



Estrategia Integral de Promoción del Voto de las y los Mexicanos Residentes en el Extranjero Procesos Electorales 2017-2018

Agosto de 2017

CONTENIDO

1	Introducción.....	3
2	Marco Jurídico.....	5
3	Estrategia Integral de Promoción del VMRE, Procesos Electorales 2017-2018.....	8
3.1	Objetivo general.....	8
3.2	Población objetivo.....	8
3.3	Criterios para la selección de lugares para la implementación de la Estrategia.....	9
3.4	Selección de lugares para la instrumentación de la Estrategia.....	18
3.5	Etapas de la Estrategia.....	18
3.6	Acciones para la promoción del VMRE.....	19
4	Acciones de Difusión.....	21
4.1	Objetivos particulares.....	21
4.2	Mensaje central.....	21
4.3	Eslogan.....	22
4.4	Racional creativo del VMRE.....	22
4.5	Estrategia.....	24
5	Acciones de Vinculación.....	29
5.1	Objetivos específicos.....	29
5.2	Acciones de vinculación por segmentos.....	29
5.3	Ciudadanía residente en el extranjero (organizada y no organizada).....	30
5.4	Instituciones públicas federales y locales.....	34
5.5	Instituciones de educación superior y centros de investigación.....	35
5.6	Actividades presenciales en el extranjero.....	36
5.7	Actividades presenciales en territorio nacional.....	38
6	Acciones de Comunicación Social.....	40
6.1	Objetivos específicos.....	40
6.2	Acciones generales.....	40
6.3	Contenidos para medios de comunicación.....	41
6.4	Estrategia de Relaciones Públicas.....	41
6.5	Cronograma para las acciones de Comunicación Social.....	42
7	Acciones en plataformas digitales.....	43
7.1	Objetivos específicos.....	43
7.2	Áreas que intervienen en el proceso.....	44
7.3	Mensajes a difundir.....	45
7.4	Elección de plataformas.....	46
7.5	Programación de la pauta.....	51
7.6	Monitoreo y optimización.....	52
8	Referencias.....	53

1. Introducción

Con la finalidad de promover la participación electoral de la ciudadanía residente en el extranjero, así como informar y orientar sobre los cargos, requisitos, procedimientos y mecanismos para el ejercicio del sufragio en las elecciones federales y locales de 2018, se presenta la **Estrategia integral de promoción del Voto de las y los Mexicanos Residentes en el Extranjero, Procesos Electorales 2017-2018**.

Esta estrategia integra los esfuerzos del Instituto Nacional Electoral (INE), a través de la Dirección Ejecutiva de Capacitación Electoral y Educación Cívica (DECEyEC), la Dirección Ejecutiva del Registro Federal de Electores de la mano de la Oficina de Vinculación Electoral de Mexicanos en el Extranjero (OVEME) adscrita a la Coordinación de Asuntos Internacionales (CAI) y la Coordinación Nacional de Comunicación Social (CNCS); así como de los Organismos Públicos Locales (OPL) cuya legislación estatal contempla el voto desde el extranjero en los procesos electorales locales 2017-2018, en el marco de sus competencias establecidas en la Ley General de Instituciones y Procedimientos Electorales (LGIFE), el Reglamento Interior del Instituto Nacional Electoral, los Lineamientos para la organización del voto postal de las ciudadanas y los ciudadanos mexicanos residentes en el extranjero para los Procesos Electorales Federal y Locales 2017-2018, las legislaciones locales en lo que no contravengan, así como los convenios de coordinación que se suscriban para tal propósito.

Cabe resaltar que para las elecciones de 2018, las y los ciudadanos radicados en el exterior, podrán participar para elegir al Presidente de la República, Senadores, y Gobernadores de las entidades de Chiapas, Guanajuato, Jalisco, Morelos, Puebla y Yucatán, así como Jefe de Gobierno de la Ciudad de México. Durante este proceso electoral, el registro en la Lista Nominal de Electores Residentes en el Extranjero (LNERE), se solicitará de manera electrónica del 1º de septiembre de 2017 al 31 de marzo de 2018, o bien, en los consulados al momento de solicitar la credencial para votar desde el extranjero durante dicho periodo. Por lo que hace al ejercicio del voto extraterritorial, este se llevará a cabo por la vía postal.

En el primer apartado de la presente estrategia, se da cuenta del marco legal en que se sustenta la elaboración de la estrategia.

El segundo apartado da cuenta del objetivo general de la Estrategia, así como el público al que se dirige. Igualmente, se determinan los criterios de focalización para la implementación de la estrategia con el objetivo de lograr mayor efectividad, que incluyen los datos generales sobre los lugares de destino de los migrantes mexicanos en el mundo y específicamente en Estados Unidos de América (EUA), país que ha recibido al mayor número de connacionales; un apartado histórico donde se da cuenta de la participación extraterritorial en las

elecciones del 2006 y del 2012; y los avances en el proceso de credencialización en sedes diplomáticas de México en el mundo.

En el tercer apartado se plantean las etapas que se tienen contempladas para su implementación, así como las principales acciones que se llevarán a cabo.

En el cuarto apartado se plantean las acciones que se llevarán a cabo en materia de difusión del Voto de las y los Mexicanos Residentes en el Extranjero (VMRE) para los ejercicios 2017 y 2018, que incorpora el diseño y desarrollo de materiales informativos y promocionales en distintos formatos, así como el uso de medios tradicionales y alternativos.

