



ACUERDO No. IEM-JEE-20/2025

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 Y REGIONAL, CON BASE EN CRITERIOS DE CARÁCTER CUANTITATIVO Y CUALITATIVO DURANTE EL PERIODO DEL 20 DE OCTUBRE AL 19 DE DICIEMBRE DE 2025.

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. Aprobación del proyecto de presupuesto 2025. En Sesión Extraordinaria Urgente de 15 quince de noviembre de 2024 dos mil veinticuatro, el Consejo General aprobó el Acuerdo IEM-CG-301/2024, relativo al Proyecto de Presupuesto del Instituto para el ejercicio 2025 dos mil veinticinco, por la cantidad de **\$472,179,656.03 (cuatrocientos setenta y dos millones ciento setenta y nueve mil seiscientos cincuenta y seis pesos 03/100 M.N.)**, desglosado de la siguiente manera:



ACUERDO No. IEM-JEE-20/2025

PROYECTO DE PRESUPUESTO 2025

Capítulo	Concepto	Total
1000	SERVICIOS PERSONALES	127,181,578.91
2000	MATERIALES Y SUMINISTROS	9,816,596.13
3000	SERVICIOS GENERALES	31,047,761.37
5000	BIENES MUEBLES, INMUEBLES E INTANGIBLES	296,602.22
6000	INVERSIÓN PÚBLICA	1,500,000.00
TOTAL GASTO OPERATIVO		\$169,842,538.63
4000	TRANSFERENCIAS, ASIGNACIONES, SUBSIDIOS Y OTROS	302,337,117.40
Proyecto de Presupuesto		\$472,179,656.03

SEGUNDO. Aprobación del Anteproyecto del Programa Anual de Adquisiciones 2025. En Sesión Ordinaria celebrada el 31 treinta y uno de octubre de 2024 dos mil veinticuatro, el Comité aprobó el Acuerdo IEM-CA-10/2024, relativo al Anteproyecto de Programa Anual de Adquisiciones del Instituto para el Ejercicio 2025 dos mil veinticinco.

TERCERO. Aprobación del presupuesto 2025. El 15 quince de diciembre de 2024 dos mil veinticuatro, el Congreso del Estado de Michoacán de Ocampo aprobó el Decreto Número 114¹ que contiene el Presupuesto de Egresos del Gobierno del Estado de Michoacán de Ocampo para el Ejercicio Fiscal 2025 dos mil veinticinco, en el que asignó para el Instituto la cantidad de **\$475,592,428.00 (cuatrocientos setenta y cinco millones quinientos noventa y dos mil cuatrocientos veintiocho pesos 00/100 M.N.)**, el cual fue publicado en el Periódico Oficial del Gobierno Constitucional del Estado de Michoacán de Ocampo el 16 de diciembre de la misma anualidad.

CUARTO. Ajuste presupuestal. El 29 veintinueve de enero de 2025 dos mil veinticinco, el Consejo General aprobó el Acuerdo IEM-CG-09/2025, relativo al ajuste del presupuesto del Instituto correspondiente al Ejercicio Fiscal 2025 dos mil veinticinco, con motivo del aumento determinado por el Congreso del Estado de Michoacán de Ocampo.

En dicho Acuerdo, el Consejo General determinó hacer el ajuste del aumento por **\$3,412,771.97 (tres millones cuatrocientos doce mil setecientos setenta y un**

¹ Consultable en la dirección electrónica chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/http://congresomich.gob.mx/file/LXXVIDECRETOLE GISLATIVO-114.pdf



ACUERDO No. IEM-JEE-20/2025

pesos 97/100 M.N.), en el Capítulo 3000, quedando con una suficiencia de \$34,460,533.34, (treinta y cuatro millones cuatrocientos sesenta mil quinientos treinta y tres pesos 34/100), por lo que respecta a los Capítulos 1000, 2000, 3000, 4000, 5000 y 6000, no sufrieron ajustes quedando igual que en proyecto de presupuesto, de la manera siguiente:

PROYECTO DE PRESUPUESTO 2025

CAPÍTULO	CONCEPTO	TOTAL
1000	SERVICIOS PERSONALES	127,181,578.91
2000	MATERIALES Y SUMINISTROS	9,816,596.13
3000	SERVICIOS GENERALES	34,460,533.34
5000	BIENES MUEBLES, INMUEBLES E INTANGIBLES	296,602.22
6000	INVERSIÓN PÚBLICA	1,500,000.00
TOTAL GASTO OPERATIVO		\$173,255,310.60
4000	TRANSFERENCIAS, ASIGNACIONES, SUBSIDIOS Y OTROS	302,337,117.40
Proyecto de Presupuesto		\$475,592,428.00

