

INFORME TRIMESTRAL DCS ENERO-MARZO 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.

Esta campaña se orientará 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.

- **Día Internacional de Protección de Datos Personales**
- **Conmemoración del Día Internacional de la Mujer #8M**

➤ Comunicados de prensa

Para dar cuenta de las diferentes actividades institucionales de las personas Comisionadas Ciudadanas, así como la difusión de las sesiones ordinarias, extraordinarias y solemnes que lleva a cabo el Pleno del Instituto, la Dirección de Comunicación Social realizó 44 comunicados de prensa durante el primer trimestre del 2025 (9 en enero, 16 en febrero y 19 en marzo). Estos boletines se difundieron tanto en el portal institucional como en diferentes medios de comunicación electrónicos y prensa escrita.

Los comunicados elaborados en el primer trimestre del año se pueden encontrar en el portal institucional en el apartado de Comunicación Social, dando clic en la siguiente liga electrónica:

<https://www.infocdmx.org.mx/index.php/nuestro-instituto/comunicaci%C3%B3n-social/6>

Respecto a las invitaciones a los medios de comunicación, organizaciones de la sociedad civil y público en general, se reportan un total de 14, tanto para las sesiones ordinarias y extraordinarias y, eventos institucionales

- **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 **114 videos**, **11** corresponden a sesiones del pleno, **103** de eventos institucionales sobre temáticas de transparencia y protección de datos personales entre los que destacan, Conmemoración del Día Internacional de Datos Personales, el Cuarto Congreso Nacional de Compliance e Integridad en el Sector Público, las Jornadas por la Transparencia y la Privacidad en alcaldías y la Jornada de Asesorías Técnicas Especializadas para la Nueva Gestión Pública. se generaron **67** videos en el canal Institucional de YouTube con **26** 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 **41** eventos desde el Instituto.

Se generaron **104 videos** en el canal Institucional de YouTube con **79 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 **25 eventos** desde el Instituto.

De estos videos **44** son shorts de las personas comisionadas, especialistas sobre sus participaciones en sesiones o en eventos institucionales y los testimonios de mujeres trabajadoras del INFO CDMX en el marco del Día Internacional de la Mujer.

Hubo un incremento de **560 seguidores** en este trimestre, pasando de **4 mil 126** a **4 mil 688**.

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

- **Podcast**

El Podcast es un canal de almacenamiento sonoro en el cual se registraron **11** 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 **269 imágenes** en un total de **33 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 diciembre de 2024, nuestro número de seguidores era de **28,440**. Durante el primer trimestre de 2025, vimos un crecimiento al alcanzar los **28,630 seguidores**, lo que representa un aumento de **190 nuevos usuarios**.

La publicación de mensajes estuvo distribuida de la siguiente forma:

- Enero: **727**
 - Febrero: **401**
 - Marzo: **597**

- **Facebook**

Al cierre de 2024, contábamos con **28,440 seguidores**, en este primer trimestre del 2025, este número creció a **28,630**, lo que significa un aumento de **190 nuevos seguidores**.

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

Mes	Número de publicaciones	Visitas a la página	Seguidores nuevos	Alcance
Enero	177	2,900	02	826
Febrero	163	108	55	13,800
Marzo	265	4,700	83	20,200
Totales	605	7,708	140	34,826

○ TikTok

Es una red social que **se creó en enero 2025**, la cual registra **18 seguidores** en el trimestre que se reporta, mostrando un crecimiento porcentual significativo en engagement.

- Aunque la base de seguidores es pequeña, el crecimiento porcentual es extremadamente alto, lo que es típico de cuentas nuevas con buen potencial.
- La tasa de conversión de visitas a seguidores es del **39% (18 seguidores de 46 visitas al perfil)**, lo que indica un alto nivel de interés en el contenido.

○ Instagram

En diciembre de 2024, contábamos con **2,931 seguidores**. Durante el primer trimestre de 2025, experimentamos un crecimiento al llegar a **3,111**, lo que representa un incremento de **180 nuevos usuarios**. De igual forma se enlistan las publicaciones de la siguiente manera:

- Historias: **213**
- Publicaciones en feed: **106**

➤ Cobertura de eventos

En este primer trimestre, la Dirección de Comunicación social dio cobertura a **91 eventos** donde participaron de forma híbrida las y los Comisionados Ciudadanos del INFO CDMX, así como de diversas actividades de las distintas áreas del Instituto.

Las coberturas se dividieron de la siguiente manera:

Enero: **18 eventos**.
Febrero: **28 eventos**.
Marzo: **45 eventos**.

➤ Medios de comunicación

Se registró un total de **214 impactos en medios de comunicación**. Del total de menciones, **111 se registraron en Internet**; **84 en medios impresos**; y **18 en medios electrónicos**.

➤ **Entrevistas y colaboraciones**

Durante este periodo se registraron **18 entrevistas** a Comisionadas y Comisionados, así como **12 artículos** de colaboración de diversos medios de comunicación.

➤ **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 **671 piezas** de diseño gráfico, las cuales se generaron de la siguiente manera:

Enero: **419 piezas**

Febrero: **115 piezas**

Marzo: **140 piezas**