El quinto apartado incluye las acciones que se instrumentarán en materia de vinculación institucional y con la comunidad residente en el exterior durante los años de 2017 y 2018, así como la realización de actividades presenciales.

Dentro del sexto apartado se presentan las acciones que desplegarán en materia de comunicación social, a través de contenidos para medios de comunicación y un plan de relaciones públicas.

Finalmente, el apartado séptimo incluye las acciones dirigidas a la promoción a través de medios digitales.

2. Marco Jurídico

El artículo 6 de la LGIPE establece que la promoción de la participación ciudadana para el ejercicio del sufragio corresponde al INE, a los OPL, a los partidos políticos, sus candidatos y organizaciones.

El artículo 30, inciso g) de la LGIPE señala que son fines del INE, entre otros, llevar a cabo la promoción del voto y coadyuvar a la difusión de la educación cívica y la cultura democrática.

El artículo 329 de la LGIPE establece que las y los ciudadanos que residan en el extranjero podrán ejercer su derecho al voto para los puestos de elección popular de Presidente de los Estados Unidos Mexicanos, Senado de la República, así como las Gubernaturas de las entidades federativas y Jefatura de Gobierno de la Ciudad de México, siempre que así lo determinen las Constituciones Locales.

El artículo 4, párrafo segundo de la Ley Federal de Consulta Popular dispone que las y los ciudadanos que residan en el extranjero podrán ejercer su derecho al voto en la Consulta Popular exclusivamente cuando la consulta coincida con la elección de Presidente de los Estados Unidos Mexicanos, aplicando en lo conducente lo dispuesto en la LGIPE.

El artículo 104 del Reglamento de Elecciones del INE dispone que para promover el VMRE, el INE desarrollará una estrategia de difusión, comunicación y asesoría a la ciudadanía. En su caso, la estrategia quedará definida en los convenios generales de coordinación y colaboración que se suscriban con los OPL.

Con el objeto de dar cabal cumplimiento a las disposiciones en cita, y de cara a las elecciones locales de 2017 y federal y locales de 2018, el 7 de septiembre del 2016 el Consejo General del INE, en apego a sus atribuciones, aprobó mediante Acuerdo INE/CG665/2016 la creación de la Comisión Temporal del Voto de los Mexicanos Residentes en el Extranjero (CVMRE), a propósito de supervisar los trabajos, actividades y proyectos asociados a la materia.

De conformidad con el numeral 33 de los Lineamientos para la organización del voto postal de las ciudadanas y los ciudadanos mexicanos residentes en el extranjero para los Procesos Electorales Federal y Locales 2017-2018, aprobados el 28 de junio por Acuerdo INE/CG196/2017, el INE a través de sus direcciones ejecutivas y unidades técnicas respectivas, implementará una estrategia de promoción, difusión, vinculación, comunicación y asesoría para promover el ejercicio del VMRE e informar a los ciudadanos inscritos en la LNERE, sobre el procedimiento que deberán llevar a cabo para emitir su sufragio.

El mismo numeral dispone que para la promoción del VMRE, se podrá contar con la participación de representantes de migrantes, comunicadores, académicos y empresarios que radiquen en el extranjero. Dicha estrategia se hará del conocimiento de la CVMRE, la cual realizará una evaluación y seguimiento de la misma.

El numeral 34 de los propios Lineamientos antes referidos, señalan que tratándose de los procesos electorales locales 2017-2018, el INE realizará la estrategia mencionada en el párrafo anterior, de manera conjunta con los OPL respectivos, y quedará establecida en los Convenios Generales de Coordinación y Colaboración correspondientes.

Las entidades federativas que legalmente permitirán el voto desde el extranjero para la elección de las gubernaturas de sus estados son las siguientes:

ENTIDAD FEDERATIVA	FECHA DE ELECCIÓN	FUNDAMENTO LEGAL PARA VOTAR DESDE EL EXTRANJERO
Chiapas	1º de julio de 2018	Artículo 329, párrafo 1 de la LGIPE.
		Artículo 22, fracción II de la Constitución Política del Estado Libre y Soberano de Chiapas.
		Artículo 7, párrafo 2 del Código de Elecciones y Participación Ciudadana del Estado de Chiapas.
Ciudad de México	1º de julio de 2018	Artículo 329, párrafo 1 de la LGIPE.
		Artículo 6, fracción I del Código de Instituciones y Procedimientos Electorales del Distrito Federal (Ciudad de México).
Guanajuato	1º de julio de 2018	Artículo 329, párrafo 1 de la LGIPE.
		Artículo 275 de la Ley de Instituciones y Procedimientos Electorales para el Estado de Guanajuato.
Jalisco	1º de julio de 2018	Artículo 329, párrafo 1 de la LGIPE.
		Artículo 6, fracción II, inciso e) de la Constitución Política del Estado de Jalisco.
		Artículo 23, párrafo 2 del Código Electoral y de Participación Social del Estado de Jalisco.
Morelos		Artículo 329, párrafo 1 de la LGIPE.