QUINTO. Aprobación del ajuste al Anteproyecto del Programa Anual de Adquisiciones 2025. En Sesión Extraordinaria Urgente celebrada el 30 treinta de enero de 2025 dos mil veinticinco, el Comité aprobó el Acuerdo IEM-CA-06/2025, relativo al ajuste del Anteproyecto de Programa Anual de Adquisiciones del Instituto para el Ejercicio 2025 dos mil veinticinco.

SEXTO. 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.

SÉPTIMO. 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 2025 dos mil veinticinco, 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. De conformidad con lo dispuesto en los artículos 2, 41, Base V, apartado C, y 116, fracción IV, incisos b) y c), de la Constitución General; 98, numerales 1 y 2, de la Ley General; 98 de la Constitución Local en relación con los numerales 29, 32, apartados A, fracción III y apartado B,



ACUERDO No. IEM-JEE-20/2025

fracción III del 330, 358 y 367 del Código Electoral, 2, 10 y 73 de la Ley de Mecanismos y Participación Ciudadana del Estado de Michoacán de Ocampo; y, 84 y 117 de la Ley Orgánica Municipal del Estado de Michoacán de Ocampo. Se dispone 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, a quien le compete también la organización, desarrollo y cómputo de la elección de personas juzgadoras, así como organizar los mecanismos de participación ciudadana que le correspondan y llevar a cabo los procesos de consulta previa, libre e informada a las comunidades indígenas del Estado de Michoacán que así lo soliciten, en las que determinen si desean autogobernarse y administrar los recursos presupuestales de manera directa y autónoma, garantizando la observancia de los principios de certeza, legalidad, independencia, imparcialidad, máxima publicidad y objetividad, así como la paridad de género.

Por lo que el Instituto tiene constitucionalmente encomendado ejercer funciones en las siguientes materias: Derechos y el acceso a las prerrogativas de los candidatos y partidos políticos; Educación cívica; Preparación de la Jornada Electoral; Impresión de documentos y la producción de materiales electorales; Escrutinios y cómputos en los términos que señale la ley; Declaración de validez y el otorgamiento de constancias en las elecciones locales; Cómputo de la elección del titular del poder ejecutivo; Resultados preliminares; encuestas o sondeos de opinión; observación electoral, y conteos rápidos, Organización, desarrollo, cómputo y declaración de resultados en los mecanismos de participación ciudadana que prevea la legislación local.

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.



MICHOACÁN



ACUERDO No. IEM-JEE-20/2025

TERCERO. Disposiciones normativas respecto a la difusión de propaganda institucional. Conforme al artículo 134 de la Constitución Federal, 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.

Por su parte los numerales 2, 4, 5, 8, 9 y 12, de 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;
 - 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



ACUERDO No. IEM-JEE-20/2025

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. Cumplir con las obligaciones que en materia electoral establezca la legislación aplicable
- IV. Difundir las lenguas nacionales y el patrimonio histórico de la Nación; comunicar programas y actuaciones públicas.

Y se 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, preservación y difusión de los valores democráticos y la participación ciudadana, entre otras funciones que deberá ejercer con apego a los principios de imparcialidad, legalidad, objetividad, certeza, honestidad, profesionalismo, exhaustividad y transparencia, con el propósito de que la población intervenga en los asuntos públicos de la entidad federativa y de su comunidad.



ACUERDO No. IEM-JEE-20/2025

En ese orden de ideas, dentro de la estructura orgánica del Instituto, en los numerales del 29 al 30 Ter del Reglamento Interior, se contempla a la Coordinación de Comunicación Social, la cual entre otras atribuciones tiene 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.

Siendo 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.

CUARTO. Contratación de medios de comunicación con cobertura estatal y regional. Conforme a lo anterior, desde inicios del año 2025, el Instituto Electoral de Michoacán ha venido desarrollando de manera sistemática diversas acciones de difusión y posicionamiento de la imagen institucional, con el objetivo de dar a conocer a la ciudadanía las tareas, atribuciones y funciones que corresponden a su naturaleza como organismo público electoral de carácter administrativo en el estado.

