y conectar con públicos específicos.

Los contenidos difundidos a través de los canales institucionales reflejarán la diversidad de temas que aborda el INFO CDMX, asegurando que cada eje temático tenga visibilidad en los distintos formatos y plataformas digitales.

En este sentido, derivado de esta Política, se creará una **Estrategia de Difusión Digital** que especifica los criterios y las líneas detalladas para fortalecer la presencia institucional y garantizar el acceso a la información y la promoción de la participación ciudadana. Los canales de comunicación y sus respectivos usos son los siguientes:

### 1. Comunicados institucionales y página web:

- La **página web infocdmx.org.mx** funcionará como el repositorio central de comunicados oficiales, informes, noticias y contenidos institucionales, asegurando que la información esté siempre accesible y actualizada para las personas.

### 2. Redes sociales:

- **Canal de YouTube:** Se empleará para la difusión de videos institucionales, entrevistas, transmisiones en vivo de eventos, material audiovisual y capacitaciones dirigidas a sujetos obligados y personas en general, fortaleciendo el conocimiento sobre transparencia, acceso a la información y protección de datos personales.
- **TikTok:** Orientado a captar el interés del público joven mediante contenidos dinámicos, breves y creativos que promuevan la agenda institucional y los valores de transparencia y rendición de cuentas.



- **Instagram:** Permitirá compartir imágenes, infografías y videos cortos que reflejen el quehacer diario del Instituto, humanizando la comunicación y fomentando la interacción con la sociedad.
- **X (antes Twitter):** Servirá para la difusión de noticias y actualizaciones en tiempo real, permitiendo la interacción directa y el intercambio de información breve y precisa.
- **Facebook:** Canal de difusión institucional con información detallada, infografías y videos más desarrollados que en Instagram o TikTok. Público amplio, tono explicativo y accesible. Publicaciones programadas y gestión de interacción con respuestas institucionales.
- 

La gestión y administración de estos canales estarán bajo la Subcoordinación de Comunicación Social y Redes Sociales, dependiente de la Dirección de Comunicación Social.

La coordinación con la Secretaría Ejecutiva y otras áreas asegurará que la difusión de contenidos esté alineada con la estrategia digital institucional y un soporte en estadísticas, indicadores y análisis de los canales, permitiendo campañas temáticas que mantengan un constante acercamiento con la sociedad.

## Vínculos con la sociedad, otras instituciones y líderes de opinión

En la conformación de esta Política imperó un **enfoque ciudadano** que busca empoderar a las personas para ejercer sus derechos y participar activamente en la **rendición de cuentas** y la vinculación es fundamental. A través de **acciones y contenidos innovadores** –como la co-creación de información, la organización de foros de participación y el uso de herramientas digitales interactivas– se fomenta una relación más cercana entre el Instituto, los sujetos obligados y las personas, fortaleciendo el diálogo, la transparencia y la colaboración.



Asimismo, se plantea el **fortaleciendo de la confianza en las instituciones** promoviendo el ejercicio efectivo de los derechos de las personas, derechos en materia de **acceso a la información pública y protección de datos personales**.

En el marco de este fortalecimiento, la Dirección de Comunicación Social podrá proponer sesiones de capacitación para representantes de medios y líderes de opinión.

La Secretaría Ejecutiva, será responsable de establecer y mantener **vínculos estratégicos** con:

1. **Instituciones públicas y privadas:** Para la difusión conjunta de contenidos que aborden temáticas como transparencia, estado abierto, derechos humanos, perspectiva de género, acceso a la información, niñez, juventudes, personas adultas mayores, diversidad sexual, participación política y otros asuntos de interés social.
2. **Organizaciones de la Sociedad Civil (OSC) y Colectivos:** Para que la información impulse la participación ciudadana, el acceso a la información y el desarrollo de actividades de colaboración que promuevan los derechos que tutela el Instituto.
3. **Comunidades académicas y educativas:** Para fortalecer la cultura de la transparencia mediante programas de divulgación y la creación de materiales especializados en temas relacionados con el INFO CDMX.

## Comunicación Interna

La comunicación interna es un elemento clave para fortalecer la integración y coordinación dentro del INFO CDMX. Como proceso transversal, involucra a todas las áreas de la institución y contribuye a la optimización de la gestión organizacional, promoviendo la colaboración, la eficiencia y un clima laboral armónico.

Desde la Dirección de Comunicación Social (DCS) se fomenta una comunicación clara, accesible y oportuna entre las distintas áreas, facilitando la circulación de información relevante que permita fortalecer el trabajo institucional y generar espacios de interacción que impulsen el sentido de pertenencia y la sinergia organizacional.

La DCS brindará apoyo en la difusión de información institucional de interés general para el personal, así como en la coordinación de iniciativas que contribuyan a fortalecer la identidad y los valores institucionales. Asimismo, facilitará la comunicación entre áreas, promoviendo el uso de herramientas y espacios adecuados para compartir información de manera efectiva.