ENTIDAD FEDERATIVA	FECHA DE ELECCIÓN	FUNDAMENTO LEGAL PARA VOTAR DESDE EL EXTRANJERO
	1º de julio de 2018	<p>Artículo 14, fracción I, párrafo segundo de la Constitución Política del Estado Libre y Soberano de Morelos.</p> <p>Artículo 239 del Código de Instituciones y Procedimientos Electorales para el Estado de Morelos.</p>
Puebla	1º de julio de 2018	<p>Artículo 329, párrafo 1 de la LGIPE.</p> <p>Artículo 324 Bis y 324 Ter del Código de Instituciones y Procesos Electorales del Estado de Puebla.</p>
Yucatán	1º de julio de 2018	<p>Artículo 329, párrafo 1 de la LGIPE.</p> <p>Artículos 7, fracción I y Décimo Quinto Transitorio de la Constitución Política del Estado de Yucatán.</p> <p>Artículo 16 de la Ley de Instituciones y Procedimientos Electorales del Estado de Yucatán</p>

3. Estrategia Integral de Promoción del VMRE, Procesos Electorales 2017-2018

De cara al inicio del proceso de votación de los mexicanos residentes en el extranjero, para el 1° de julio de 2018, se presenta la Estrategia Integral de Promoción del VMRE, Procesos Electorales 2017-2018, a fin de contribuir a que un número significativo de personas se informen y ejerzan su derecho a votar en las elecciones respectivas.

3.1. **Objetivo General**

Promover entre las y los ciudadanos mexicanos residentes en el extranjero la obtención de su Credencial para Votar desde el Extranjero (CPVE), su derecho a votar desde su lugar de residencia para elegir los cargos de elección popular de Presidente de los Estados Unidos Mexicanos, Senado de la República, Gobernatura de las entidades federativas y Jefatura de Gobierno de la Ciudad de México, en las entidades federativas que contemplan dicho derecho, así como su derecho a participar en las Consultas Populares en su caso; informar sobre los requisitos y pasos a seguir para poder ejercer su sufragio, e incrementar el interés y la participación en los Procesos Electorales Federal y Locales 2017-2018.

3.2. **Población Objetivo**

Con la finalidad de diseñar acciones de difusión, vinculación y comunicación efectivas, que resulten incluyentes y respondan a las características de los potenciales destinatarios, así como con el propósito de lograr mensajes que resulten relevantes e interesantes y destinar recursos estratégicamente, se plantea la siguiente población objetivo:

- **Primaria:** las y los mexicanos mayores de 18 años que residen en el extranjero.
- **Secundaria:** Familiares y amigos de la ciudadanía mexicana radicada fuera del país, de las entidades de origen de quienes han solicitado su CPVE, así como de las entidades que contemplan el voto de la ciudadanía residente en el extranjero.

En el libro *Perspectivas migratorias III. Los derechos de los mexicanos en el exterior* (CIDE 2014), se señala que una importante mayoría de

connacionales en EUA entrevistados en Consulados mantiene contacto con su familia o amigos en México (94.5 %) y que se comunican una vez por semana (32.2%).

3.3. **Criterios para la selección de lugares para la implementación de la Estrategia**

La presente estrategia considera tres criterios para la elección de los lugares en donde se llevarán a cabo las acciones de difusión, vinculación, comunicación y en plataformas digitales:

- Diáspora mexicana residente en el extranjero, específicamente en Estados Unidos de América (EUA), por estado y zonas metropolitanas.
- Resultados de las votaciones de la ciudadanía en el extranjero en los Procesos Electorales Federales 2006 y 2012.
- Avances en el proceso de credencialización de la ciudadanía residente en el extranjero.

3.3.1. **Diáspora mexicana**

De acuerdo con el Instituto de los Mexicanos en el Exterior (IME) de la Secretaría de Relaciones Exteriores (SRE), en 2016 se tenía un registro de **12'027,320** mexicanas y mexicanos que vivían fuera de México,¹ cifra que representa una proporción equivalente al 10% de la población nacional, estimada en 119'530,753 habitantes.²

De este total de mexicanas y mexicanos residentes en el extranjero, el 97.33% radica en EUA (11'702,582); mientras el 2.7% restante (324,738) reside en 137 países del mundo.

Si bien es posible encontrar mexicanas y mexicanos en los cinco continentes, los principales países donde residen los connacionales de acuerdo a la información disponible, se encuentran en los continentes americano y europeo, como se muestran en el siguiente cuadro (siguiente página).

¹ Este dato es el resultado de los ciudadanos que en el exterior se registran en las representaciones diplomáticas de nuestro país. Cabe señalar que no están obligados a hacerlo, por lo que esta cifra solo ofrece una referencia. <http://www.ime.gob.mx/es/resto-del-mundo>

² INEGI, Encuesta Intercensal (2015), <http://www3.inegi.org.mx/sistemas/temas/default.aspx?s=est&c=17484>.

Principales países de residencia de mexicanas y mexicanos en el extranjero, 2016

NO.	PAÍS	POBLACIÓN DE MEXICANOS	PORCENTAJE
1	Estados Unidos de América	11'702,582	97.33
2	Canadá	118,249	0.98
3	España	51,140	0.43
4	Alemania	14,947	0.12
5	Reino Unido	12,000	0.10
6	Bolivia	8,808	0.07
7	Chile	7,108	0.06
8	Brasil	6,278	0.05
9	Argentina	6,139	0.05
10	Países Bajos	5,985	0.05
11	Costa Rica	5,679	0.05
TOTAL		12'027,320	100

Fuente: IME, 2016 (<http://www.ime.gob.mx/es/resto-del-mundo>)

Mexicanos Residentes en Estados Unidos de América

En 2014, el Pew Hispanic Center estimaba en EUA una población de 11.6 millones de personas nacidas en México y 22.7 millones de origen mexicano, cifras con las que alcanzaron un total de 35.3 millones de personas con origen en México. La magnitud que alcanzó la hacen ser la población hispana más grande en EUA (64% del total de hispanos)³.

