

**DIRECCIÓN EJECUTIVA DE CAPACITACIÓN ELECTORAL Y
EDUCACIÓN CÍVICA**

**Informe sobre el estatus de la difusión de la
Campaña Institucional 2014**

Julio de 2014

La Dirección Ejecutiva de Capacitación Electoral y Educación Cívica (DECEyEC), a través de la Dirección de Difusión y Campañas Institucionales presenta el informe del estatus de la Campaña Institucional 2014, en el periodo comprendido de enero a junio, conforme a la Estrategia de Difusión 2014-2015 aprobada por la Comisión de Capacitación Electoral y Educación Cívica el 18 de diciembre de 2013.

I. Subcampaña de Promoción de la Cultura Política Democrática

En relación con los temas de esta subcampaña se han realizado las siguientes acciones:

1. Contraloría social

Con el propósito de concientizar sobre la importancia del involucramiento de la ciudadanía en acciones de vigilancia y evaluación de la gestión pública, se produjo el spot versión *Oficios* difundido en radio y televisión del 1º de febrero al 17 de abril. Asimismo, se enviaron a los órganos desconcentrados para su distribución carteles de las versiones *Ciudadano*, *Estudiante* y *Química*.

2. Construcción de acuerdos

Se produjo un spot para televisión versión *Bicicleta* dirigido a niños de 6 a 12 años y adolescentes de 17 a 19 años, que pretende fomentar el diálogo respetuoso para la toma de decisiones, la solución pacífica de conflictos y la mejor convivencia. Para que el mensaje llegue al público objetivo, la difusión del spot se pauto a partir del 27 de junio en los canales 5, 7 y 11 (y sus repetidoras) así como el 28. Asimismo, se trabaja en la creación de un spot para radio y se encuentra en proceso de impresión el cartel denominado *Caritas*.

3. Informe País

Para informar a los diversos grupos sociales sobre los resultados obtenidos en el estudio denominado Informe País sobre la calidad de la ciudadanía en México, se encuentran en desarrollo creativo spots informativos para televisión y radio, así como diseños para medios impresos.

II. Subcampaña de Actualización al Padrón Electoral

Para esta subcampaña se han desarrollado los siguientes temas y materiales:

1. Inscripción al Padrón Electoral

El 31 de enero concluyó la difusión de los spots para radio y televisión versión *Mira al frente*, cuyo objetivo es invitar a los jóvenes que cumplen 18 años a inscribirse en el Padrón Electoral.

Además, se produjo el spot de radio versión *Lo mejor de ti* que se difunde desde el 20 de junio a través de emisoras indígenas y comunitarias, y se elaboró el cartel denominado *Yo sumo mi talento* que será entregado a la Dirección Ejecutiva del Registro Federal de Electores (DERFE) para su distribución a nivel nacional.

2. Actualización de domicilio

Con el objetivo de mantener el padrón electoral actualizado se difundió el spot para televisión y radio de la versión *Serenata* del 1º de febrero al 17 de abril.

3. Renovación de credenciales 09 y 12

De conformidad con los acuerdos del Consejo General CG712/2012 y CG68/2013 de fechas 21 de noviembre y 27 de febrero respectivamente, durante 2014 ha continuado la difusión referente a la renovación de credenciales para votar cuyos recuadros para el marcaje del año de la elección federal situado al reverso de la misma, son 00 03 06 09, denominadas "09", y 12 03 06 09, denominadas "12". Para este propósito se transmitió del 1º de enero al 17 de abril el spot versión *Hada* en radio y televisión, se realizaron inserciones publicadas en diarios de circulación nacional, así como revistas durante los meses de enero y febrero. Se imprimieron y enviaron a la DERFE para su distribución, los carteles correspondientes a esta versión.

Desde el 16 de mayo se encuentran al aire en radio y televisión los spots denominados *Significado*, y se tienen programadas inserciones en revistas durante el mes de julio. Adicionalmente, para dar énfasis sobre este tema en las comunidades rurales, se produjo el spot de radio versión *Raíces*, el cual se difunde desde el 23 de mayo en 20 emisoras indígenas y comunitarias.

