



ACUERDO DE LA JUNTA ESTATAL EJECUTIVA DEL INSTITUTO ELECTORAL DE MICHOACÁN, RELATIVO A LOS TÉRMINOS PARA LA CONTRATACIÓN DE MEDIOS DE COMUNICACIÓN CON COBERTURA ESTATAL, REGIONAL Y LOCAL CON BASE EN CRITERIOS DE CARÁCTER CUANTITATIVO Y CUALITATIVO DURANTE LOS MESES DE ABRIL, MAYO Y JUNIO DE 2024.

GLOSARIO

Código Electoral	Código Electoral del Estado de Michoacán de Ocampo.
Comité de Adquisiciones	Comité de Adquisiciones del Instituto Electoral de Michoacán.
Consejo General	Consejo General del Instituto Electoral de Michoacán.
Constitución Federal	Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos.
Constitución Local	Constitución Política del Estado Libre y Soberano de Michoacán de Ocampo.
Instituto	Instituto Electoral de Michoacán.
Junta Estatal Ejecutiva	Junta Estatal Ejecutiva del Instituto Electoral de Michoacán.
Reglamento de Adquisiciones	Reglamento de Adquisiciones, arrendamientos y servicios del Instituto Electoral de Michoacán.
Reglamento Interior	Reglamento Interior del Instituto Electoral de Michoacán.

ANTECEDENTES

PRIMERO. El 23 de octubre de 2023, el Consejo General aprobó, en Sesión Extraordinaria Urgente el Acuerdo **IEM-CG-58/2023**, relativo al Anteproyecto de Presupuesto del Instituto para el Ejercicio Fiscal 2024, por la cantidad de \$798,864,752.62 (setecientos noventa y ocho millones ochocientos setenta y cuatro mil setecientos cincuenta y dos pesos 62/100 M.N).

SEGUNDO. El 19 de diciembre de 2023, el Congreso del Estado de Michoacán de Ocampo aprobó el Decreto número 607 que contiene el Presupuesto de Egresos del Gobierno del Estado de Michoacán de Ocampo para el Ejercicio Fiscal 2024, en el que se asignó para el



ACUERDO No. IEM-JEE-06/2024

Instituto la cantidad de \$770,000,000.00 (setecientos setenta millones 00/100 M.N), el cual fue publicado en el Periódico Oficial del Gobierno Constitucional del Estado de Michoacán de Ocampo, el 20 de diciembre de la misma anualidad.

TERCERO. El 12 doce de enero de 2024 dos mil veinticuatro, el Consejo General aprobó el Acuerdo **IEM-CG-11/2024**, relativo al ajuste del presupuesto del Instituto correspondiente al Ejercicio Fiscal 2024, con motivo de la reducción determinada por el Congreso del Estado de Michoacán de Ocampo

CUARTO. En dicho Presupuesto de Egresos se autorizó lo relativo al financiamiento proyectado para las actividades ordinarias y de proceso electoral de este Instituto durante el ejercicio fiscal en curso, contemplándose una partida específica para fortalecer la difusión de la cultura cívica, democrática y de participación ciudadana.

QUINTO. La Coordinación de Comunicación Social presentó a la Presidencia del Instituto, la propuesta de contratación de medios de comunicación para la difusión de las campañas institucionales durante 2024, así como el resultado de la ponderación con base en criterios de carácter cuantitativo y cualitativo, para el conocimiento y valoración de la Junta Estatal Ejecutiva.

CONSIDERANDO

PRIMERO. Atribuciones del Instituto. Los artículos 41, base V, apartado C, de la Constitución Federal; 98 de la Ley General, en relación con los numerales 98, de la Constitución Local y 29 del Código Electoral, disponen que la organización de las elecciones es una función estatal que se realiza a través de un organismo público autónomo dotado de personalidad jurídica y patrimonio propios denominado Instituto Electoral de Michoacán, autoridad responsable del ejercicio de la función estatal de dirigir, organizar y vigilar las elecciones en el Estado, para lo cual serán Principios rectores la Certeza, Legalidad, Máxima Publicidad, Objetividad, Imparcialidad, Independencia, Equidad y Profesionalismo.

SEGUNDO. Competencia de la Junta Estatal Ejecutiva. En atención a lo establecido por los artículos 31, fracción III y 39, fracciones I, VIII y XIII del Código Electoral, así como 6 y 20, fracciones I, VI y VII del Reglamento Interior, la Junta Estatal Ejecutiva en cuanto órgano ejecutivo central del mismo, tiene atribuciones, en lo que interesa para:

- i) Fijar las políticas generales, los programas y los procedimientos administrativos del Instituto;
- ii) Analizar los sistemas y procesos de administración interna del Instituto, para efecto de proponer y desarrollar los proyectos de mejora y adecuaciones que sean necesarios;



- iii) Acordar los criterios y términos de contratación de medios de información para las campañas de difusión que ponga a su consideración la Coordinación de Comunicación Social; y,
- iv) Las demás necesarias que establezca el Consejo General del Instituto y la normativa aplicable.

TERCERO. Disposiciones normativas que sustentan el presente Acuerdo. En cuanto al contenido de las normas que sustentan la decisión que ahora se presenta, se destacan:

La **Constitución Federal**, en el artículo 134 establece que la propaganda, bajo cualquier modalidad de comunicación social, que difundan los poderes públicos, los órganos autónomos, las dependencias y entidades de la administración pública y cualquier otro ente de los tres órdenes de gobierno, debe tener carácter institucional y fines informativos, educativos o de orientación social. En ningún caso esta propaganda incluirá nombres, imágenes, voces o símbolos que impliquen promoción personalizada de cualquier persona servidora pública.

La **Ley General de Comunicación Social** señala:

- a. Que las Campañas de Comunicación Social son aquellas que difunden el quehacer gubernamental, acciones o logros de Gobierno o estimulan acciones de la ciudadanía para acceder a algún beneficio o servicio público;
- b. Que la propaganda, bajo cualquier modalidad de Comunicación Social deberá garantizar que el gasto en el rubro cumpla con los criterios de eficiencia, eficacia, economía, transparencia y honradez. Respete los topes presupuestales, así como los límites y condiciones de ejercicio que establezcan los presupuestos de egresos respectivos.
- c. Que, en el ejercicio del gasto público en materia de Comunicación Social, los Entes Públicos deberán observar los siguientes principios rectores:
 - I. La eficacia y eficiencia de los recursos públicos destinados a su contratación y operación;
 - II. La economía y racionalidad presupuestaria, que comprende la administración prudente de los recursos;
 - III. La transparencia y máxima publicidad, garantizándose el acceso a toda información relacionada con la contratación y manejo de recursos públicos destinados al rubro conforme a lo dispuesto en la Ley General de Transparencia y Acceso a la Información Pública, y demás disposiciones jurídicas aplicables;
 - IV. La honradez, que comprende el manejo de recursos públicos conforme a las leyes y otras disposiciones jurídicas aplicables, que justifique la contratación sujetándose a criterios de calidad, cumpliendo los propósitos de la Comunicación Social;
 - V. La objetividad e imparcialidad, que implica que la Comunicación Social en los procesos electorales no debe estar dirigida a influir en la equidad de la competencia entre los partidos políticos, precandidatos y candidatos;



ACUERDO No. IEM-JEE-06/2024

- VI. La institucionalidad, en el cumplimiento de sus fines informativos, educativos o de orientación social;
- VII. La necesidad, de comunicar los asuntos públicos a la sociedad para su información y/o atención;
- VIII. La congruencia, entre el contenido del mensaje, el objetivo de comunicación y la población objetivo, y
- IX. La veracidad de la información que se difunde.