³ Pew Research Center, *Statistical Portrait of Hispanics in the US* (2014), <http://www.pewhispanic.org/2016/04/19/statistical-portrait-of-hispanics-in-the-united-states/>.

El mismo estudio señala que del total de la población nacida en México, más de la mitad (55%) se encontraba en situación migratoria irregular.

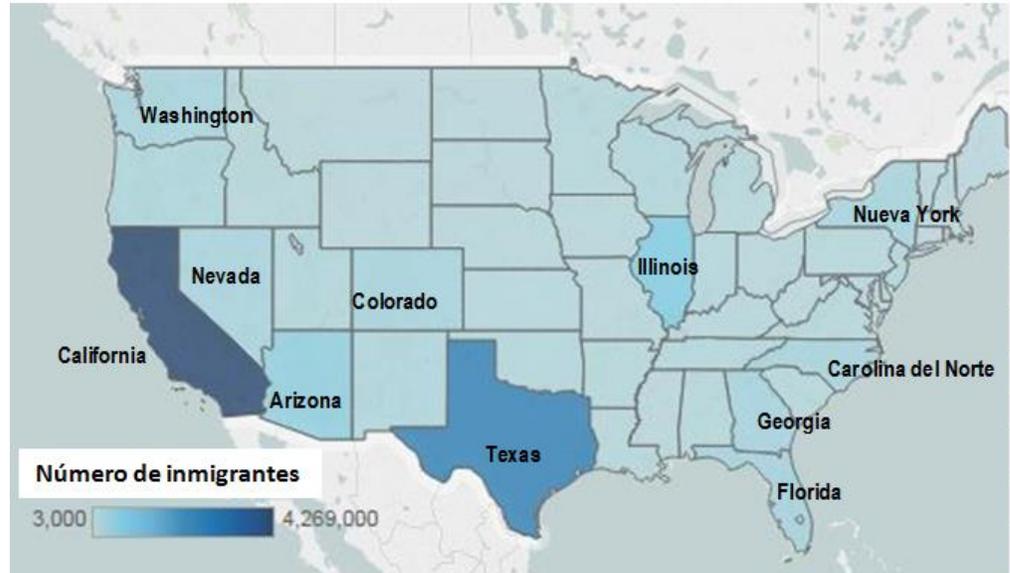
Si bien, actualmente es posible encontrar población nacida en México residiendo en la totalidad del territorio norteamericano, los estados de **California, Texas e Illinois** concentran de manera sostenida al 64% de los mexicanos nacidos en México que residen en los EUA, motivo por el cual estos estados se encuentran entre las mejores opciones para realizar las actividades de difusión, vinculación y comunicación.

Población nacida en México residente en EUA por estado, 2013

	ESTADO DE RESIDENCIA	POBLACIÓN MEXICANA	PORCENTAJE
1	California	4'194,859	35.6
2	Texas	2'627,543	22.3
3	Illinois	719,510	6.1
4	Arizona	662,966	5.6
5	Carolina del Norte	333,573	2.8
6	Colorado	230,006	2.0
7	Georgia	227,599	1.9
8	Florida	227,335	1.9
9	Washington	216,373	1.8
10	Nueva York	225,061	1.9
	TOTAL	11'778,922	100

Fuente: Estimaciones del Consejo Nacional de Población (CONAPO), con base en Bureau of Census, Current Population Survey (CPS), marzo 2010- 2013.

Principales estados de destino de la migración mexicana en Estados Unidos de América, 2010-2014



Fuente: Migration Policy Institute, con datos del Buró del Censo de EUA, 2010-14.

Es importante señalar que la mayoría de la población mexicana migrante reside en centros urbanos; destacan en ese sentido las zonas metropolitanas que se ubican en California, Texas, Illinois y Arizona.

Población nacida en México residente en EUA, por zonas metropolitanas, 2013⁴

ÁREA METROPOLITANA	POBLACIÓN	%
Los Ángeles-Long Beach-Santa Ana (California)	1'767,878	30.6
Dallas-Fort Worth-Arlington (Texas)	775,281	13.4
Houston-Baytown-Sugar Land, (Texas)	595,361	10.3
Chicago-Naperville-Joliet (Illinois-Indiana-Wisconsin)	653,450	11.3
Riverside-San Bernardino (California)	483,285	8.4
Nueva York-Nueva Jersey, Long Island (Nueva York-Nueva Jersey-Pennsylvania)	315,929	5.5