En este contexto, se ha identificado la necesidad de fortalecer la estrategia de comunicación institucional mediante la contratación de espacios en medios de comunicación que permitan garantizar la máxima publicidad de las actividades sustantivas del Instituto, asegurar el acceso oportuno a la información pública de relevancia electoral y consolidar la cercanía con la sociedad michoacana.

Asimismo, estas acciones responden al principio de transparencia y a la obligación de difundir de manera clara, veraz y accesible las decisiones, acuerdos y programas que implementa el Instituto, contribuyendo con ello al fortalecimiento de la confianza ciudadana en las instituciones electorales locales y al ejercicio de los derechos político-electorales de la ciudadanía.

Por su parte, derivado de los trabajos de análisis y discusión en torno a la elaboración de una reciente reforma electoral que contempla la modificación del sistema nacional electoral, en la que se incluye la posible eliminación de las



ACUERDO No. IEM-JEE-20/2025

autoridades administrativas electorales en los estados, resulta importante señalar la necesidad de reforzar la estrategia de comunicación institucional.

Lo anterior con el propósito de difundir de manera amplia y oportuna las funciones, atribuciones y aportaciones que lleva a cabo este Instituto, particularmente aquellas acciones relevantes que han contribuido a la construcción y fortalecimiento de la democracia en Michoacán.

En este sentido, se busca visibilizar ante la ciudadanía el papel sustantivo que desempeña el Instituto tanto en la organización de elecciones locales de los poderes Ejecutivo Legislativo y ahora el Judicial, como en los procesos de los mecanismos de participación ciudadana que establece la Ley de Mecanismos de Participación Ciudadana del Estado y sobre todo en la atención y acompañamiento a comunidades y pueblos originarios en los procesos de consulta, la promoción de la cultura cívica y democrática, la implementación de programas de educación ciudadana, así como la garantía de principios fundamentales como la equidad, inclusión, transparencia y certeza en los procesos electorales.

Por lo que la ciudadanía tiene el derecho inalienable a estar debidamente informada a efecto de tomar una participación en la vida pública del Estado suficientemente razonadas y motivadas, por lo es de vital relevancia para este Instituto la difusión pública, oportuna, amplia y adecuada de las actividades que desarrolla y que de manera relevante impactan en la organización social y política de la ciudadanía michoacana.

Por lo que, a efecto de que este Instituto cumpla a cabalidad con las atribuciones constitucionales y legales encomendadas se estima pertinente el acompañamiento de los medios de comunicación, bajo una metodología que garantice imparcialidad y objetividad en su selección.

La determinación, en condiciones de igualdad, objetividad, imparcialidad y con un enfoque inclusivo, de los medios de comunicación a través de los cuales se articulará la estrategia de difusión institucional, constituye un paso esencial para asegurar la transparencia en la gestión de recursos, la eficacia en la cobertura de mensajes y la pluralidad de voces en la comunicación social del Instituto.

En este sentido, la contratación de espacios en medios busca no solo dar cumplimiento a los principios rectores de la función electoral, sino también fortalecer la confianza ciudadana mediante la difusión equitativa y accesible de la información relevante para la vida democrática y participativa en el estado.

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.



ACUERDO No. IEM-JEE-20/2025

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 cierre de año.

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 y regional) 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.



ACUERDO No. IEM-JEE-20/2025

- 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 los términos de contratación de los medios de comunicación.

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.



ACUERDO No. IEM-JEE-20/2025

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 distinción 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 y de los mecanismos de participación ciudadana, así como la participación en los procesos de consulta a las comunidades, para que se vea reflejada en un incremento de participación ciudadana en cada una de las formas en que la ciudadanía puede mediante el sufragio tomar una determinación en la vida de democrática del Estado. Sobre esta base, se ha considerado la evidencia más reciente proporcionada por la **Encuesta Nacional sobre Disponibilidad y uso de la Información en los Hogares (ENDUTIH) 2025²**, realizada por el INEGI, de la que se resaltan los siguientes resultados:

ENCUESTA NACIONAL SOBRE DISPONIBILIDAD Y USO DE LA INFORMACIÓN EN LOS HOGARES (ENDUTIH)

En 2024, 100.2 millones de personas utilizaron internet en México, lo que equivale al 83.1 % de la población de 6 años o más.

Del total de usuarios, el uso de internet por ámbito geográfico revela que el 86.9 % corresponde al ámbito urbano, en tanto que en el ámbito rural se sitúa en 68.5 %, marcando una brecha que aún persiste entre zonas urbanas y rurales.

