

INFORME TRIMESTRAL DCS ENERO-MARZO 2026

➤ Campañas de difusión 2026

Durante el primer trimestre de 2026, la estrategia de difusión se concentró en la implementación de **la campaña institucional** de carácter transversal “**El INFO Sigue**”, concebida como un eje articulador para la comunicación de las acciones, actividades y funciones sustantivas del Instituto.

A través de esta campaña, se buscó mantener y fortalecer la presencia institucional, destacando la continuidad operativa del INFO CDMX en un contexto de transformación, así como su labor en materia de acceso a la información, protección de datos personales, gestión documental, capacitación y acompañamiento a la ciudadanía.

La campaña integró diversos contenidos y acciones dirigidas a múltiples audiencias —incluyendo ciudadanía, organizaciones de la sociedad civil e instituciones públicas— con el propósito de informar, fomentar la participación informada y promover buenas prácticas en torno a la transparencia, la rendición de cuentas y la protección de la información.

Bajo el concepto “El INFO sigue”, se difundieron actividades como:

- Presentaciones editoriales
- Procesos de capacitación
- Desarrollo y difusión de herramientas dirigidas a grupos prioritarios
- Acciones orientadas a la seguridad de los datos personales

Este enfoque permitió consolidar una narrativa institucional unificada, orientada a reforzar la confianza pública, visibilizar la continuidad de las funciones del Instituto y fortalecer su posicionamiento ante la ciudadanía en el contexto actual.

➤ Comunicados de prensa

Se elaboraron **14 comunicados** de prensa, que dieron cuenta de las actividades, posicionamientos y agenda pública de los eventos institucionales y temas estratégicos.

Bajo la premisa “El INFO Sigue”, los comunicados sumaron como una herramienta clave para reafirmar la continuidad de las funciones del Instituto y su compromiso con el ejercicio de derechos.

Distribución mensual:

- Enero: 3
- Febrero: 5
- Marzo: 6

El 100 % de los comunicados fue publicado en el portal institucional, garantizando su acceso público y consulta permanente, además de servir como insumo para medios de comunicación y difusión digital. Se encuentran disponibles, dentro del apartado de Comunicación Social. En

la siguiente dirección electrónica:

<https://portal.infocdmx.org.mx/comunicados/2026/03>

➤ Video grabaciones y YouTube

Durante este 1er trimestre se generaron **34** videos relacionados con actividad institucional sobre temáticas de transparencia y protección de datos personales entre los que destacan el Día Internacional de Protección de Datos Personales, las Jornadas por la Transparencia en la Alcaldía Tlalpan y Magdalena Contreras; y la Presentación Editorial Memoria y Legado del INFO CDMX.

Se subieron **31** videos en el canal Institucional de YouTube de los cuales **24** corresponden a grabaciones. Y se transmitieron 7 eventos en coordinación con la Secretaría Ejecutiva y la Dirección de Tecnologías de la Información.

Derivado de estos, se crearon y difundieron **9 productos** como shorts del Día Internacional de Protección de Datos Personales. Los videos están disponibles en:

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

➤ Podcast

Dado que en este primer trimestre no existieron sesiones del Pleno del INFO, no se cargó información en el canal de podcast.

➤ Fotogalería

En la galería fotográfica del INFO se albergan **200 imágenes** en un total de **15 carpetas** correspondientes a los distintos eventos institucionales que se realizaron durante los meses de enero, febrero y marzo de 2026.

➤ Redes Sociales

Twitter (X)

Actualmente la cifra alcanza los 28,831, y al cierre de 2025 se registraban 28,818 seguidores. Esto representa un aumento de 13 seguidores, que, aunque ligero, mantiene una dinámica de crecimiento constante y sostenida en la red social.

- Seguidores: 108
- Visitas al perfil: 470
- Impresiones: 93, 636
- Compartidos: 130
- Guardados: 43

- Me gusta: 797
- Interacciones: 7, 429
- Posts: 296

Facebook

Actualmente, la cifra asciende a 28,471, lo que representa un incremento de 510 nuevos seguidores. Comparativamente durante el último semestre de 2025 se contaba con 27,961 seguidores. Este crecimiento, si bien moderado, se ha mantenido constante, lo que refleja una tendencia estable y sostenida en la red social.

- Seguidores: 571
- Visualizaciones: 420949
- Alcance: 249400
- Clics: 1270
- Interacciones: 7622
- Visitas: 10996
- Posts: 286

TikTok

Actualmente: **582 seguidores**, en el cuarto trimestre contábamos con **557** por lo que hubo un **incremento 25 seguidores**.