Adicionalmente, establece que se deberá atender al respeto a la libertad de expresión, al fomento del acceso ciudadano a la información, contribuir en la promoción de la igualdad entre hombres y mujeres, así como respetar la diversidad social y cultural de la Nación.

En torno a las finalidades de las Campañas de Comunicación Social, señala que las mismas deberán:

- I. Promover la difusión y conocimiento de los valores, principios y derechos constitucionales;
- II. Informar a la ciudadanía de sus derechos y obligaciones legales, de aspectos relevantes del funcionamiento de los sujetos obligados, y de las condiciones de acceso y uso de los espacios y servicios públicos;
- III. Difundir las lenguas nacionales y el patrimonio histórico de la Nación; comunicar programas y actuaciones públicas.

Igualmente prohíbe que dichas campañas:

- I. Tengan por finalidad destacar, de manera personalizada, nombres, imágenes, voces o símbolos de cualquier persona servidora pública.
- II. Incluyan mensajes discriminatorios, sexistas o contrarios a los valores, principios y derechos constitucionales;
- III. Inciten, de forma directa o indirecta, a la violencia o a comportamientos contrarios al ordenamiento jurídico, y
- IV. Induzcan a la confusión con los símbolos, ideas, expresiones, diseños o imágenes empleadas por cualquier organización política o social.

Así también, contempla que estas campañas:

- I. Se transmitan en versiones y formatos accesibles para personas con capacidades diferentes;
- II. Consideren el uso de la Lengua de Señas Mexicanas, subtítulo, y de textos o tecnologías que permitan el acceso a los contenidos adecuados para las personas con discapacidad auditiva;
- III. Que, en comunidades indígenas, se difundan en la o las lenguas correspondientes.

Por su parte, el **Código Electoral**, establece las atribuciones necesarias para el cumplimiento de las finalidades del Instituto, entre las que se encuentran la promoción de los valores democráticos y la participación ciudadana, entre otras funciones que deberá



ACUERDO No. IEM-JEE-06/2024

ejercer con apego a los principios de imparcialidad, legalidad, objetividad, certeza, honestidad, profesionalismo, exhaustividad y transparencia.

Se le reconoce personalidad jurídica y patrimonio propio, así como una estructura en la que se contemplan órganos de decisión, de ejecución, técnicos, así como áreas operativas necesarias para el logro de sus objetivos.

Uno de esos órganos es la Junta Estatal Ejecutiva, presidida por la persona Consejera o Consejero Presidente, y las personas titulares de la Secretaría Ejecutiva y Direcciones Ejecutivas.

Asimismo, el **Reglamento Interior**, al contemplar a la Coordinación de Comunicación Social, dispone que tendrá a su cargo: planear, programar, dirigir y supervisar los mecanismos que permitan un permanente flujo de información y atención a los medios de comunicación, para lo cual contará, entre otras atribuciones, con las de:

- I. Proponer la Estrategia de Comunicación Social del Instituto;
- II. Elaborar el programa de difusión y promoción para garantizar la participación de la ciudadanía en la jornada electoral y en los mecanismos de participación ciudadana, así como en la elección de autoridades indígenas por sistemas normativos propios; y,
- III. Proponer a la Junta Estatal Ejecutiva los criterios y términos de contratación de medios de información para las campañas de difusión del Instituto.

Además, establece que, de conformidad con la Constitución Local y el Código Electoral, en cuanto Organismo Público Autónomo el Instituto se encuentra obligado a observar las disposiciones relativas a la promoción y respeto de los derechos humanos, igualdad y no discriminación, el respeto al derecho a la información, y las correspondientes obligaciones en materia de transparencia.

Dentro de las acciones plasmadas en el documento antes mencionado se encuentra las relativas a la difusión en medios de comunicación de mensajes y la generación y distribución de contenido que será proporcionado en el formato que corresponda a cada medio de comunicación para tales efectos.

CUARTO. Motivos para la emisión del Acuerdo. Desde el pasado 05 de septiembre de 2023, el instituto se encuentra realizando las tareas tendientes a la preparación de los trabajos relativos al Proceso Electoral Local, 2023-2024, donde se elegirán cargos de Ayuntamientos y Diputaciones para el Estado de Michoacán de Ocampo, lo que representa un reto importante para éste.

Por su parte, la **Estrategia Integral de Difusión y posicionamiento del Instituto Electoral de Michoacán para el Proceso Electoral Local 2023-2024**, los instrumentos y acciones que en materia de difusión y Comunicación Social, que se emplearán para promover el llamado al voto y fomentar la participación ciudadana, buscan fortalecer la imagen institucional, así como implementar campañas que incentiven la participación de la ciudadanía mediante la difusión de mensajes relativos a las materias de cultura cívica,



ACUERDO No. IEM-JEE-06/2024

valores democráticos y participación ciudadana, bajo una perspectiva de género, interculturalidad y con enfoque incluyente.

Con el objeto de dar cumplimiento a la normativa electoral bajo los estándares de calidad y prestigio que cuenta el Instituto y por tanto el logro satisfactorio de los objetivos que se desprenden de la estrategia en comento, se requiere la previsión de los mecanismos, procedimientos y acciones en concreto que lo permitan.

Para lo cual, la determinación en condiciones de igualdad, objetividad, imparcialidad y con enfoque inclusivo, de los medios en que se apoyará la articulación de la estrategia de comunicación social, constituye un paso esencial.

Es por ello que se considera pertinente definir y adoptar una metodología con criterios claros y objetivos basados en las mejores prácticas para la contratación de medios de comunicación para la difusión de estrategias de comunicación social del Instituto para Proceso Electoral en mención.

La metodología que se busca adoptar, está enfocada en transparentar y optimizar los recursos con que cuenta el Instituto, bajo los principios de austeridad y racionalidad del gasto, garantizando la información necesaria para el acceso al ejercicio de los derechos de las y los ciudadanos michoacanos.