Una de las acciones que forman parte de la comunicación interna es tener coordinación con **la Secretaría Ejecutiva**, quien proporcionará la agenda institucional del INFO CDMX, para que, la Dirección de Comunicación cuente con la referencia clave para la planeación y cobertura de eventos, garantizando que la información llegue oportunamente a todas las áreas.

La comunicación interna del INFO CDMX se orienta a la construcción de un entorno laboral colaborativo y con base en estándares internacionales en materia de bienestar organizacional, fomentando el desarrollo de prácticas que fortalezcan la identidad institucional y el compromiso de su personal.

## Imagen Institucional

La imagen institucional es esencial para el reconocimiento y posicionamiento del INFO CDMX en la sociedad. Aunque en el desarrollo de las actividades se podrían usar otros diseños o gráficos —como logotipos de programas y proyectos— es fundamental que se respete una jerarquía visual que otorgue máxima relevancia al

logotipo oficial del Instituto. Esto garantiza que la identidad visual del INFO CDMX se consolide como referente, permitiendo que sus servicios, funciones y valores sean fácilmente reconocibles para las personas.

Velar por este principio, incluye una revisión constante para verificar una correcta aplicación de los criterios visuales en los materiales y piezas gráficas del INFO CDMX, con el fin de también garantizar una presencia balanceada de los elementos visuales.

- **Colores Institucionales**

La identidad visual del INFO CDMX se fundamenta en la consistencia y claridad de sus elementos gráficos. Para garantizar una representación uniforme, el logotipo debe reproducirse en los colores oficiales especificados en esta sección, utilizando los códigos Pantone correspondientes.

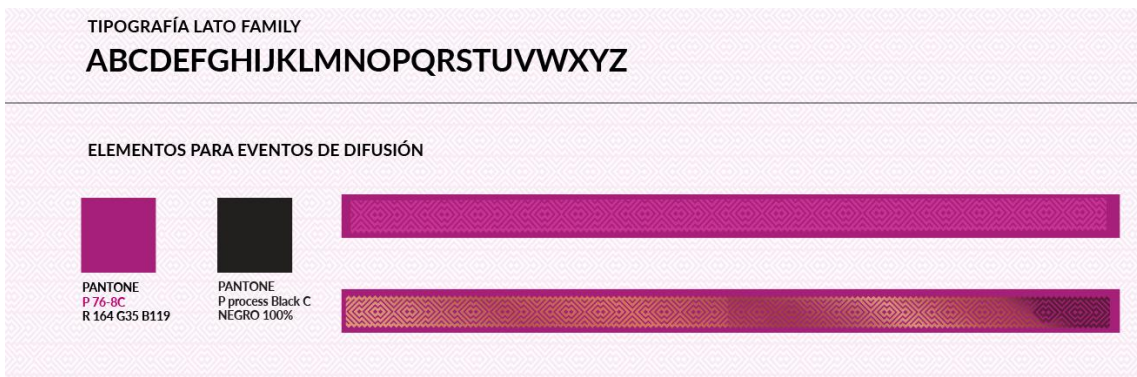
Asimismo, la **tipografía** institucional refuerza la imagen del Instituto, asegurando coherencia en todos los materiales de comunicación.

IDENTIDAD INSTITUCIONAL



- **Aplicación Complementaria**

Como parte de la identidad visual, se ha incorporado una gama cromática diferenciada para materiales de difusión, destacando el compromiso con una comunicación cercana y accesible. Esta aplicación refuerza la presencia institucional en diversos espacios, dotando a las piezas gráficas de un carácter distintivo sin comprometer la integridad de la identidad visual del INFO CDMX.



## Compromiso

1. Garantizar la **uniformidad visual** en todos los materiales gráficos y comunicacionales, para que la identidad del INFO CDMX sea reconocida de manera clara y consistente en diferentes plataformas y espacios.
2. Asegurar que la comunicación gráfica y visual represente la **diversidad de la población** de la Ciudad de México, evitando mensajes discriminatorios o estereotipados, y promoviendo la inclusión y la equidad.
3. Ejecutar la estrategia de **posicionamiento visual y comunicacional**, que no solo fortalezca el reconocimiento institucional dentro del ámbito gubernamental, sino que lo haga accesible y cercano a las personas.

## Líneas operativas

- Estandarizar los colores y diseños de los elementos gráficos institucionales, asegurando que la identidad visual sea coherente en todos los canales de comunicación y materiales con definición de códigos y una guía gráfica.
- Implementar acciones de difusión que refuercen la presencia del INFO CDMX en el espacio público y digital, a través de campañas de visibilidad, señalética institucional y materiales gráficos dirigidos a las personas.

- Evaluar periódicamente la percepción y el nivel de reconocimiento del INFO CDMX entre la población, permitiendo ajustes estratégicos en la imagen institucional y su aplicación en la comunicación social.
- Se implementarán mecanismos de **medición** para evaluar el reconocimiento de la imagen institucional entre las personas y para ajustar criterios en función de esos resultados.