- Vistas de video: 20,000
- Vistas de perfil: 177
- Me gusta: 693
- Comentarios: 14
- Compartidos: 90

De igual forma se enlistan las publicaciones de la siguiente manera:

- Historias: 90
- Reels: 23
- Publicaciones: 9

Instagram

Durante el cuarto trimestre de 2025, contábamos con 3,678 seguidores. Actualmente contamos con 3,823, lo que resulta en un incremento de 145 nuevos seguidores. Esta cifra 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.

De igual forma se enlistan las publicaciones de la siguiente manera:

- Historias: 90

- Reels: 23
- Publicaciones: 9
- Visualizaciones: 46,101
- Vistas de perfil: 1,205
- Interacciones: 1,404

LinkedIn

Seguidores actuales: 849, en relación con el 4º trimestre del año anterior el incremento es de 125 nuevos seguidores.

- Visualizaciones a la página: 281
- Impresiones: 15.380
- Reacciones: 455
- Publicaciones: 65

Youtube

Hubo **13 mil 667 visualizaciones**, con un tiempo de visualización de mil 400 minutos. En este periodo se generaron **128,100 impresiones** que se refiere al número de veces que le apareció una miniatura de un evento institucional a un usuario en YouTube. El **44.4%** de los espectadores son mujeres y **55.6%** hombres. La edad promedio de los visitantes al canal son 32.3% entre 25 y 34 años, seguido por un 39.8% de 35 a 44 años y un 27.9 % de 45 a 54. El 68.1% de visitas provienen de México, el resto de Estados Unidos, Colombia, Panamá y Perú.

Hubo un incremento de **52 seguidores** con respecto al trimestre anterior pasando de **5 mil 024 a 5 mil 076** a marzo de 2026.

➤ Medios de comunicación

El 1er trimestre 2026 registró una cobertura constante en prensa, radio, televisión y medios digitales, con presencia en medios de alcance nacional como *Reforma*, *El Universal*, *Excélsior*, *Milenio*, *Proceso* y *La Crónica de Hoy*, así como en portales especializados.

La evolución mensual muestra:

- **Enero:** Alta concentración en torno a la discusión sobre la desaparición del INFO CDMX, combinada con el posicionamiento de la agenda de ciberseguridad rumbo al Mundial 2026.
- **Febrero:** Diversificación temática con énfasis en convenios institucionales (inclusión e igualdad) y continuidad del debate sobre el nuevo modelo de transparencia.
- **Marzo:** Consolidación de temas de derechos humanos (8M), memoria institucional (20 años del INFO CDMX) y seguimiento a la transición.

➤ Entrevistas y presencia en medios informativos

Durante el primer trimestre se registraron **dos entrevistas** y participaciones en medios impresos, radio y portales digitales, destacando la presencia en espacios como *La Crónica de Hoy* y *88.9 Noticias*.

Las entrevistas se concentraron en marzo, en el marco del Día Internacional de la Mujer (8M) y la discusión sobre la transición del organismo, abordando temas como:

- Solicitudes de acceso a la información con perspectiva de género
- Continuidad en la atención de solicitudes durante el proceso de transición
- Retos del nuevo modelo de transparencia.

Las **colaboraciones de opinión** se mantuvieron como un eje estratégico de posicionamiento institucional. Durante el primer trimestre, la Comisionada Presidenta publicó de manera constante en medios nacionales como *El Heraldo de México*, *El Universal* y *La Silla Rota*.

Las temáticas abordadas se concentraron en:

- Protección de datos personales en el contexto del Mundial 2026
- Retos de la inteligencia artificial y la ciberseguridad
- Derechos digitales y acceso a la información
- Reflexiones sobre la trayectoria y transformación del INFO CDMX

Acciones complementarias de comunicación

- **Invitaciones institucionales**

Se elaboraron y difundieron **tres invitaciones institucionales** para eventos estratégicos, contribuyendo a fortalecer la visibilidad del Instituto y la participación de distintos sectores.

Conclusión

El primer trimestre de 2026 se caracterizó por una alta exposición mediática del INFO CDMX en un contexto de transición institucional. La cobertura estuvo marcada por la discusión sobre su futuro, pero también por un esfuerzo sostenido de posicionamiento en temas clave como protección de datos personales, ciberseguridad, inclusión y derechos digitales.

A pesar de un entorno mediático inicialmente adverso, el Instituto logró mantener presencia, diversificar su agenda y proyectar una narrativa de continuidad, especialización técnica y relevancia pública.

➤ 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 **2,787 piezas** de diseño gráfico, las cuales se generaron de la siguiente manera:

- enero: **1,107 piezas**
- febrero: **998 piezas**
- marzo: **682 piezas**

Los materiales elaborados son: visuales para campañas, presentaciones digitales, reconocimientos, banners impresos y digitales, plecas, forros para publicaciones, materiales para eventos, insumos para redes sociales, insumos para el portal web institucional, gráficos de efemérides, identidad institucional, carteles, invitaciones, edición digital fotográfica, creatividad, ilustración y vectorización.