De ahí que, lo que se busca atender en particular es, por un lado, establecer los criterios mínimos que sirvan como punto de partida en la definición de contratación, y por el otro, partiendo de un análisis que observe dichos criterios, definir los medios de comunicación que mejor se adapten a las necesidades y retos que se plantean en la referida estrategia, dentro de su contexto referente a los planes y programas institucionales en materia de comunicación social para este año 2024.

Asimismo, es importante destacar que uno de los compromisos de este Instituto, es el de ser garante del desarrollo de los procesos electorales mediante la transparencia en los resultados electorales, y vigilar los derechos político-electorales de la ciudadanía como es el de votar y ser votado, además de promover la participación activa a través de la cultura política democrática, y generar una ciudadanía informada, por lo que a fin de que puedan ejercer su decisión sobre el sistema de gobierno y sus representantes de una manera responsable, resulta importante que éstos se encuentren informados/as, sobre los temas electorales de trascendencia, sobre todo en vísperas de la próxima jornada electoral que se llevará a cabo en próximo 02 de junio de 2024.

Atento a lo anterior, este Órgano Electoral busca proveer la información necesaria a la ciudadanía de una manera veraz y oportuna, con lo que se busca además de salvaguardar los derechos políticos electorales de los ciudadanos, cumplir con los principios de máxima publicidad y transparencia, los cuales son unos de los ejes rectores de la actividad electoral, labor que se funda en la propagación de información que cumpla además de las planteadas con anterioridad, con las características de utilidad y relevancia social.



QUINTO. Propuesta Metodológica. En este contexto, se considera adecuado que para el proceso de diseño e integración de la propuesta se observen criterios y elementos idóneos que brinden certeza al procedimiento de contratación que nos ocupa, tales como:

1. **Elaboración de un diagnóstico situacional.** Con el objeto de identificar referencias válidas y confiables respecto de la cantidad, características, distribución y permeabilidad de los principales medios de comunicación con influencia en el Estado.

En esta etapa se acude a insumos de acceso público tales como, estudios de tipo estadístico, información y datos históricos en posesión del Instituto, registros en los que se advierta información basada en las experiencias en la materia dentro del Instituto, entre otros.

Lo anterior, con el objeto de revelar las tendencias en torno a los comportamientos sociales respecto a su interacción con los diferentes medios de comunicación a su alcance, la finalidad con que éstos son utilizados y su idoneidad para servir como vehículo de difusión de los contenidos planteados en las estrategias correspondientes.

2. **Ejecución de un análisis con enfoque cuantitativo y cualitativo.** A partir de una visión de conjunto (estatal, regional y local) respecto de la presencia y áreas de influencia de los principales medios de comunicación en el Estado, cuyo perfil y características se acerquen a las necesidades de la estrategia comunicativa que se esté utilizando.
3. Finalmente, y habiéndose delimitado el universo de opciones a considerar, se analizan en lo individual cada una de ellas respecto de las siguientes variables:
 - a) Ubicación o demarcación territorial.
 - b) Orientación de la línea editorial, alcance y penetración del medio;
 - c) Inclusión de la perspectiva de género en su cobertura y difusión, uso de lenguaje incluyente, no sexista ni discriminatorio;
 - d) Formalidad y garantías que brindan en la prestación de sus servicios;
 - e) Experiencias previas -de ser el caso- y consideración de la reputación del medio de comunicación;
 - f) Indicadores de la credibilidad en el desempeño de la labor informativa y de difusión;
 - g) Identificación y consideración de las ventajas que ofrece cada medio para lograr una mayor eficiencia en el gasto a aplicar;
 - h) Las características del público objetivo en cada caso, y;



- i) Los términos y plazos necesarios para el total desarrollo de las campañas de comunicación.

SEXTO. Desarrollo de la metodología, aplicación de criterios y elaboración de propuesta de contratación.

A. Diagnóstico.

El Instituto Electoral de Michoacán, al ser un organismo público autónomo, orientado primordialmente a la organización de los procesos electorales y de participación ciudadana en la entidad, así como la promoción de los valores democráticos, ha enfocado sus esfuerzos en fortalecer la difusión de sus actividades y promocionar el más amplio ejercicio de los derechos de la ciudadanía guiado por los principios democráticos.

Esta difusión es relevante para incentivar la actitud participativa de la ciudadanía, se sustenta en una labor comunicativa orientada a involucrar a las y los ciudadanos con base en estrategias dirigidas a informar de manera eficaz, imparcial, concreta y útil.

Siendo los medios de comunicación social la plataforma propicia para potenciar y articular tales estrategias institucionales de difusión con un alto y positivo impacto.

Teniendo esta claridad en los fines que persiguen las acciones de difusión y comunicación del Instituto, es pertinente realizar el análisis de contexto adecuado, con el fin de determinar la cantidad, orientación, audiencias, objetivo y grado de alcance con que cuentan los medios de comunicación con influencia en las distintas regiones del Estado.

Aspecto para valorar en conjunto con las características de la población a quien se dirigirá cada campaña y las particularidades de los contenidos que se originen desde la Estrategia Institucional.

En ese sentido, las herramientas de difusión, promoción y comunicación social se deberán fortalecer mediante la construcción de sinergias que permitan la interacción de todos los medios de comunicación de que se puede disponer, sin distingo de las características particulares de cada uno.

Para este ejercicio fiscal, las acciones de comunicación social están orientadas a incrementar la confianza de las y los michoacanos hacia el Instituto, resaltando su imparcialidad y transparencia en la organización de procesos electivos, para que se vea reflejada en un incremento de participación ciudadana en las próximas elecciones.



Sobre esta base se ha considerado la evidencia desprendida de la Encuesta Nacional sobre Disponibilidad y Uso de Tecnologías de la Información en los Hogares 2023¹ (ENDUTIH), realizada por el Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI), de la que se resaltan los siguientes resultados:

En 2022 a nivel nacional había 93.1 millones de personas usuarias de internet, lo que representó 83.8 % de la población usuaria de internet de seis años o más se concentró en la zona urbana y 62.3 %, en la rural; de la totalidad de usuarios que tienen acceso a internet, se realizó la división en siete grupos etarios respecto de la usabilidad de esta red informática, en la cual, el bloque con mayor impacto en este rubro fue de 18 a 24 años con el 95.1% de su totalidad; le siguieron los grupos de 12 a 17 y de 25 a 34, con 92.8 y 92.3%, respectivamente, en cuarto lugar, se ubicó el grupo de las y los usuarios de 35 a 44 años, quienes registraron 87.1 por ciento. Con respecto al tipo de uso de internet, en el ámbito urbano, 94.3 % de las personas usuarias lo utilizó para comunicarse, 91.1 % lo usó como forma de entretenimiento y 90.7 %, para buscar información. En el ámbito rural, 91.5 % de las personas utilizó internet para comunicarse; 88.7 %, para acceder a redes sociales y 83.4 %, para buscar información.