Además, se identificó que 73.6 % de los hogares contaban con acceso a internet en 2024, es decir, 28.8 millones de hogares conectados, lo que representa un incremento respecto al año anterior.

Respecto a los dispositivos y modalidades de conexión, se observa que el teléfono inteligente (smartphone) es el medio predominante para conectarse, utilizado por 97.2 % de los usuarios de internet.

Otro dato relevante es la participación de televisores inteligentes (Smart TV) como plataforma de conectividad, con un porcentaje del 43.6 % entre quienes se conectan.

²https://www.inegi.org.mx/contenidos/saladeprensa/boletines/2025/endutih/ENDUTIH_24_RR.pdf



ACUERDO No. IEM-JEE-20/2025

En cuanto a los fines de uso del servicio de internet entre los usuarios, los principales son:

- Comunicación: 93.0 % de los usuarios lo utilizó para enviar y recibir mensajes u otras formas de interacción digital.
- Redes sociales: 90.4 % accedió a plataformas sociales.
- Entretenimiento: 89.0 % utilizó internet para actividades recreativas o audiovisuales.
- Búsqueda de información: 88.2 % lo empleó para consultar datos, noticias y otros contenidos informativos.
- Apoyo educativo: 81.3 % lo utilizó para actividades de capacitación o formación.

De la información anterior se desprende que una proporción muy significativa de la población en México tiene acceso y hace uso activo de medios digitales para informarse, comunicarse y entretenerse.

Por ello, para el caso de Michoacán y en el marco de las próximas acciones de difusión, resulta esencial que el Instituto integre una estrategia de difusión que aproveche estos medios digitales y tradicionales —ya los mencionados— con la finalidad de garantizar que la información electoral llegue de manera veraz, oportuna e inclusiva al mayor número posible de personas en todo el territorio estatal, incluyendo zonas rurales y comunidades con menor acceso digital.

B. Aspectos relevantes para la ejecución de la estrategia de difusión y posicionamiento institucional.

Para este Instituto es de vital importancia la efectividad de la difusión de la información que pretende este Instituto se haga del conocimiento de la ciudadanía en todos y cada uno de los 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.

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 diversos medios de comunicación, los medios impresos, como periódicos y revistas, tienen como público principal a personas de entre 40 y 65 años, aunque también registran lectoría entre otros rangos etarios (de 30 a 40 años y 65 años o más). No obstante, derivado de la contingencia sanitaria ocasionada por el virus SARS-CoV-2, la venta de ejemplares



ACUERDO No. IEM-JEE-20/2025

impresos disminuyó considerablemente, motivo por el cual diversos medios optaron por migrar hacia formatos digitales y fortalecer su presencia en plataformas virtuales.

En este contexto, los canales multimedia juegan un papel relevante, ya que el auge de las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC) ha incrementado el impacto y alcance de la información difundida. Estas plataformas permiten que los contenidos lleguen a una audiencia más amplia mediante redes sociales, portales web y páginas informativas, cuya principal ventaja radica en la permanencia y accesibilidad prolongada del contenido, el cual puede ser consultado en cualquier momento y por un número indefinido de personas.

En cuanto a los medios digitales, su público principal está conformado por personas adultas y adultas jóvenes, quienes valoran la agilidad e inmediatez con la que se presentan y difunden los mensajes, lo que permite ampliar los rangos de audiencia y fortalecer la interacción con los contenidos informativos.

Sin embargo, la amplia diversidad de plataformas y la facilidad para difundir información no verificada o imprecisa pueden derivar en publicaciones que pierdan visibilidad o credibilidad. Por ello, resulta necesario contemplar mecanismos de verificación, control y validación de fuentes, así como criterios técnicos que aseguren la veracidad y calidad de los mensajes difundidos.

La calidad de la información, imparcialidad y especialización temática, entendida esta última como la existencia de espacios dedicados a temas de democracia, participación ciudadana y educación cívica, junto con la experiencia comprobada en la cobertura y difusión de contenidos institucionales, constituyen factores determinantes al momento de seleccionar los canales de comunicación.

En ese sentido, a mayor calidad y especialización en los contenidos, mayor será la confiabilidad y penetración del mensaje, lo cual se refleja en el número de seguidores, nivel de interacción y alcance efectivo de las audiencias.