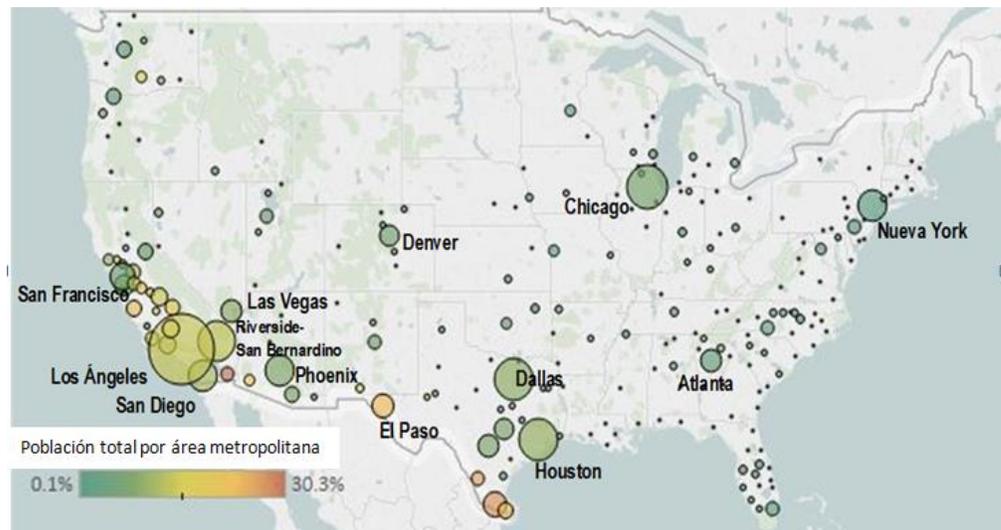
⁴ Zonas metropolitanas con 200 mil o más personas nacidas en México.

ÁREA METROPOLITANA	POBLACIÓN	%
Phoenix-Mesa-Scottsdale (Arizona)	358,609	6.2
San Diego-Carlsbad-San Marcos (California)	301,964	5.2
San Francisco-Oakland-Fremont (California)	327,424	5.7
El Paso (Texas)	199,771	3.5
TOTAL	5,778,952	100

Fuente: Estimaciones de CONAPO con base en Bureau of Census, *Current Population Survey* (CPS), marzo de 2010-2013

De manera gráfica se observan las zonas metropolitanas que concentran a los mexicanos residentes en EUA.

Distribución geográfica de los migrantes de origen mexicano en áreas metropolitanas de EUA, 2010-2014



Fuente: Migration Policy Institute, con datos del Buró del Censo de EUA, 2010-14.

3.3.2. Resultados del VMRE en los Procesos Electorales Federales 2005-2006 y 2011-2012

Los resultados del VMRE en 2006 y 2012, muestran una constante: EUA, además de concentrar el mayor número de mexicanos residentes en el extranjero, es el país de donde provinieron el 87% y 72% del total de Sobres Voto en los procesos electorales 2006 y 2012, respectivamente.

Para los mismos periodos, el 13% y el 28% de los votos provinieron del resto del mundo, respectivamente, lo cual es significativo pues dichos votos correspondieron al 2% y 1% del total de la votación de los mexicanos residentes en el extranjero. En este sentido, observamos un aumento del 28% entre los países de procedencia de los votos, que se incrementaron de 71 países en 2006 a 91 en 2012.

Sobres Voto turnados a escrutinio y cómputo Estados Unidos y resto del mundo

País	NÚMERO DE VOTOS		PORCENTAJE DEL TOTAL DE VOTOS		PORCENTAJE DE MEXICANOS EN EL EXTRANJERO	
	2006	2012	2006	2012	2006	2013
Total	32,632	40,737	100	100	100	100
EUA	28,335	29,348	87	72	98	99
Resto del mundo	4,297	11,389	13	28	2	1

Fuente: Informes Finales sobre el Voto de los Mexicanos Residentes en el Extranjero, 2006 y 2012.

Al aumento en el número de países de donde provinieron los Sobres Voto, se observa también un incremento en la cantidad de éstos que se recibieron por país.

Cabe señalar que los países que encabezan la lista en ambos procesos, apenas y se modificó. Los Sobres Voto provenientes de Canadá aumentaron en 166%, de España 87%, alcanzando incluso aumentos de 223% para Alemania, 204% para los Países Bajos y 309% para Australia.

Igualmente, vale precisar que los países donde residen la mayoría de los mexicanos, son también los países de donde procedieron el mayor número de votos en ambos procesos electorales.

Sobres Voto turnados a escrutinio y cómputo y variación porcentual, primeros 10 países, 2006 y 2012

SOBRES VOTO	2006	2012	VARIACIÓN PORCENTUAL
Estados Unidos de América	28,346	29,348	+4%
España	1,168	2,180	+87%
Canadá	823	2,192	+166%
Francia	464	1,195	+158%
Reino Unido	428	877	+105%
Alemania	368	1,188	+223%
Italia	191	407	+113%
Suiza	183	351	+92%
Países Bajos	94	286	+204%
Bélgica	77	—	—
Australia	—	303	—
TOTAL	32,632	40,737	+24.83%

Fuente: Informes Finales sobre el Voto de los Mexicanos Residentes en el Extranjero, 2006 y 2012.

Respecto a EUA, se presentó un incremento del 4% entre un periodo y otro. Los estados de California, Texas e Illinois representan el 56.48% de los Sobres Voto recibidos de EUA en 2012.

Sobres Voto turnados a escrutinio y cómputo y variación porcentual, primeros 10 estados de EUA, 2006 y 2012

SOBRES VOTO	2006	2012	VARIACIÓN PORCENTUAL
California	11,268	8,548	-24%
Texas	4,127	5,141	+25%

SOBRES VOTO	2006	2012	VARIACIÓN PORCENTUAL
Illinois	2,833	2,887	+25%
Arizona	1,121	1,657	+48%
Florida	927	1,448	+56%
Nueva York	863	1,230	+43%
Georgia	592	941	+59%
Carolina del Norte	564	556	-1%
Colorado	543	632	+16%
Washington	493	—	—
Nevada	—	524	—
TOTAL EUA	28,346	29,348	+4%

Fuente: Informes Finales sobre el Voto de los Mexicanos Residentes en el Extranjero, 2006 y 2012.