Es importante señalar que, con el objetivo de reforzar la difusión de los mensajes en radio y televisión sobre la renovación de credenciales 09 y 12, se radicaron recursos a las 19 entidades federativas (Baja California, Coahuila, Chiapas, Chihuahua, Distrito Federal, Guanajuato, Guerrero, Hidalgo, Jalisco, Estado de México, Michoacán, Nuevo León, Oaxaca, Puebla, San Luis Potosí, Sinaloa, Sonora, Tamaulipas y Veracruz) que cuentan con más de 100,000 credenciales de este tipo, quienes a su vez traspasaron el recurso a los 118 distritos que presentaron estas credenciales por encima del promedio en el estado, para la contratación de medios exteriores tales como mantas, bardas, carteleras, vallas fijas y móviles, pantallas, parabuses, autobuses urbanos y transporte público en general. El periodo de difusión inició la última semana de junio y tendrá una duración de dos meses. Asimismo, se encuentran en impresión volantes para su distribución en las entidades federativas.

4. Inclusión de datos domiciliarios en nueva credencial

Durante el primer semestre del año en curso se produjeron spots para radio y televisión denominados *Importante*, con un primer periodo de difusión comprendido entre el 21 de marzo y el 17 de abril, firmados por el IFE. Posterior a la transformación en Instituto Nacional Electoral, los mensajes fueron adecuados a la nueva imagen institucional en versión *Importante-INE* y se encuentran al aire desde el 30 de mayo.

5. Vigencia de las credenciales emitidas por el IFE

Para informar que las credenciales para votar emitidas por el IFE seguirán vigentes hasta las fechas señaladas en las mismas, no obstante la creación del nuevo Instituto, se diseñó el cartel denominado *Siguen vigentes*, que se puso a disposición de la DERFE para su distribución en los Módulos de Atención Ciudadana.

6. Medios de identificación

Se encuentra en impresión el diseño del cartel denominado *Preguntas*, así como el volante de bolsillo mediante el cual se especifican los documentos necesarios para tramitar la Credencial para Votar.

7. Notificación de ciudadanos fallecidos

A efecto de exhortar a la ciudadanía a que notifique a la autoridad electoral el fallecimiento de un familiar o conocido con objeto de que sea dado de baja y se actualice el Padrón Electoral, se diseñó el cartel versión *Aviso Familiares* para su distribución nacional por la DERFE.

8. Reincorporación al Padrón Electoral

Para informar a las personas que obtuvieron su libertad después de un proceso penal que sus derechos político-electorales le han sido restituidos y pueden reintegrarse al Padrón Electoral, se diseñó el cartel denominado *Libre* y envió a la DERFE para su distribución.

9. Fechas límite (Credencialización, Inscripción, Renovación de credenciales 09 y 12, Reposición y Lista Nominal)

Actualmente se encuentran en proceso creativo los materiales para las fechas límite en los que se informa cual es el último día para realizar trámites relativos a la Credencial para Votar previo a las elecciones federales de 2015.

Inscripción

Objetivo: Invitar a los jóvenes a que acudan a solicitar su inscripción al Padrón Electoral e informar que también pueden hacerlo quienes cumplan 18 años entre el 1° de diciembre de 2014 y el día de la jornada electoral (7 de junio de 2015), a más tardar el 30 de noviembre para que puedan votar por primera vez en las próximas elecciones.

Cualquier trámite

Objetivo: Informar a los ciudadanos que el 15 de diciembre de 2014 es la fecha límite para realizar cualquier trámite relativo a la Credencial para Votar (renovación de credenciales 09 y 12, actualización de domicilio y corrección de datos), reiterando que después de esta fecha no se podrá realizar ningún de estos trámites registrales hasta pasada las elecciones.

Reposición Idéntica

Objetivo: Informar a la ciudadanía que el 31 de enero del 2015 es la fecha límite para solicitar su Credencial para Votar en caso de extravío, robo o deterioro siempre y cuando sus datos no hayan cambiado.