Asimismo, la ENDUTIH registró 93.8 millones de personas usuarias de teléfono celular, cifra que equivale al 79.2% de la población de estudio, entre 2019 y 2022, el porcentaje de personas usuarias que se conectó con dispositivos *smartphone* y *smart TV* aumentó de 95.2 a 97.0 % y de 23.1 a 30.4 %, respectivamente, con respecto a las personas usuarias de teléfono celular, según el tipo de equipo utilizado, se observa que la tendencia se mantiene con el incremento en el uso de celular inteligente (*smartphone*), hasta por un incremento de 6.7 puntos porcentuales

Por otro lado, la ENDUTIH estimó que 34.1 millones de hogares cuentan con al menos un televisor, lo que significa que 90.7% del total de hogares tiene uno en casa, los cambios más significativos en los hogares con televisor en comparación con 2021, sucedieron en: Michoacán de Ocampo (90.5 %, con una reducción de 2.5 puntos porcentuales).

De la información anterior se destaca el porcentaje de la población que tiene acceso y utiliza diferentes medios de comunicación, por lo que, resulta necesario para el Instituto realizar acciones tendientes a hacer del conocimiento de los ciudadanos Michoacanos, la información relativa a la próxima Jornada Electoral, por eso es que es de considerarse para tal fin, los diferentes medios de comunicación ya mencionados.

B. Aspectos relevantes para la ejecución de La Estrategia de Difusión y Posicionamiento Institucional para el Proceso Electoral Ordinario Local 2023-2024

De acuerdo con lo establecido en la Estrategia Integral de Difusión, que plantea la necesidad de alcanzar una penetración de profundo alcance en todos y cada uno de los

¹. <https://www.ift.org.mx/comunicacion-y-medios/comunicados-ift/es/encuesta-nacional-sobre-disponibilidad-y-uso-de-tecnologias-de-la-informacion-en-los-hogares-endutih-0>



municipios y demarcaciones distritales electorales del Estado, se considera que en un primer momento deberá priorizarse la integración de medios de comunicación regionales y locales, con el objetivo de garantizar el oportuno alcance de la información electoral.

Para ello se toma en consideración que de acuerdo con la información vertida por el INEGI, en Michoacán hay 8,423 localidades rurales y 221 urbanas², algunas de estas comunidades se encuentran en una brecha digital, la cual restringe la cobertura y el acceso a algunos medios de comunicación, por lo que, estratégicamente como opción comunicativa el instituto requiere el servicio de varios medios de comunicación, que abarquen aquellas comunidades que al día de hoy carecen de acceso total de los diferentes medio de comunicación, con lo que se busca reducir las desigualdades entre los diferentes sectores de la población en cuanto al ámbito de la información, fomentar e incentivar la participación democrática y orientar a la ciudadanía para que ejerzan su derecho al voto en del Proceso Electoral Concurrente 2023-2024, por ser esto la base principal para acceder a la democracia y soberanía interna del país.

C. Análisis y valoración cualitativa y cuantitativa.

A partir de los datos obtenidos en el Diagnóstico que antecede, se hicieron las siguientes valoraciones:

De acuerdo con estimaciones compartidas por algunos medios de comunicación, para los medios impresos, como los periódicos y revistas, su principal público son personas de entre los 40 y 65 años, aunque también en menor cantidad tienen lectores de otros rangos de edad (30 a 40 años y 65 a más), aunque derivado de la contingencia sanitaria ocasionada por el SARV-COV2, la venta de periódicos y revistas en formato físico disminuyó, incluso algunos medios dejaron de imprimir y se enfocaron en los canales digitales.

Asimismo, los canales multimedia juegan un papel importante, ya que el auge de las Tecnologías de la Información y Comunicación aumenta el impacto de la información difundida, al permitir que sus contenidos lleguen a más personas apoyándose en las plataformas de redes sociales virtuales y páginas web, cuya principal virtud es que el contenido permanece por mucho tiempo y puede ser visto por tantas personas como sea posible.

En cuanto a los medios de comunicación digitales, su público principal son personas adultas y adultas jóvenes, y se caracterizan por la agilidad e inmediatez con que presentan y propagan información, lo que permite alcanzar un mayor rango de audiencias.

Sin embargo, la gran diversidad y variedad de contenidos y la facilidad para propagar información errónea o no verificada, puede provocar que alguna de las publicaciones en dichos medios pase desapercibidas, por lo cual, también se deben contemplar medidas de control y otros aspectos técnicos.

² FUENTE: INEGI. Censo de Población y Vivienda 2020



La calidad de la información, imparcialidad y especialización entendida como la existencia de espacios dedicados a los temas de democracia y participación ciudadana, así como el resultado de experiencias previas en el manejo, presentación y difusión de dicha temática, son aspectos a considerar al momento de elegir los canales de difusión.

Consideraciones a partir de las cuales se ha generado el listado de medios de esta propuesta, observando las variables contenidas en los criterios cualitativos y cuantitativos desglosados en el apartado tres del Considerando Cuarto que antecede; mismos que han sido ponderados con base en la evidencia e información disponible en cada uno de los casos, como a continuación se muestra.

A partir de ello, se procedió a la investigación y recopilación de información soporte para la integración del registro individual actualizado por cada medio de comunicación, ello con el objeto de poder discernir claramente, entre las características, potencialidades, costos y ventajas de cada medio, con base en los criterios contenidos en la metodología antes descrita, como lo establecido en el numeral tres del considerando Cuarto ya referido, y ponderando la ubicación geográfica derivado de la división de contratación por las etapas también antes mencionadas.

la siguiente sistematización y agrupamiento de las opciones valoradas conforme a los criterios y metodología adoptados, operaciones cuyo resultado se condensa en la siguiente tabla de resumen:

Tabla 1. Medios que cumplen con las condiciones mínimas requeridas para la adecuada ejecución del Plan Institucional de Comunicación Social.



ACUERDO No. IEM-JEE-06/2024

Criterios Medios Globales y Estatales ³							
No.	Medio	a)	b), i)	f), h)	c)	d), e)	g)
		Demarcación Territorial	Afinidad temática	Alcance, penetración e interacción	Perspectiva de género y no discriminación	Experiencia previa IEM	Multiplataforma
GRUPO A							
1	Quadratin	x	x	x	x	x	x
2	La Voz de Michoacán	x	x	x	x	x	x
3	Grupo Marmor		x	x	x	x	x
4	Publimetro		x	x	x	x	x
5	El Sol de Morelia		x	x	x	x	x
6	El ABC	x	x	x	x	x	x
7	Radio Ranchito	x	x	x	x	x	x
8	Cadena Rasa	x	x	x	x		
9	La Zeta	x	x	x	x	x	
10	Grupo Radiofónico Michoacán	x	x	x	x	x	
11	Postdata news	x	x	x	x	x	x
12	Vox Fm	x	x	x	x	x	x
13	Radio Tele	x	x	x	x	x	x
14	Cb Televisión	x	x	x	x	x	x
15	Metapolítica	x	x	x	x	x	x
16	Mi Morelia	x	x	x	x	x	x
17	Acueducto Online	x	x	x	x	x	x
18	Primera Plana	x	x	x	x	x	x
19	Changonga	x	x	x	x		
20	Canal 6 Media Group		x	x	x		x
21	Noventa Grados	x	x	x	x		x
22	La Página Noticias	x	x	x	x	x	x

³ Se señalan el concepto o categoría de la valoración, así como el criterio o criterios de la metodología con que se relaciona.