3.3.3. Avances en el proceso de credencialización de la ciudadanía residente en el extranjero

El 8 de febrero de 2016, el INE inició el proceso de emisión de la Credencial para Votar desde el Extranjero (CPVE), a través de las embajadas y consulados de México en todo el mundo. De esta manera, se suma información de primera mano, para conocer la ubicación y dinamismo de la ciudadanía mexicana residente en el extranjero.

La información recabada desde el inicio del programa a julio de 2017, nos indica que Estados Unidos (98.85%), Canadá (0.41%), España (0.13%), Francia (0.09%) y el Reino Unido (0.06%), ubican a los consulados con el mayor número de trámites de credencial de elector, que a julio de 2017, corresponde a **391,300 trámites** recibidos por el INE, de los cuales **313,467** CPVE han sido entregadas a las y los ciudadanos, y de ellas **104,249** han sido activadas.

A la información sobre el total de población de origen mexicano en el mundo, se agregan los datos correspondientes a los trámites para solicitar la CPVE, que ofrecen el valor adicional de implicar cierto grado de interés por participar en las elecciones mexicanas.

Trámites de obtención de la CPVE, en sedes consulares, acumulado a julio de 2017

País	Consulado	Trámites ingresados
Estados Unidos de América	Los Ángeles*	44,365
	Chicago*	43,393
	Dallas*	37,755
	Houston*	27,903
	Nueva York*	14,224
	Atlanta	14,209
Canadá	Montreal	487
	Vancouver	430
	Toronto	396
Francia	París	365
España	Madrid	277
Reino Unido	Londres	248

*Se integran los datos del consulado de cada ciudad, así como los de los consulados móviles y "sobre ruedas" que trabajan en ellas.

Fuente: DERFE, Coordinación de Procesos Tecnológicos, Dirección de Operaciones del CECYRD.

Como se aprecia en el cuadro, los consulados que encabezan la lista con mayor número de trámites son Los Ángeles, Chicago, Dallas y Houston, que representan el 39.2% del total de trámites de CPVE.

Destaca el caso del consulado de Nueva York, que si bien en datos demográficos se posiciona en el noveno lugar, en interés por el trámite de la CPVE, se ubica en quinto lugar.

3.4. Selección de lugares para la instrumentación de la Estrategia

Con base en la información presentada se considera focalizar los esfuerzos de difusión, vinculación y comunicación en **EUA**, en primer lugar por la magnitud de población de origen mexicano que reside en dicho país, por la concentración en zonas urbanas que facilita el desarrollo de las acciones, la mayor participación en las experiencias de VMRE a nivel federal, así como el mayor porcentaje de participación en lo que a trámite de CPVE se refiere.

De manera específica, en EUA, de acuerdo a los criterios de selección referidos anteriormente, los lugares preferibles para la realización de las distintas acciones, que no son limitativos pero que se considerarán de manera importante para el despliegue de esfuerzos, son los estados de **California, Texas, Illinois, Arizona, Georgia, Florida y Nueva York.**

Para las acciones a desarrollar en otras partes del mundo se considera el uso de medios digitales, toda vez que la experiencia del VMRE 2011-2012, así como los avances en los trámites de CPVE demuestran que la ciudadanía mexicana residentes en países distintos a EUA, no se concentra geográficamente y asisten al consulado de manera esporádica, por lo que, en muchos casos, la información se obtiene y comparte a través de redes sociales y páginas de internet.

3.5. Etapas de la Estrategia

La Estrategia Integral de Promoción del VMRE, Procesos Electorales 2017-2018, contempla tres diferentes etapas a fin de informar a la ciudadanía en el exterior los requisitos y procedimientos para el ejercicio del voto desde el extranjero.



Los materiales de las distintas etapas se difundirán en diferentes momentos, medios y canales, siendo los meses de septiembre de 2017 a marzo de 2018 los que concentran la mayor exposición de la temática a difundir:



AGOSTO 2017 –
MARZO 2018

SEPTIEMBRE 2017 –
MARZO 2018

ABRIL – JUNIO 2018

Durante estas etapas, se informará a las y los ciudadanos en el extranjero que pueden participar en la elección para renovar la Presidencia, Senaduría y Gubernatura de Chiapas, Ciudad de México, Guanajuato, Jalisco, Morelos, Puebla y Yucatán, entidades con procesos electorales coincidentes, que reconocen el derecho al VMRE.

Se informará igualmente que para participar en las elecciones, se deberá contar con una Credencial para Votar vigente. En el caso de aquellas ciudadanas y ciudadanos, cuya credencial ya no tenga vigencia, o bien, que nunca la hayan tramitado, podrán solicitarla a través de la red consular de México en el mundo, por lo que, se difundirán los requisitos y pasos para ello.

Además, se informará a las y los ciudadanos que su participación es importante para el país y que para poder ejercer su derecho a voto, deberán registrarse en la LNERE, con los requisitos, mecanismos y procedimientos para ello.

En esta etapa se difundirán los detalles del procedimiento para el ejercicio del voto por la vía postal (recepción del Paquete Electoral Postal, ejercicio del sufragio, y envío del voto a México para ser contado).