Entrega de Credenciales

Objetivo: Informar a la ciudadanía que el 1° de marzo del 2015 es la fecha límite para acudir al Módulo de Atención Ciudadana donde se efectuó el trámite registral para recoger su credencial actualizada y así poder votar en las elecciones de 2015.

Lista Nominal

Objetivo: Informar a los ciudadanos que verifiquen su inclusión a la Lista Nominal y que deben hacerlo con anticipación, porque tienen hasta el 14 de marzo de 2015 para solicitar una rectificación, en caso de haber sido excluidos o de aparecer en una sección que no corresponde a su domicilio.

III. Subcampaña de Promoción de la Participación Ciudadana en Procesos Electorales

En las entidades con procesos electorales en 2014 y municipios con elecciones extraordinarias, a efecto de apoyar a los organismos electorales locales a motivar la participación ciudadana de quienes resultaron elegidos como funcionarios de casilla y sensibilizar a la población sobre el ejercicio del voto de manera informada y razonada, se difundieron del 22 de marzo al 12 de abril, los spots: *Ser funcionarios de casilla se siente* y *Votar se siente*.

Dichas versiones fueron adaptadas con el cierre institucional del INE, *Ser funcionarios de casilla se siente-INE* y *Votar se siente-INE* iniciando su difusión el 13 de abril hasta el 6 de julio en los estados de Coahuila y Nayarit, así como en los municipios con elecciones extraordinarias San Miguel Tlacamama, Oaxaca; Chumatlán, Los Choapas y Tepetzintla, Veracruz; y Cuapixtla de Madero y Acajete, Puebla.

IV. Estrategia para la Transición IFE-INE

Una vez publicada la Reforma Constitucional en material político-electoral en el Diario Oficial de la Federación, el día 10 de febrero de 2014, el Instituto Federal Electoral decidió realizar una estrategia de comunicación institucional específica para la transición IFE - INE ya que se consideró necesario:

- Generar confianza y tranquilidad entre los mexicanos ante la transformación del Instituto Federal Electoral (IFE) en una autoridad de carácter nacional: el Instituto Nacional Electoral (INE), incluyendo lo relativo a la vigencia de su Credencial para Votar.
- Otorgar al IFE el reconocimiento que merecía después de 23 años.
- Explicar que se trata de una transición en la que el INE mantendrá las exitosas labores del IFE y se le agregan nuevas para fortalecer la democracia a nivel nacional.

En ese sentido, se decidió que la comunicación tenía que mantenerse alrededor de la democracia y su evolución, es decir:

- Posicionar la creación del INE como el siguiente paso hacia una democracia más fuerte, que evoluciona con instituciones más empoderadas.
- Comunicarlo no como un cambio sino como una transición.
- Manteniendo el valor de la Credencial para Votar.

1. Trayectoria y logros del IFE

Como parte de la conmemoración por los 23 años del Instituto Federal Electoral se produjeron dos spots para radio y televisión denominados *Manifiesto 1* y *Manifiesto 2*, que recapitulan los logros alcanzados por el Instituto e introducen los inminentes cambios de éste hacia un nuevo organismo. Se difundieron a partir del 7 de marzo y hasta el 17 de abril.

Cabe mencionar que dichos materiales fueron traducidos en coordinación con el Centro para el Desarrollo Democrático (CDD) y el Instituto Nacional de Lenguas Indígenas a once lenguas indígenas: Chichimeco, Mazahua, Mexicano (Guerrero), Mexicano (Centro), Tzeltal, Zapoteco, Maya, Mazateco, Mixteco, Wirrarika y Yaqui. Se transmitieron a través de radio y televisión a nivel nacional del 21 de marzo al 17 de abril.

Asimismo, se realizó una inserción en un diario de circulación nacional de la versión *Transición Mujer* publicada el 8 de marzo, inserciones en revistas especializadas de la versión *Transición* durante el mes de marzo y de la versión *Transición 2* durante abril.

