

INFORME TRIMESTRAL DCS ABRIL-JUNIO 2025

➤ Campañas de difusión 2025

A través de estrategias comunicativas efectivas, se busca generar conciencia en la sociedad sobre la relevancia de estos temas, fomentando la participación informada y promoviendo buenas prácticas que contribuyan a la construcción de un entorno digital seguro, equitativo y accesible para todas las personas, considerando las diversas identidades y experiencias de género.

Estas campañas se orientarán a diversos sectores, incluyendo la ciudadanía en general, organizaciones de la sociedad civil, instituciones públicas y privadas, con el fin de incentivar un compromiso colectivo hacia la transparencia, la equidad de género y la protección de la información en el ecosistema digital, garantizando la inclusión y representación de todas las personas sin discriminación.

- **Proteger su privacidad también es una forma de amor.**
- **Día del maestro.**
- **Día del internet.**
- **Día de la familia.**
- **Conversatorio “Ciudades sostenibles y resilientes, la transparencia en la gestión de los recursos hídricos.**

➤ Comunicados de prensa

Durante el segundo trimestre de 2025, la Dirección de Comunicación Social del INFO CDMX realizó un total de 54 comunicados de prensa, con el objetivo de difundir las actividades institucionales de las personas Comisionadas Ciudadanas, así como las sesiones ordinarias, extraordinarias y solemnes del Pleno del Instituto. La distribución mensual fue la siguiente:

- **20 comunicados en abril.**
- **19 comunicados en mayo.**
- **15 comunicados en junio.**

Los boletines fueron publicados en el portal institucional y difundidos en medios electrónicos y prensa escrita. Su consulta pública está disponible en el apartado de Comunicación Social del sitio web del Instituto, a través del siguiente enlace: [👉 Comunicados INFO CDMX](#)

Adicionalmente, se elaboraron 15 invitaciones dirigidas a medios de comunicación, organizaciones de la sociedad civil y público en general, para convocar a sesiones del Pleno y eventos institucionales relevantes.

- **Video grabaciones y YouTube**

Dentro de la cobertura de las actividades institucionales la Dirección de Comunicación Social (DCS) realizó la videograbación de los eventos donde participaron los comisionados ciudadanos.

En este periodo se generaron **48** videos, **13** corresponden a sesiones del pleno, **35** de eventos institucionales sobre temáticas de transparencia y protección de datos personales entre los que destacan el Curso de Sensibilización de Datos Abiertos, el Tercer Taller Virtual del Derechos Digitales, la Primera Reunión de la Red de Transparencia, la Jornada de Asesoría Técnica en Transparencia y Apertura, así como, la Ceremonia de Entrega de Reconocimientos PAV 2024 y la Conmemoración de Día Internacional de los Archivos entre otros.

Se generaron **42** videos en el canal Institucional de YouTube con **8** videos subidos de los eventos institucionales y en coordinación con la Secretaría Ejecutiva y la Dirección de Tecnologías de la Información se realizó la transmisión a redes sociales de **34** eventos desde el Instituto.

De todos los videos subidos al canal hubo **28** mil **986** visualizaciones, con un tiempo de visualización de **2** mil **300** minutos. En este periodo se generaron **286** mil **600** impresiones que se refiere al número de veces que le apareció una miniatura de un evento institucional a un usuario en YouTube. El **49.7%** de los espectadores son mujeres y **50.3 %** hombres. La edad promedio de los visitantes al canal son **25.1 %** entre 25 y 34 años, seguido por un **31.9%** de 35 a 44 años y un **14.7 %** de 45 a 54 y **14.9 %** de 55 a 64 años. El **75.3 %** de visitas provienen de México, el resto de Estados Unidos, Colombia, Perú y Argentina.

Hubo un incremento de **437** seguidores con respecto al segundo trimestre de 2025 y de **171** con respecto al trimestre anterior pasando de **4** mil **688** el 31 de marzo a **4** mil **859** al 30 de junio del 2025.

<https://www.youtube.com/@infodf1>

- **Podcast**

El Podcast es un canal de almacenamiento sonoro en el cual se registraron **13** sesiones ordinarias del Pleno.

<https://infocdmx.org.mx/podcast/index.php>

- **Fotogalería**

Para el trimestre que se reporta, en la Galería fotográfica del INFO se albergan **131 imágenes** en un total de **14 carpetas**, correspondientes a los distintos eventos institucionales que se realizaron durante los meses de enero, febrero y marzo de 2025.