ACUERDO No. IEM-JEE-06/2024

Criterios Medios Globales y Estatales ³							
No.	Medio	a)	b), i)	f), h)	c)	d), e)	g)
		Demarcación Territorial	Afinidad temática	Alcance, penetración e interacción	Perspectiva de género y no discriminación	Experiencia previa IEM	Multiplataforma
23	Red 113 Michoacán	x	x		x	x	x
GRUPO B (2 meses)							
24	Gráfica Nacional - Vilchez	x	x			x	
25	Jorge Hidalgo	x				x	
26	Zona Michoacán						
27	Periódico 639	x	x	x	x	x	
28	Fuego en la noticia	x	x	x	x		x
29	Rafa Tena	x	x		x	x	x
30	Ignacio Martínez	x	x	x	x		x
31	Exeni Noticias	x		x		x	x
32	Amanda Corresponsal Excelsior	x	x	x	x		x
33	Víctor Americano	x	x	x	x		x
34	América Juárez	x	x				x
35	Molinero Vial	x	x	x	x		x
36	ACG Noticias	x	x		x	x	x
37	Con Lupa	x		x		x	x
38	Representantes Michoacán	x	x				x
39	Frecuencia Multimedia	x		x		x	
40	Nuevo tiempo Michoacán					x	x



ACUERDO No. IEM-JEE-06/2024

Criterios Medios Regionales y Locales ⁴							
No.	Medio	a)	b), i)	f), h)	c)	d), e)	g)
		Demarcación Territorial	Afinidad temática	Alcance, penetración e interacción	Perspectiva de género y no discriminación	Experiencia previa IEM	Multiplataforma
1	La Pura Ley / Meseta y Ciénega	x	x	x	x	x	x
2	Encuentro / Puruándiro	x			x		x
3	Central Informativa / Paracho	x		x	x		
4	NTS Noticias / Pátzcuaro						
5	El Independiente / Zamora	x	x		x	x	
6	Ecos de La Meceta / Paracho	x	x		x	x	
7	Enrique Karrum / Pátzcuaro	x		x	x		
8	Aquí y Ahora / Zamora	x	x	x	x	x	x
9	Digital 3.0 / Zacapu	x	x	x	x	x	
10	La Z Zacapu (Maxi Star) / Zacapu	x	x	x	x		x
11	La Crónica / Ciudad Hidalgo	x	x	x	x		x
12	El Clarín / Ciudad Hidalgo	x		x	x	x	x
13	Así es la Noticia / Lázaro Cárdenas	x			x		x
14	Notiram / Zitácuaro	x		x	x		
15	Red Michoacán News / Pátzcuaro	x	x	x	x	x	
16	Salud Martínez / Apatzingán	x			x		
17	Monarca Tv / Ciudad Hidalgo	x			x		
18	Gente del Balsas / Lázaro Cárdenas	x	x		x		
19	Expresión / Pátzcuaro	x			x		x
20	El día Michoacán / Apatzingán	x	x		x		
21	RadioLa Ke Buena (XEGQ) / Quiroga	x			x		x

⁴ Se señalan el concepto o categoría de la valoración, así como el criterio o criterios de la metodología con que se relaciona.



MICHOACÁN

ACUERDO No. IEM-JEE-06/2024

Criterios Medios Regionales y Locales ⁴							
No.	Medio	a)	b), i)	f), h)	c)	d), e)	g)
		Demarcación Territorial	Afinidad temática	Alcance, penetración e interacción	Perspectiva de género y no discriminación	Experiencia previa IEM	Multiplataforma
22	El Regional / Apatzingán	x	x		x		
23	Ptz Noticias / Pátzcuaro	x			x		

De las tablas anteriores se desprende que son 73 medios de comunicación analizados.

D. Propuesta resultante de la valoración.

A partir del análisis realizado en párrafos anteriores, se han seleccionado las opciones que se consideran más viables, procediéndose a verificar su correspondencia con la zonificación, focalización de audiencias y necesidades de los componentes de la estrategia, como parte de la metodología y criterios adoptados, para con ello lograr una cobertura uniforme que incluya a todos los sectores de la sociedad sin distinción de su lugar de residencia; el listado que se muestra se integra con medios de comunicación del interior del Estado, agrupados según las ventajas que cada uno ha de aportar, tanto en la adecuada ejecución de la Estrategia y el Plan Institucional, así como, en la maximización del beneficio esperado en términos de cobertura, y quien aporta una mayor economía para el Instituto.

Asimismo, derivado de la implementación de las etapas de difusión para garantizar el cumplimiento de los objetivos planteados en las estrategias y de transmisión respecto de la demarcación territorial que abarcan, se realizó la división en dos grupos de medios de comunicación, siendo estos: los Globales y Estatales que son aquellos medios de mayor alcance dentro del territorio estatal que abarcan diferentes Municipios y comunidades; y los los Regionales y locales los cuales su ámbito de información es una área más limitada, los cuales se toman en consideración por la necesidad de que todos los habitantes de cada localidad estén debidamente informados

Por cuanto hace a los términos de contratación, se consideran: el monto asignado para difusión institucional, las características y requerimientos de las campañas que integran la estrategia y la duración de su pauta, con lo que se tiene la posibilidad de contratar a los medios Globales y Estatales del grupo A, y los Regionales y locales del grupo B, por el periodo que comprende de abril a junio de 2024 es decir por tres meses, y en caso de los medios Globales y Estatales del grupo B, por dos meses es decir del 16 de abril al 15 de junio de la presente anualidad .



ACUERDO No. IEM-JEE-06/2024

Asimismo, para estar en posibilidad de materializar las contrataciones de los medios antes descritas lo procedente es aplicar el cálculo de la partida presupuestal a afectarse⁵, destinada a los Convenio con Medios de Comunicación, tomando en consideración el monto de presupuesto aprobado para tal efecto, conforme a lo establecido en el Presupuesto de Egresos del Instituto autorizado por el Congreso del Estado, para el Ejercicio Fiscal 2024.