Con base en estas consideraciones, se elaboró el listado de medios de comunicación propuestos, observando las variables contenidas en los criterios cualitativos y cuantitativos descritos. Dichos criterios fueron ponderados conforme a la evidencia e información disponible sobre cada medio, conforme se detalla a continuación.

En principio, y siguiendo la metodología señalada, se integraron los expedientes individuales de cada medio de comunicación, levantando cédulas analíticas específicas para cada caso. Posteriormente, se llevó a cabo un proceso de investigación, verificación y recopilación de información soporte, con el propósito de



ACUERDO No. IEM-JEE-20/2025

contar con un registro actualizado de cada medio, que permitiera identificar sus características, potencialidades, cobertura, costos y ventajas competitivas.

Dicho análisis se efectuó con base en los criterios metodológicos previamente establecidos, ponderando también la ubicación geográfica de los medios y la división por etapas de contratación antes señaladas, con el fin de asegurar una cobertura informativa amplia, plural y representativa del territorio estatal.

Fue así que, a fin de contar con un mínimo estandarizado de datos para evaluación por cada opción, se dispuso un formulario en línea como vía de recepción de información adicional y actualizada, para la debida continuidad del procedimiento. Información que se integró a las cédulas correspondientes y a la que se sumó la valoración de los elementos que obran en la Coordinación.

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.

Criterios Medios 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	Quadratín	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

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-20/2025

Criterios Medios 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
7	Post Data	x	x	x	x	x	x
8	Vox Fm	x	x	x	x		
9	Exa	x	x	x	x	x	
10	Metapolítica	x	x	x	x	x	x
11	Mi Morelia	x	x	x	x	x	x
12	Acueducto Online	x	x	x	x	x	x
13	Canal 6 Media Group	x	x	x	x	x	x
14	Noventa Grados	x	x	x	x	x	x
15	La Página Noticias	x	x	x	x	x	x

Criterios Medios Regionales 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	Gráfica Nacional - Vilchez	x	x			x	
2	Jorge Hidalgo	x				x	
3	CLC Comunica	x	x	x	x	x	
4	Fuego en la Noticia	x	x	x	x		x
5	Exení Noticias	x	x	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.



ACUERDO No. IEM-JEE-20/2025

Criterios Medios Regionales 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
6	Amanda Corresponsal	x		x		x	x
7	Víctor Americano	x	x	x	x		x
8	América Juárez	x	x	x	x		x
9	ACG Noticias	x	x				x
10	Con Lupa	x	x		x	x	x
11	Humberto Castillo	x		x		x	x
12	Quorum	x		x		x	
13	Madero 69	x	x				x
14	Central informativa / Paracho	x	x				x
15	Cubo noticias-	x	x		x	x	x
16	El Independiente / Zamora	x	x				x
17	Ecos de La Meceta / Paracho	x	x	x	x		x
18	Michoacán imparcial	x	x		x	x	x
19	El Diario Visión / Uruapan	x	x				x
20	Aquí y Ahora / Zamora	x	x	x	x		x
21	Tenencias Morelia	x	x		x	x	x
22	La Crónica / Ciudad Hidalgo	x	x	x	x		x
23	El Clarín / Ciudad Hidalgo	x	x				x
24	Así es la Noticia / Lázaro Cárdenas	x	x	x	x		x
25	Notiram / Zitácuaro	x	x				x
26	Red Michoacán News	x	x	x	x		x



ACUERDO No. IEM-JEE-20/2025

Criterios Medios Regionales 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
27	Salud Martínez / Apatzingán	x	x		x	x	x
28	Regla de 3	x	x	x	x		x

De las tablas anteriores se desprende que son 43 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 estatales y regionales que son aquellos medios de mayor alcance dentro del territorio estatal que abarcan gran parte del estado; y los Regionales, 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 región 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 estatales del grupo A, así como los regionales del grupo B,



ACUERDO No. IEM-JEE-20/2025

por el periodo que comprende del 20 veinte de octubre al 19 diecinueve de diciembre de 2025 dos mil veinticinco es decir por dos meses.

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 2025 dos mil veinticinco.