2. Transición de IFE a INE

Durante la etapa de transición de IFE al INE resultó indispensable que los mexicanos supieran del cambio de nombre de la institución para que la reconocieran como la nueva autoridad electoral; diferenciada de la anterior, pero que a su vez mantiene ciertos rasgos y vinculación para facilitar su comprensión y aceptación.

Por lo anterior y a efecto de trasladarle a la nueva institución la confianza ganada en los años de trabajo del IFE, se trabajó en el desarrollo de un nuevo logotipo, concepto rector y lema institucional.

Logotipo

Con la finalidad de atender lo antes expuesto y dejar a la institución el menor tiempo posible sin comunicación, se desarrollaron propuestas de logotipos, y el diseño que resultó mejor evaluado tanto en el análisis semiótico como por la población fue el siguiente:



A partir de la integración del Consejo General del INE el pasado 4 de abril se hizo del conocimiento público el nuevo logotipo.

Para dar a conocer a la población el cambio de nombre de la institución a partir de las fortalezas del IFE, sin mencionarlo, y resaltando la misión del INE, se produjo un spot para radio y televisión denominado *Cambio* que se difundió del 18 de abril al 19 de junio; es importante señalar que durante el primer mes de difusión fue el único spot del Instituto al aire.

Para reforzar el mensaje en medios electrónicos, se publicaron inserciones en revistas políticas y especializadas en los meses de abril, mayo y junio, y se colocaron banners en portales de internet del 21 de abril al 5 de mayo. Igualmente se produjeron carteles de la versión *Cambio*, distribuidos a nivel nacional a través de los órganos desconcentrados.

3. Posicionamiento de la nueva imagen

Concepto rector y lema Institucional

Conforme a los resultados de las últimas investigaciones realizadas, se tiene que es importante que la comunicación institucional mantenga un tono cercano, sencillo y claro que conecte con las personas, los sensibilice y motive, a través de conceptos que todos entiendan fácilmente; mostrando a la institución como alguien cercano y dando a conocer la importancia de sus funciones construyendo un lazo emocional con los ciudadanos.

Por ello, se decidió que la idea de sumar se convertirá en una plataforma que mueve a la acción, que inspire y que se comprenda como sinónimo de participación. El Poder de la participación ciudadana.

En ese sentido se trabajó en el lema para el cierre institucional de la campaña de difusión del INE cuyo racional creativo es el siguiente:

- El país que todos queremos depende de ti. La suma de tus acciones y esfuerzos construyen los cambios que México necesita. Por eso cada mexicano cuenta, pero todo comienza con tu participación, porque tu mejor versión como ciudadano es la mejor versión de México. Por eso decimos:

Contigo, México es más. Súmate.

Ahora bien, para continuar con los esfuerzos de posicionar al Instituto Nacional Electoral e introducir el concepto de SUMAR con objeto de vincularlo, desde un inicio, a la nueva institución electoral que será más cercana a los ciudadanos, se produjeron dos spots para televisión y radio denominados *Manifiesto Sumar 1* y *Manifiesto Sumar 2*, así como un cineminuto que tienen como eje temático la participación ciudadana que motiva el nuevo lema del Instituto.

La difusión del spot en televisión y radio se realiza a partir del 20 de junio; y la del cineminuto se llevará a cabo a partir del 10 de julio con una duración de cuatro semanas en las principales salas cinematográficas del país.

4. Nuevas atribuciones del INE

Para informar a la población acerca de las nuevas facultades del Instituto derivadas de la reforma política- electoral se preparan spots de radio y televisión, y materiales impresos.

5. Convocatoria para la selección y designación de Consejeros Electorales de los Organismos Públicos Locales

Con la finalidad de convocar a la ciudadanía a participar en el proceso de selección y designación de los Consejeros Electorales de los Organismos Públicos Locales, se produjeron spots para televisión y radio denominados *Convocatoria OPL*, que se difunden del 1 al 15 de julio en las 18 entidades federativas que tendrán elecciones locales en 2015 (Baja California Sur, Campeche, Colima, Chiapas, Distrito Federal, Estado de México, Guanajuato, Guerrero, Jalisco, Michoacán, Morelos, Nuevo León, Oaxaca, Querétaro, San Luis Potosí, Sonora, Tabasco y Yucatán).