Es así que, bajo los presentes criterios cualitativos y cuantitativos, para la ejecución de la Estrategia de difusión de la información, se establece que la tarifa de los medios Globales y estatales categoría A será de \$7,000.00 (siete mil pesos 00/100 M.N.) por tres meses; respecto a los medios Globales y estatales categoría B \$4,500.00 (Cuatro mil quinientos pesos 00/100 M.N.), por dos meses; y por lo que ve a los medios regionales y locales será de \$4,500.00 (Cuatro mil quinientos pesos 00/100 M.N.) por un periodo de tres meses, tal y como se describe en la siguiente tabla:

Categoría	Vigencia del contrato	Importe ⁶
Globales Estatales (A)	3 meses	\$7,000.00 (Siete mil pesos 00/100 M.N.) mensuales
Globales Estatales (B)	2 meses	4,500.00 (Cuatro mil quinientos pesos 00/100 M.N.) mensuales
Regionales y locales	3 meses	4,500.00 (Cuatro mil quinientos pesos 00/100 M.N.) mensuales

Por tanto, a partir de la investigación y recopilación de información se pudo discernir claramente, entre las características, potencialidades, costos y ventajas que ofrece cada uno de los 73 medios de comunicación descritos en párrafos anteriores, por lo que se generó un listado de los cuales atendiendo al monto presupuestado se distribuye conforme al cuadro siguiente:

5. Que en el particular es la prevista en el Capítulo 3000, partida 36301 (Convenios de Comunicación).

6. Incluye el monto correspondiente al Impuesto al Valor Agregado (IVA).



ACUERDO No. IEM-JEE-06/2024

MEDIOS GLOBALES Y ESTATALES CATEGORÍA A, CONTRATACIÓN POR 3 MESES DE ABRIL A JUNIO DE 2024

\$7,000.00 (SIETE MIL PESOS 00/100 M.N.) POR MES

No.	Medio	Tipo	Servicio que ofrece	Monto total
1	Quadratin	Digital	Medio digital con sede en Morelia	\$21,000
2	La Voz de Michoacán	Impreso	Medio impreso y digital con sede en Morelia	\$21,000
3	Grupo Marmor	Radio	Grupo radiofónico con sede en Morelia	\$21,000
4	Publimetro	Impreso	Medio digital e impreso con cobertura en Morelia	\$21,000
5	El Sol de Morelia	Impreso/Digital	Medio digital e impreso (semanal) con sede en Morelia	\$21,000
6	El ABC	Impreso	Medio impreso y digital con sede en Uruapan	\$21,000
7	Radio Ranchito	Radio	Estación de radio con sede en Morelia y en Michoacán	\$21,000
8	Cadena Rasa	Radio	Cadena radiofónica con cobertura en Michoacán	\$21,000
9	La Zeta	Radio	Cadena radiofónica con cobertura en gran parte del estado de Michoacán	\$21,000
10	Grupo Radiofónico Michoacán	Radio	Cadena radiofónica con cobertura en Michoacán	\$21,000
11	Post Data	Radio	Cadena radiofónica con cobertura en gran parte del estado de Michoacán	\$21,000
12	Vox Fm	Radio	Emisora de radio con cobertura en Michoacán	\$21,000
13	Radio Tele	Radio	Empresa productora de medios y radiodifusión con cobertura en Michoacán	\$21,000
14	Cb Televisión	Televisión	Canal de televisión con cobertura en Michoacán	\$21,000
15	Metapolítica	Digital	Medio informativo digital con sede en Morelia enfocado en temas político-electorales	\$21,000
16	Mi Morelia	Digital	Plataforma multimedia con temática diversa con gran alcance en sus plataformas digitales	\$21,000
17	Acueducto Online	Digital	Plataforma multimedia con diversidad en la cobertura de temas y con presencia en programas de entrevista en el SMRYTV	\$21,000
18	Primera Plana	Digital / Radio	Primera Plana MX es una agencia informativa online nacida en Michoacán, con su matriz en México, cuenta con emisora de radio en la frecuencia 95.3 FM	\$21,000
19	Canal 6 Media Group	Televisión	Medio de comunicación informativo de enfocado en Morelia y municipios aledaños.	\$21,000
20	Noventa Grados	Digital	Plataforma multimedia con temática diversa con gran alcance en sus plataformas digitales con temática principal de seguridad.	\$21,000



ACUERDO No. IEM-JEE-06/2024

MEDIOS GLOBALES Y ESTATALES CATEGORÍA A, CONTRATACIÓN POR 3 MESES DE ABRIL A JUNIO DE 2024				
\$7,000.00 (SIETE MIL PESOS 00/100 M.N.) POR MES				
No.	Medio	Tipo	Servicio que ofrece	Monto total
21	La Página Noticias	Digital	Medio informativo digital especializado en temas político-electorales	\$21,000
22	Changonga	Televisión	Canal de televisión con cobertura en Michoacán	\$21,000
23	RED 113 Michoacán	Portal Web	Plataforma multimedia con temática diversa con gran alcance en sus plataformas digitales con temática principal de seguridad.	\$21,000
TOTAL				\$483,000.00

MEDIOS GLOBALES Y ESTATALES CATEGORÍA B, CONTRATACIÓN POR 2 MESES DE MAYO A JUNIO DE 2024				
\$4,4500.00 (CUATRO MIL QUINIENTOS PESOS 00/100M.N.) POR MES				
No.	Medio	Tipo		Monto
1	Gráfica Nacional - Vilchez	Digital	Medio informativo digital con sede en Morelia	\$9,000
2	Jorge Hidalgo	Digital	Medio informativo digital con sede en Morelia	\$9,000
3	Zona Michoacán	Radio	Medio informativo digital con sede en Morelia y con presencia en diversos programas de radio	\$9,000
4	Periódico 639	Digital	Medio informativo digital e impreso con sede en Morelia.	\$9,000
5	Fuego en la Noticia	Impreso	Medio informativo impreso y digital con sede en Morelia	\$9,000
6	Rafa Tena	Radio	Cadena radiofónica con cobertura en gran parte del estado de Michoacán	\$9,000
7	Ignacio Martínez	Digital	Medio informativo digital con sede en Morelia y enfocado en temas político-electorales.	\$9,000
8	Exeni Noticias	Digital	Plataforma multimedia con temática diversa con gran alcance en sus plataformas digitales con temática principal de seguridad.	\$9,000
9	Amanda Corresponsal Excelsior	Digital	Plataforma multimedia con temática diversa.	\$9,000
10	Víctor Americano	Digital	Plataforma multimedia con temática diversa.	\$9,000
11	América Juárez	Digital	Plataforma multimedia con temática diversa y enfocado a	\$9,000
12	Molinero Vial	Digital/Radio	Reportera con presencia en diversos medios de comunicación.	\$9,000