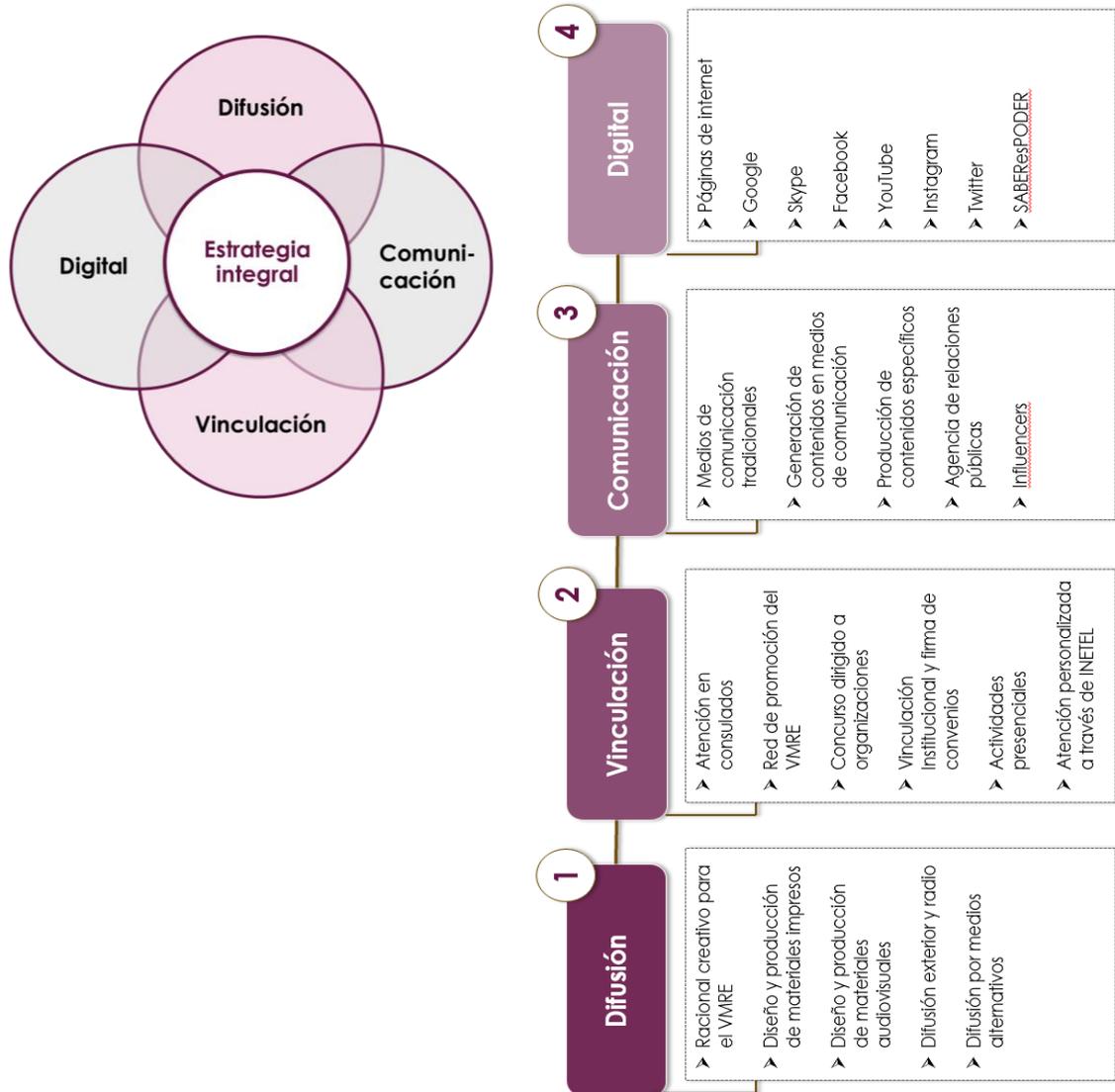
Igualmente, se informarán sobre los plazos para la recepción del voto, promoviendo la remisión del mismo en tiempo y forma para que sea contado como válido el día de la jornada electoral.

3.6. Acciones para la promoción del VMRE

Se llevarán a cabo acciones en cuatro vertientes principales, que se desarrollarán de manera coordinada con los OPL con VMRE en las elecciones de 2018:

- Acciones de **difusión**
- Acciones de **vinculación**
- Acciones de **comunicación social**

- Acciones en **plataformas digitales**



En la aplicación de las acciones de difusión, vinculación, comunicación social y plataformas digitales de la Estrategia Integral, se deberán privilegiar aquellas acciones cuyo impacto pueda ser medido y que presenten mejores condiciones de costo-beneficio.

4. Acciones de Difusión

Para realizar las acciones de difusión del VMRE durante los Procesos Electorales Federal y Locales 2017-2018, la DECEyEC a través de la Dirección de Difusión y Campañas Institucionales contempla la subcampaña del VMRE, misma que se enmarca en la Estrategia de difusión 2017 aprobada el 8 de diciembre de 2016 por la Comisión de Capacitación Electoral y Educación Cívica del Consejo General del INE.