<https://www.infocdmx.org.mx/index.php/nuestro-instituto/comunicaci%C3%B3n-social/4447>

- **Redes Sociales**

- **Twitter (X)**

En el primer trimestre, nuestro número de seguidores era de **28,500**. Durante el segundo trimestre de 2025, vimos un crecimiento al alcanzar los **28,648 seguidores**, lo que representa un aumento de **168 nuevos usuarios**.

La publicación de mensajes estuvo distribuida de la siguiente forma:

- Abril: **243**
 - Mayo: **210**
 - Junio: **254**

- **Facebook**

En este segundo trimestre del 2025, el número de seguidores creció a **27,514**, lo que significa un aumento de **514** nuevos seguidores.

A continuación se muestra la desagregación de interacciones en la plataforma:

Mes	Número de publicaciones	Visitas a la página	Seguidores nuevos	Alcance
Abril	213	3,769	82	16,884
Mayo	190	2,958	45	8,633
Junio	195	4,384	99	19,400
Totales	598	11,111	226	44,917

- **TikTok**

La cuenta ha mostrado un crecimiento sostenido tanto en número de seguidores como en visualizaciones e interacciones, llegando así a **334 (+1755% vs. trimestre anterior)**. El aumento exponencial en la base de seguidores posiciona la cuenta con un mayor potencial de alcance en el siguiente trimestre.

- Vistas de video: 17,289
- Vistas de perfil: 191
- Me gusta: 2,062
- Comentarios: 88

- Compartidos: 103

- Instagram

Durante el primer trimestre de 2025, contábamos con **3,111 seguidores**. Actualmente contamos con un a un incremento de **201 nuevos seguidores**, llegando así a **3,312**. Este incremento refleja una tendencia de crecimiento moderado pero constante en la base de seguidores, lo cual indica una retención estable y un interés sostenido por parte de la comunidad digital.

- Historias: **186**
- Publicaciones en feed: **65**

- LinkedIn

Esta red muestra que contamos con **582 seguidores**, para el trimestre reportado se lograron **127 nuevos seguidores**. En este trimestre se hicieron un total de **90 publicaciones**. De acuerdo a las características, quienes siguen nuestra cuenta son de la administración pública, seguido de consultorías de tecnología despachos de abogados y universidades.

Mes	Número de publicaciones	Clics	Seguidores nuevos	Impresiones	Reacciones
Abril	31	352		3,503	138
Mayo	31	272		1,522	73
Junio	28	306		1,797	108
Totales	90	930	127	6,822	319

- Medios de comunicación

Durante el segundo trimestre de 2025, el trabajo del Pleno del INFO CDMX y su agenda institucional mantuvieron una presencia destacada en medios de comunicación tradicionales y digitales, alcanzando un total de **505 impactos informativos**.

Distribución mensual de impactos:

- Abril: **213 menciones en medios**.
- Mayo: **162 menciones**.
- Junio: **130 menciones**.

- Entrevistas y colaboraciones

Además de las notas informativas, los medios dieron un espacio relevante a la opinión experta

y al análisis de las personas comisionadas. En este periodo se registraron **18 entrevistas** individuales y **29 columnas de opinión**, publicadas en medios de circulación local y nacional.

En cuanto a las notas informativas, se publicaron 147 en total, relacionadas con los temas estratégicos del Instituto, como el derecho de acceso a la información, protección de datos personales, gobierno abierto y participación ciudadana.

Detalle por mes:

Abril

- **6 entrevistas.**
- **8 columnas.**
- **40 notas informativas.**

Mayo

- **6 entrevistas.**
- **13 columnas.**
- **67 notas informativas.**

Junio

- **6 entrevistas.**
- **8 columnas.**
- **40 notas informativas.**

➤ **Materiales de diseño gráfico**

Una de las actividades fundamentales para la difusión de los eventos institucionales, es la elaboración de materiales gráficos que se realizan en apoyo a las distintas áreas del Instituto.

Durante este trimestre se realizaron **935 piezas** de diseño gráfico, las cuales se generaron de la siguiente manera:

Abril: **376 piezas**

Mayo: **310 piezas**

Junio: **453 piezas**