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 estatales la categoría A será de \$7,500.00 (siete mil quinientos pesos 00/100 M.N.) por mes; respecto a los medios regionales categoría B \$4,500.00 (cuatro mil quinientos pesos 00/100 M.N.), por mes tal y como se describe en la siguiente tabla:

Categoría	Vigencia del contrato	Importe ⁶
Medios Estatales (A)	2 meses	\$7,500.00 (siete mil quinientos pesos 00/100 M.N.) mensuales
Medios Regionales (B)	2 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 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:

MEDIOS ESTATALES CATEGORÍA A, CONTRATACIÓN DEL 20 DE OCTUBRE AL 19 DE DICIEMBRE DE 2025				
\$7,500.00 (SIETE MIL QUINIENTOS PESOS 00/100 M.N.) POR MES				
No.	Medio	Tipo	Servicio que ofrece	Monto total
1.	Quadratin.	Digital	Medio digital con sede en Morelia.	\$15,000.00

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-20/2025

MEDIOS ESTATALES CATEGORÍA A, CONTRATACIÓN DEL 20 DE OCTUBRE AL 19 DE DICIEMBRE DE 2025

\$7,500.00 (SIETE MIL QUINIENTOS PESOS 00/100 M.N.) POR MES

No.	Medio	Tipo	Servicio que ofrece	Monto total
2.	La Voz de Michoacán	Impreso	Medio impreso y digital con sede en Morelia	\$15,000.00
3.	Publimetro	Impreso	Medio digital e impreso con cobertura en Morelia	\$15,000.00
4.	El Sol de Morelia	Impreso/Digital	Medio digital e impreso (semanal) con sede en Morelia	\$15,000.00
5.	El ABC	Impreso	Medio impreso y digital con sede en Uruapan	\$15,000.00
6.	Post Data	Radio	Cadena radiofónica con cobertura en gran parte del estado de Michoacán	\$15,000.00
7.	Vox Fm	Radio	Emisora de radio con cobertura en Michoacán	\$15,000.00
8.	Cb Televisión	Televisión	Canal de televisión con cobertura en Michoacán	\$15,000.00
9.	Metapolítica	Digital	Medio informativo digital con sede en Morelia enfocado en temas político-electorales	\$15,000.00
10.	Mi Morelia	Digital	Plataforma multimedia con temática diversa con gran alcance en sus plataformas digitales	\$15,000.00
11.	Acueducto Online	Digital	Plataforma multimedia con diversidad en la cobertura de temas y con presencia en	\$15,000.00
12.	Canal 6 Media Group	Televisión	Medio de comunicación informativo de enfocado en Morelia y municipios aledaños.	\$15,000.00
13.	Noventa Grados	Digital	Plataforma multimedia con temática diversa con gran alcance en sus plataformas digitales con	\$15,000.00
14.	La Página Noticias	Digital	Medio informativo digital especializado en temas político-electorales	\$15,000.00
15.	Zona Michoacán	Digital / Radio	Plataforma multimedia con diversidad en la cobertura de temas y con presencia en	\$15,000.00
TOTAL				\$225,000.00

MEDIOS REGIONALES CATEGORÍA B, CONTRATACIÓN DEL 20 DE OCTUBRE AL 19 DE DICIEMBRE DE 2025
\$4,500.00 (CUATRO MIL QUINIENTOS PESOS 00/100M.N.) POR MES

No.	Medio	Tipo	Servicio que ofrece	Monto total
1.	Gráfica Nacional - Vilchez	Digital	Medio informativo digital con sede en Morelia	\$9,000.00
2.	Jorge Hidalgo	Digital	Medio informativo digital con sede en Morelia	\$9,000.00



ACUERDO No. IEM-JEE-20/2025

**MEDIOS REGIONALES CATEGORÍA B, CONTRATACIÓN DEL 20 DE OCTUBRE AL 19 DE DICIEMBRE DE 2025
\$4,500.00 (CUATRO MIL QUINIENTOS PESOS 00/100M.N.) POR MES**

