



Programa Específico de Trabajo de  
Difusión, en el marco de la Estrategia  
Integral de Promoción del Voto de las  
Mexicanas y los Mexicanos Residentes  
en el Extranjero 2022-2023  
Septiembre-diciembre 2021

---

Septiembre 2021

## CONTENIDO

---

1. Introducción.....	3
2. Programa Específico de Trabajo para las Acciones de Difusión .....	3
2.1. Acciones de Difusión.....	3
2.2. Población objetivo .....	3
2.3. Alcance.....	4
2.3.1 Diseño y producción de materiales audiovisuales de la subcampaña del VMRE .....	4
2.3.2 Diseño y producción de activaciones transmedia de la subcampaña del VMRE.....	4
2.4. Cronograma.....	5
2.5. Indicadores.....	5

## 1. Introducción

Con el fin de dar cumplimiento a la **Estrategia Integral de Promoción del Voto de las y los Mexicanos Residentes en el Extranjero, 2021-2023**, en específico, lo referente a las **Acciones de Difusión** descritas en el apartado 5 de dicha Estrategia, se presenta el Programa Específico de Trabajo para promover e informar sobre los derechos político-electorales de la ciudadanía residente en el extranjero, tanto en territorio nacional como fuera de México.

Este programa contempla las actividades, la población objetivo a la que se dirige, el alcance, cronograma e indicadores que medirán el cumplimiento de las acciones de difusión.

## 2. Programa Específico de Trabajo para las Acciones de Difusión

### 2.1. Acciones de Difusión

Las acciones de difusión identificadas como parte de la Estrategia Integral de Promoción del Voto de las y los Mexicanos Residentes en el Extranjero (VMRE), 2021-2023, son:

- Cápsulas audiovisuales para televisión y radio (cobertura nacional).
- Activaciones transmedia (banners y videos nativos digitales) para publicación orgánica y pagada en redes sociales y plataformas digitales.

### 2.2. Población objetivo

La población objetivo a la que se dirigen las acciones de difusión identificadas como parte de la Estrategia Integral de Promoción del VMRE, 2021-2023, para el periodo de septiembre a diciembre de 2021 son:

- **Primaria:** Ciudadanía residente en el extranjero que cuente con una Credencial para Votar desde el Extranjero (CPVE) o una Credencial

para Votar emitida en México (CPV) con referencia a alguna de las entidades con VMRE en 2022 (Aguascalientes, Durango, Oaxaca y Tamaulipas).

- **Secundaria:** Ciudadanía interesada en obtener su CPVE de las entidades con VMRE en 2022.
- **Terciaria:** Familiares y amigos de la ciudadanía mexicana radicada fuera del país, de las entidades con VMRE en 2022.

### 2.3. Alcance

A partir de las 5 acciones de vinculación descritas en el numeral 2.1, se plantea instrumentar diversas actividades:

#### 2.3.1 Diseño y producción de materiales audiovisuales de la subcampaña del VMRE

Implementar durante el periodo de septiembre a diciembre de 2021, acciones de difusión a través de la definición de un eslogan y racional creativo único, el cual se ejecutará a través de medios convencionales (radio y televisión), y para su difusión en territorio nacional se considerarán los tiempos del Estado.

- *Población objetivo:* Terciaria

#### 2.3.2 Diseño y producción de activaciones transmedia de la subcampaña del VMRE

A partir de los lineamientos gráficos del racional creativo aprobado, generar videos nativos digitales y banners que sean difundidos a través de redes sociales, medios y plataformas digitales, tanto a nivel nacional como en canales con alcance en las principales ciudades contempladas como parte de la Estrategia.

- *Población objetivo:* Primaria, secundaria y terciaria.

## 2.4. Cronograma

Actividad	Población objetivo	Alcance	2021			
			Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
Diseño del slogan y racional creativo	Primaria, secundaria y terciaria	N/A				
Diseño y producción de materiales audiovisuales de la subcampaña del VMRE	Terciaria	1 cápsula de radio y 1 cápsula de TV para difusión a nivel nacional				
Diseño y producción de activaciones transmedia de la subcampaña del VMRE	Primaria, secundaria y terciaria	1 inserción pagada en medios internacionales y 4 publicaciones orgánicas en redes sociales al mes				

## 2.5. Indicadores

Para medir y evaluar el impacto de las actividades a desarrollar y su alcance, se contemplan 2 indicadores relacionados con los materiales de difusión para la población objetivo de cada acción especificada:

- Diseño y producción de materiales audiovisuales de la subcampaña del VMRE

(Total de materiales audiovisuales / Total de materiales audiovisuales, planeados) \* 100

- Diseño y producción de materiales audiovisuales de la subcampaña de VMRE en medios digitales

(Total de activaciones transmedia realizadas / Total de activaciones transmedia planeadas) \* 100