En este sentido se diseñó la inserción para periódicos de circulación nacional, y medios de circulación local en cada una de las 18 entidades mencionadas.

V. Internet

1. Youtube

Durante el periodo que se reporta se subieron al canal del Instituto en Youtube los diversos spots de televisión que se han difundido a nivel nacional en medios electrónicos a fin de impactar a mayor

número de ciudadanos que de acuerdo con sus hábitos de consumo está menos expuesto a los mensajes en los medios masivos tradicionales.

Subcampaña	Spot de TV	No. vistas
Promoción de la Cultura Política Democrática	<i>Oficios</i> - Contraloría social	777
	<i>Manifiesto 1</i> - Trayectoria IFE	748
	<i>Manifiesto 2</i> - Trayectoria IFE	728
	<i>Cambio</i> - Transición de IFE a INE	4,545
	<i>Manifiesto Sumar 1</i> - Transición de IFE a INE	180
	<i>Manifiesto Sumar 2</i> - Transición de IFE a INE	171
	<i>Bicicleta</i> - Construcción de acuerdos	293
	<i>Convocatoria OPL</i> - Convocatoria para la selección y designación de Consejeros Electorales	177
Actualización al Padrón Electoral	<i>Mira al frente</i> - Inscripción al Padrón Electoral	2,281
	<i>Serenata</i> – Actualización de domicilio	4,186
	<i>Hada</i> - Renovación de credenciales 09 y 12	2,327
	<i>Significado</i> - Renovación de credenciales 09 y 12	1,534
	<i>Importante</i> - Inclusión de datos domiciliarios en nueva credencial	604
	<i>Importante INE</i> - Inclusión de datos domiciliarios en nueva credencial	189
Promoción de la Participación Ciudadana en Procesos Electorales	Ser funcionarios de casilla se siente - Entidades con Proceso Electoral en 2014	509
	Ser funcionarios de casilla se siente- INE- Entidades con Proceso Electoral en 2014	1,034
	Votar se siente- Entidades con Proceso Electoral en 2014	1,036
	Votar se siente- INE - Entidades con Proceso Electoral en 2014	1,081

NOTA: Vistas registradas al 30 de junio

VI. Evaluación Cualitativa

Se contrató a un proveedor para la evaluación de estímulos de comunicación a través de metodologías, plataformas y herramientas que permiten generar asociaciones espontáneas que develan las emociones y pensamientos inconscientes del público objetivo (insights). Asimismo, para evaluar la eficacia y efectividad de las estrategias y caminos de comunicación electoral para la toma de decisiones inmediatas de acuerdo a sus objetivos.

El proyecto se realiza en dos etapas:

La primera etapa se desarrolló a través de tres pequeñas comunidades virtuales (en el Distrito Federal y área metropolitana, Guadalajara y Monterrey) integradas cada una por 20 personas de los mismos perfiles de la primera evaluación. En estas comunidades los participantes compartieron experiencias e intercambiaron puntos de vista a través de diversas dinámicas y ejercicios, coordinados por un facilitador.

La segunda etapa consiste en la realización de cinco evaluaciones directas que establecen una exploración constante y eficaz de las nuevas estrategias y estímulos de comunicación que se desarrollan en el marco de la transición al INE y rumbo a las elecciones intermedias de 2015.

Cada una de las evaluaciones está conformada por 120 entrevistas cualitativas cortas con algunos parámetros cuantitativos. Las entrevistas se realizan cara a cara a personas de los segmentos clave del público objetivo, a quienes se les muestran materiales de campañas anteriores que resultaron evaluados de manera positiva, así como las piezas a desarrollar para comparar su importancia, claridad y agrado.

La primera de estas cinco evaluaciones se realizó a estudiantes universitarios, amas de casa, trabajadores formales e informales y profesionistas independientes: de los grupos etarios que comprenden de los 16 a los 24 años y de los 36 a los 40; de niveles socioeconómicos C+, C- y D; en las ciudades de México, Monterrey, Guadalajara y Villahermosa.