No.	Medio	Tipo	Servicio que ofrece	Monto total
3.	CLC Comunica	Digital	Medio informativo digital e impreso con sede en Morelia.	\$9,000.00
4.	Fuego en la Noticia	Impreso	Medio informativo impreso y digital con sede en Morelia	\$9,000.00
5.	Exeni Noticias	Digital	Plataforma multimedia con temática diversa con gran	\$9,000.00
6.	Amanda Corresponsal Excelsior	Digital	Plataforma multimedia con temática diversa.	\$9,000.00
7.	Víctor Americano	Digital	Plataforma multimedia con temática diversa.	\$9,000.00
8.	América Juárez	Digital	Plataforma multimedia con temática diversa y	\$9,000.00
9.	ACG Noticias	Digital	Medio informativo digital con sede en Morelia	\$9,000.00
10.	Con Lupa	Radio	Cadena radiofónica con cobertura en gran parte del	\$9,000.00
11.	Humberto Castillo	Digital	Medio informativo digital con análisis político-electoral	\$9,000.00
12.	Quorum	Digital	Plataforma multimedia con temática diversa.	\$9,000.00
13.	Madero 69	Digital	Plataforma multimedia con temática diversa y enfocado a entrevistas con especialistas	\$9,000.00
14.	Central informativa / Paracho	Radio	Radio que transmite desde Uruapan y su transmisión en vivo en Internet, a través de su portal online	\$9,000.00
15.	Cubo noticias-	Digital	Medio informativo digital con sede en Morelia	\$9,000.00
16.	El Independiente / Zamora	Digital	Periódico digital con sede en Zamora y cuenta con plataforma multimedia.	\$9,000.00
17.	Ecos de La Meseta / Paracho	Radio/Digital	Canal multimedia con sede en Paracho	\$9,000.00
18.	Michoacán imparcial	Digital	Plataforma multimedia con temática diversa.	\$9,000.00
19.	El Diario Visión / Uruapan	Televisión	Noticiero transmitido de lunes a viernes a las 20 horas en los canales 1151 y 151 de Megacable	\$9,000.00
20.	Aquí y Ahora / Zamora	Radio/Digital	Medio de comunicación digital con sede en Zamora con presencia en la estación de radio La Zamorana	\$9,000.00
21.	Tenencias Morelia	Digital	Es un medio digital local con amplia presencia en la región, que cuenta con gran interacción en sus redes sociales y alcance entre las 14 tenencias que integran	\$9,000.00
22.	La Crónica / Ciudad Hidalgo	Impreso/digital	Medio impreso y digital con sede en Ciudad Hidalgo Sitio Web de Noticias y Medios de Comunicación	\$9,000.00
23.	El Clarín / Ciudad Hidalgo	Impreso/Digital	Medio de comunicación que cubre la región Oriente del estado con sede en Ciudad Hidalgo	\$9,000.00



ACUERDO No. IEM-JEE-20/2025

**MEDIOS REGIONALES CATEGORÍA B, CONTRATACIÓN DEL 20 DE OCTUBRE AL 19 DE DICIEMBRE DE 2025
\$4,500.00 (CUATRO MIL QUINIENTOS PESOS 00/100M.N.) POR MES**

No.	Medio	Tipo	Servicio que ofrece	Monto total
24.	Así es la Noticia / Lázaro Cárdenas	Radio	Radiodifusora de en Lázaro Cárdenas	\$9,000.00
25.	Notiram / Zitácuaro	Radio/Digital	Portal web con sede en Zitácuaro con Programa de radio en la frecuencia 107.1 FM	\$9,000.00
26.	Red Michoacán News	Digital	Medio digital con sede en Uruapan	\$9,000.00
27.	Salud Martínez / Apatzingán	Digital	Página de noticias generales y temas diversos con más de 100 mil seguidores.	\$9,000.00
28.	Regla de 3	Digital	Plataforma multimedia con temática diversa y	\$9,000.00
TOTAL				\$252,000.00

De las tablas anteriores se desprende que el total de la contratación con los Medios de Comunicación Estatales, categoría A, asciende a la cantidad de \$225,000.00 (doscientos veinticinco mil pesos 00/100 M.N.); mientras que, respecto a los Medios de Comunicación Regionales, categoría B, corresponde a la cantidad de \$252,000.00 (doscientos cincuenta y dos mil pesos 00/100 M.N.), haciendo un total de \$477,000.00 (cuatrocientos setenta y siete mil pesos 00/100 M.N.) IVA incluido.

Así, las opciones que se presentan agrupadas como se ha expuesto, son aquellas que, de acuerdo con los criterios y la metodología aplicada, resultaron ser las más idóneas para garantizar el efectivo desarrollo de las campañas institucionales relativas a la estrategia de comunicación social del Instituto del 20 veinte de octubre al 19 diecinueve de diciembre de 2025 dos mil veinticinco.

Lo anterior, en virtud de que se trata de los medios que aseguran en mayor medida la consecución de los objetivos planteados en la estrategia institucional de comunicación social, sin dejar de reconocer los atributos y alcances identificados en el resto de las opciones analizadas durante el proceso de evaluación.