ACUERDO No. IEM-JEE-06/2024

MEDIOS GLOBALES Y ESTATALES CATEGORÍA B, CONTRATACIÓN POR CONTRATACIÓN POR 2 MESES DE MAYO A JUNIO DE 2024				
\$4,4500.00 (CUATRO MIL QUINIENTOS PESOS 00/100M.N.) POR MES				
No.	Medio	Tipo		Monto
13	ACG Noticias	Digital	Medio informativo digital con sede en Morelia	\$9,000
14	Con Lupa	Radio	Cadena radiofónica con cobertura en gran parte del estado de	\$9,000
15	Representantes Michoacán	Digital	Medio informativo digital con análisis político-electoral	\$9,000
16	Frecuencia Multimedia	Digital	Medio informativo digital con sede en Morelia	\$9,000
17	Cubo noticias	Digital	Medio informativo digital con sede en Morelia	\$9,000
TOTAL				\$ 153,000.00

GRUPO REGIONALES Y LOCALES CONTRATACIÓN POR 3 MESES DE ABRIL A JUNIO DE 2024				
\$4,4500.00 (CUATRO MIL QUINIENTOS PESOS 00/100M.N.) POR MES				
No.	Medio	Tipo		Monto
1	La Pura Ley / Meseta y Ciénega	Radio	Radiodifusora con sede en Pátzcuaro	\$13,500
2	Encuentro / Puruándiro	Digital	Medio digital de la Región de Puruándiro con plataformas digitales	\$13,500
3	Central Informativa / Paracho	Radio	Radio que transmite desde Uruapan y su transmisión en vivo en Internet, a través de su portal online	\$13,500
4	NTS Noticias / Pátzcuaro	Radio	La única estación de radio en Maravatío	\$13,500
5	El Independiente / Zamora	Digital	Periódico digital con sede en Zamora y cuenta con plataforma multimedia.	\$13,500
6	Ecos de La Meceta / Paracho	Radio/Digital	Canal multimedia con sede en Paracho	\$13,500
7	Enrique Karrum / Pátzcuaro	Televisión	Noticiero transmitido de lunes a viernes a las 20 horas en los canales 1151 y 151 de Megacable	\$13,500
8	Aquí y Ahora / Zamora	Radio/Digital	Medio de comunicación digital con sede en Zamora con presencia en la estación de radio La Zamorana 103.9 FM.	\$13,500
9	Digital 3.0 / Zacapu	Digital	Agencia de medios sociales con sede en Zacapu, de las páginas de facebook más seguidas en la región por sus lives que realiza.	\$13,500
10	La Z Zacapu (Maxi Star) / Zacapu	Radio	Radiodifusora con sede en Zacapu	\$13,500



ACUERDO No. IEM-JEE-06/2024

GRUPO REGIONALES Y LOCALES CONTRATACIÓN POR 3 MESES DE ABRIL A JUNIO DE 2024				
\$4,4500.00 (CUATRO MIL QUINIENTOS PESOS 00/100M.N.) POR MES				
No.	Medio	Tipo		Monto
11	La Crónica / Ciudad Hidalgo	Impreso/digital	Medio impreso y digital con sede en Ciudad Hidalgo Sitio Web de Noticias y Medios de Comunicación	\$13,500
12	El Clarín / Ciudad Hidalgo	Impreso/Digital	Medio de comunicación que cubre la región Oriente del estado con sede en Ciudad Hidalgo	\$13,500
13	Así es la Noticia / Lázaro Cárdenas	Radio	Radiodifusora con sede en Lázaro Cárdenas	\$13,500
14	Notiram / Zitácuaro	Radio/Digital	Portal web con sede en Zitácuaro con Programa de radio en la frecuencia 107.1	\$13,500
15	Red Michoacán News	Digital	Medio digital con sede en Uruapan	\$13,500
16	Salud Martínez / Apatzingán	Digital	Página de noticias generales y temas diversos con más de 100 mil seguidores.	\$13,500
17	Monarca Tv / Ciudad Hidalgo	Televisión/Digital	Canal de televisión Canal 44 de Telecable; Canal 31 de Maxicable que comprende la zona oriente del estado. MAXICABLE CANAL 31 DE TELEVISIÓN,	\$13,500
18	Gente del Balsas / Lázaro Cárdenas	Radio	Medio digital de la región de Lázaro Cárdenas y Tierra Caliente.	\$13,500
19	Expresión / Pátzcuaro	Digital	Medio digital de la región de Apatzingán.	\$13,500
20	El día Michoacán / Apatzingán	Digital	Medio digital de la región de Apatzingán.	\$13,500
21	RadioLa Ke Buena (XEGQ) / Quiroga	Radio	Radiodifusora con gran alcance en Zamora enfocada en noticias y contenido musical diverso.	\$13,500
22	El Regional / Apatzingán	Digital	Medio digital con sede en Apatzingán	\$13,500
23	Ptz Noticias / Pátzcuaro	Digital	Medio digital con sede en Apatzingán	\$13,500
TOTAL				\$310,500.00

De las tablas anteriores se desprende que el total de la contratación se los Medios de Comunicación Globales y estatales categoría A, es por la cantidad total de \$483,000.00 (cuatrocientos ochenta y tres mil pesos 00/100 M.N.); respecto a los medios Globales y estatales categoría B \$153,000.00 (ciento cincuenta y tres mil pesos 00/100 M.N.); y por los s medios regionales y locales será de \$310,500.00 (trescientos diez mil quinientos pesos 00/100 M.N.), haciendo un total de \$946.500.00 (novecientos cuarenta y seis mil quinientos pesos 00/100M.N.), monto que no rebasa la cantidad destinada en el Proyecto de Presupuesto 2024, para este rubro, por lo que el Instituto cuenta con suficiencia presupuestal para materializar las contrataciones de los medios de comunicación descritos en párrafos anteriores, por la temporalidad establecida.

Así, las opciones que se presentan agrupadas como antecede, son las que, de acuerdo a los criterios y metodología aplicada, según se explica, resultaron ser las más idóneas para



ACUERDO No. IEM-JEE-06/2024

garantizar el efectivo desarrollo de las campañas institucionales relativas a la estrategia de comunicación social del Instituto para el 2024.

Lo anterior en virtud de ser los medios que aseguran en mayor medida la consecución de los objetivos planteados en la estrategia institucional de comunicación social, sin que se haya dejado de considerar los variados y notables atributos identificados en el resto de las opciones analizadas.

Finalmente, es importante señalar que en el artículo 23 del Reglamento de Adquisiciones, establece que los procedimientos para las adquisiciones, arrendamientos y servicios del Instituto, son: Licitación Pública, Invitación Restringida y Adjudicación Directa, de igual manera, acorde al artículo 15 del mencionado ordenamiento, el comité fija anualmente los montos y rangos conforme a los cuales se llevarán a cabo los procedimientos de compra o contratación, en ese entendido, si bien la partida destinada a la contratación de los medios de comunicación correspondería al procedimiento de Invitación restringida, también lo es que, dadas las necesidades, objetivos y particularidades que se requieren del servicio de comunicación, las contrataciones de estos serán por temporalidades diferentes, y con diferentes medios de comunicación con distintas características, ello con la finalidad de que la información electoral, abarque la mayor parte del territorio estatal incluyendo las comunidades rurales del Estado.