SÉPTIMO. Remisión del Acuerdo al Comité de Adquisiciones. A fin de garantizar el oportuno y cabal cumplimiento del presente Acuerdo, en lo que se refiere al trámite de contratación, resulta pertinente hacer del conocimiento el contenido de este Acuerdo al órgano encargado de instrumentar y dar seguimiento a la contratación de dichos servicios siendo éste, el Comité de Adquisiciones.

Lo anterior en atención a que corresponde a dicho Comité, conducir y aplicar los lineamientos en materia de adquisiciones, arrendamientos y servicios del Instituto, así como llevar a cabo los procedimientos de contratación aplicables, en términos de lo dispuesto por los artículos 5 y 7 del Reglamento de Adquisiciones y con el



ACUERDO No. IEM-JEE-20/2025

objeto de dar continuidad con el procedimiento de contratación correspondiente de conformidad con los términos aprobados por la Junta Estatal Ejecutiva.

En suma, de lo anterior, y con fundamento en los preceptos legales previamente citados, 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 Y REGIONAL, CON BASE EN CRITERIOS DE CARÁCTER CUANTITATIVO Y CUALITATIVO DURANTE EL PERIODO DEL 20 DE OCTUBRE AL 19 DE DICIEMBRE DE 2025.

PRIMERO. La Junta Estatal Ejecutiva es competente para emitir el presente Acuerdo, de conformidad con lo precisado en el Considerando Segundo 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 del 20 de octubre al 19 de diciembre de 2025.

TERCERO. Remítase copia certificada del presente Acuerdo al Comité de Adquisiciones, a efecto de que, con apego en las disposiciones aplicables del Reglamento de Adquisiciones del Instituto, y una vez concluido el procedimiento que legalmente corresponda, proceda con la aprobación de las contrataciones a que haya lugar, atento a las directrices desarrolladas en los puntos considerativos Cuarto, Quinto y Sexto del presente Acuerdo.

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 Extraordinaria Urgente de la Junta Estatal Ejecutiva del Instituto Electoral de Michoacán de 16 dieciséis de octubre de 2025, por votación unánime del Consejero Presidente del Instituto, Maestro Ignacio Hurtado Gómez, de las y los Titulares de las Direcciones Ejecutivas de Administración, Prerrogativas y Partidos Políticos, C.P. Benjamín Pérez Sánchez; Educación Cívica y Participación Ciudadana,



ACUERDO No. IEM-JEE-20/2025

Maestra Erandi Reyes Pérez Casado; Vinculación y Servicio Profesional Electoral, Licenciado Juan José Moreno Cisneros; y Organización Electoral, Licenciado Juan Pedro Gómez Arreola; ante la Secretaria Ejecutiva y Técnica, Licenciada María de Lourdes Becerra Pérez.

Ignacio Hurtado Gómez
Consejero Presidente de la Junta
Estatad Ejecutiva del Instituto Electoral
de Michoacán

María de Lourdes Becerra Pérez
Secretaria Técnica de la Junta Estatal
Ejecutiva del Instituto Electoral de
Michoacán

Erandi Reyes Pérez Casado
Directora Ejecutiva de Educación
Cívica y Participación Ciudadana

Juan Pedro Gómez Arreola
Director Ejecutivo de Organización
Electoral

Benjamín Pérez Sánchez
Director Ejecutivo de Administración,
Prerrogativas y Partidos Políticos

Juan José Moreno Cisneros
Director Ejecutivo de Vinculación y
Servicio Profesional Electoral

La presente hoja de firmas corresponde al Acuerdo identificado como IEM-JEE-20/2025 aprobado por unanimidad de votos, en Sesión Extraordinaria Urgente de la Junta Estatal Ejecutiva del Instituto Electoral de Michoacán el 16 dieciséis de octubre de 2025 dos mil veinticinco, por votación del Consejero Presidente del Instituto, Maestro Ignacio Hurtado Gómez, de la y los Titulares de las Direcciones Ejecutivas de Educación Cívica y Participación Ciudadana, Maestra Erandi Reyes Pérez Casado; Organización Electoral, Licenciado Juan Pedro Gómez Arreola; Administración, Prerrogativas y Partidos Políticos, C.P. Benjamín Pérez Sánchez; Vinculación y Servicio Profesional Electoral, Licenciado Juan José Moreno Cisneros; ante la Secretaria Ejecutiva y Técnica, María de Lourdes Becerra Pérez.