Sin embargo, atendiendo al criterio establecido por el Comité de adquisiciones en el Acuerdo IEM-CA-13/2023, nos encontramos en un supuesto de que se trata de una adquisición que están sujetas a las necesidades de operación mensual de cada área en específico, es decir, que la contratación depende de la solicitud del área de Comunicación Social.

Por tanto, la contratación del servicio de Comunicación social, se realiza de manera individual con diferentes medios de comunicación y no con uno solo, ya que aun y cuando se trate de la misma partida no existe un medio de comunicación que ofrezca al Instituto la cobertura total del territorio estatal, y que atienda la diversidad del público a la que va dirigida, en ese sentido se prioriza proteger y garantizar el derecho fundamental de los ciudadanos a estar informados de manera veraz y oportuna, y ejerzan su voto de manera responsable, consiente, he informada.

Por lo que, a pesar de que el monto destinado al convenio con medios de comunicación social esta dentro del considerado para un procedimiento de invitación restringida, lo cierto es que adquisición no se realiza en una sola exhibición, ni a un solo medio sino que es mensual y a cada uno de los medios de comunicación descritos en párrafos que anteceden, por tanto no entra dentro de dicho supuesto.

Por lo anteriormente expuesto, y con fundamento en los artículos 1, 6, 7, 41 y 134 de la Constitución Federal, en relación con los diversos 98 de la Constitución Local, 29, 36, 38, 39 y demás aplicables del Código Electoral, así como 6, 14, 20, 29 y 30, del Reglamento Interior del Instituto, así como, las Leyes Generales de Comunicación Social; de Transparencia y Acceso a la Información pública, La Ley de Planeación Hacendaria,



Presupuesto, Gasto Público y Contabilidad Gubernamental del Estado de Michoacán, en lo que al caso resulta aplicable, se emite el siguiente:

ACUERDO DE LA JUNTA ESTATAL EJECUTIVA DEL INSTITUTO ELECTORAL DE MICHOACÁN, RELATIVO A LOS TÉRMINOS PARA LA CONTRATACIÓN DE MEDIOS DE COMUNICACIÓN CON COBERTURA ESTATAL, REGIONAL Y LOCAL CON BASE EN CRITERIOS DE CARÁCTER CUANTITATIVO Y CUALITATIVO DURANTE LOS MESES DE ABRIL, MAYO Y JUNIO DE 2024.

PRIMERO. La Junta Estatal Ejecutiva es competente para emitir el presente Acuerdo, de conformidad con lo precisado en el Considerando PRIMERO del presente Acuerdo.

SEGUNDO. Se aprueban los términos de contratación de medios de comunicación social con base en los presentes criterios cualitativos y cuantitativos, para la ejecución de la Estrategia de difusión del Instituto Electoral de Michoacán durante 2024.

TERCERO. El cumplimiento administrativo corresponderá a la Dirección Ejecutiva de Administración Prerrogativas y Partidos Políticos, quien podrá solicitar la coadyuvancia de la Coordinación de Comunicación Social, en la etapa de ejecución en apego a las atribuciones que establece para cada una de ellas la normativa aplicable al caso.

TRANSITORIOS

PRIMERO. El presente Acuerdo entrará en vigor a partir del día de su aprobación.

SEGUNDO. Notifíquese a la Coordinación de Medios de Comunicación de este Instituto.

TERCERO. Publíquese en la página de Internet del Instituto.

El presente Acuerdo fue aprobado por unanimidad de votos , en Sesión Ordinaria de la Junta Estatal Ejecutiva del Instituto Electoral de Michoacán el 7 siete de abril de 2024 dos mil veinticuatro, por votación del Consejero Presidente del Instituto, Maestro Ignacio Hurtado Gómez, de las y los Titulares de las Direcciones Ejecutivas de Administración, Prerrogativas y Partidos Políticos, Maestra Norma Gaspar Flores; Organización Electoral, Licenciado Juan Pedro Gómez Arreola; Educación Cívica y Participación Ciudadana, Maestra Erandi Reyes Pérez Casado; Vinculación y Servicio Profesional Electoral, Licenciado Juan José Moreno Cisneros; ante la Secretaria Ejecutiva y Técnica, Licenciada María de Lourdes Becerra Pérez.



ACUERDO No. IEM-JEE-06/2024

IGNACIO HURTADO GÓMEZ
CONSEJERO PRESIDENTE DEL
INSTITUTO ELECTORAL DE
MICHOACÁN

MARÍA DE LOURDES BECERRA PÉREZ
SECRETARIA EJECUTIVA DEL INSTITUTO
ELECTORAL DE MICHOACÁN Y SECRETARIA
TÉCNICA DE LA JUNTA ESTATAL EJECUTIVA.

NORMA GASPAR FLORES
DIRECTORA EJECUTIVA DE
ADMINISTRACIÓN, PRERROGATIVAS
Y PARTIDOS POLÍTICOS.

JUAN JOSÉ MORENO CISNEROS
DIRECTOR EJECUTIVO DE VINCULACIÓN Y
SERVICIO PROFESIONAL ELECTORAL.

JUAN PEDRO GÓMEZ ARREOLA
DIRECTOR EJECUTIVO DE
ORGANIZACIÓN ELECTORAL.



INSTITUTO ELECTORAL
DE MICHOACÁN

ERANDI REYES PÉREZ CASADO
DIRECTORA EJECUTIVA DE EDUCACIÓN
CÍVICA Y PARTICIPACIÓN CIUDADANA.

La presente hoja de firmas corresponde al Acuerdo identificado como IEM-JEE-06/2024 aprobado por unanimidad de votos, en Sesión Ordinaria de la Junta Estatal Ejecutiva del Instituto Electoral de Michoacán el 07 siete de abril de 2024 dos mil veinticuatro, por votación del Consejero Presidente del Instituto, Maestro Ignacio Hurtado Gómez, de las y los Titulares de las Direcciones Ejecutivas de Administración, Prerrogativas y Partidos Políticos, Maestra Norma Gaspar Flores; Organización Electoral, Licenciado Juan Pedro Gómez Arreola; Educación Cívica y Participación Ciudadana, Maestra Erandi Reyes Pérez Casado; Vinculación y Servicio Profesional Electoral, Licenciado Juan José Moreno Cisneros; ante la Secretaria Ejecutiva y Técnica, María de Lourdes Becerra Pérez.

EM-4