4.1. Objetivos particulares

- Que la ciudadanía mexicana radicada en el extranjero conozca las atribuciones y actividades del INE y de los OPL, como autoridades electorales autónomas e independientes en sus decisiones y funcionamiento, responsables de organizar las elecciones federales y locales en sus respectivos ámbitos de competencia y coordinación.
- Que la ciudadanía mexicana residente en el extranjero conozca sobre su derecho al voto, los cargos de elección popular por los que se puede votar desde el extranjero, y los demás mecanismos de participación a que tenga derecho, así como que el INE es el responsable de tramitar y enviar de manera gratuita la CPVE a través de los consulados y embajadas de México; de la conformación del Padrón Electoral y de la LNERE; del envío del Paquete Electoral Postal a aquellas ciudadanas y ciudadanos inscritos en la LNERE; la recepción del sufragio extraterritorial, para garantizar el derecho de la ciudadanía mexicana en el exterior a elegir los cargos de elección popular que correspondan, independientemente de su lugar de residencia en el extranjero.

4.2. Mensaje central

La ciudadanía mexicana residente en el extranjero puede y debe influir en las decisiones públicas del país mediante el ejercicio del derecho al voto desde su lugar de residencia.

4.3. **Eslogan**

A fin de responder al nuevo acontecer político de EUA, país que concentra al 97.33% de los connacionales en el extranjero, y generar cercanía con la ciudadanía en el resto del mundo y en México, se presenta el slogan del VMRE, resultado de una evaluación profunda de tres propuestas de eslogan para lograr los objetivos señalados.

México está donde estás tú

Se trata de una frase emocional y funcional que genera un alto grado de identificación personal, la ciudadanía mexicana residente en el extranjero se vuelve vocera de México, al llevar al país siempre y en todo lugar.

El eslogan despierta emociones positivas, sentimiento de identidad, orgullo nacional, remite al país, a los orígenes y a los conocidos que viven en México, por lo que permite la credibilidad de los mensajes y de los llamados a la acción que se desarrollen en cada etapa de la estrategia.

El eslogan se incluirá en todos los materiales de promoción y difusión que se generen y deberá ser acompañado de la dirección electrónica del micrositio del VMRE, que contendrá información detallada de los requisitos y procedimientos para el ejercicio del VMRE.

votoextranjero.mx

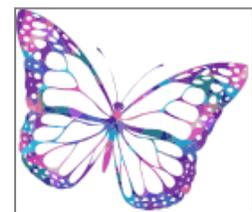
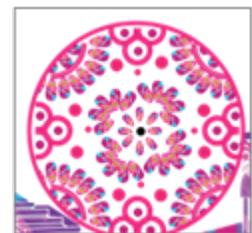
4.4. **Racional creativo del VMRE**

A fin de generar interés y estimular la participación de la ciudadanía residente en el extranjero se propone una gráfica simple, atractiva y colorida que permite sensibilizar con sentido de pertenencia. Se ofrecen elementos fáciles de conocer y reconocer de la identidad cultural del país, que reflejen la diversidad y riqueza de México. Para ello, se incluyen elementos gráficos que representan diversas expresiones culturales, paisajes naturales, elementos arquitectónicos y artesanales, flora y fauna, elementos festivos, entre otros.



Las líneas de los diseños están compuestas de una sucesión de puntos con los que se representa a la ciudadanía mexicana, la variedad de colores se unen para darle vida a los elementos gráficos representados.

Por las características del diseño es posible generar una gama amplia de piezas que representen de manera precisa las particularidades de las distintas entidades del país, por ejemplo:



La línea grafica de polígonos se puede aplicar en el diseño de materiales impresos, promocionales, materiales digitales, textiles entre otros.

Para cumplir con los objetivos de difusión antes señalados, se contempla el desarrollo de las acciones a través de los siguientes canales.

4.5. Estrategia

Para cumplir con los objetivos de difusión señalados en la subcampaña del VMRE, se contempla el desarrollo de las acciones a través de una estrategia de posicionamiento y focalización.

4.5.1. Posicionamiento

Que la ciudadanía mexicana residente en el extranjero relacione al INE y a los OPL con **votar desde el extranjero, elecciones en México y credencial para votar**, y generar en el público objetivo el deseo de obtener la CPVE y participar e incidir en la vida política democrática de México a través de su voto desde el extranjero.

4.5.2. Focalización

Derivado de los resultados del VMRE en 2006 y 2012, así como el avance de la credencialización en el extranjero y la información estadística disponible, los esfuerzos de difusión se concentrarán en EUA, particularmente en los estados de California, Texas, Illinois y Nueva York, aunque no exclusivamente.

La campaña de difusión se ejecutará a través de medios convencionales y no convencionales, a fin de ampliar su alcance:



4.5.3. **Materiales impresos**

Para acompañar las distintas etapas de la estrategia se considera la impresión de materiales informativos para el VMRE. De esta manera se contempla el diseño y producción de los siguientes materiales impresos:

- Dípticos
- Volantes
- Carteles
- Pendones (lonas)
- Folleteros

Materiales impresos en EUA, Canadá y resto del mundo

Los materiales de difusión impresos serán distribuidos a nuestros connacionales a través de la red de consulados y embajadas de México en el mundo, instituciones educativas, organizaciones de mexicanos residentes en el extranjero, especialmente en EUA, así como en las actividades presenciales en el extranjero que en este marco se desarrollen.

Materiales impresos en territorio nacional

La distribución en México será a través de los órganos desconcentrados del INE, instituciones de la administración pública federal y local, y las organizaciones de la sociedad civil (OSC) con las que se celebre un convenio o aquellas inscritas en la red de promotores, así como en actividades que el INE desarrolle en territorio nacional.

La información que se incluya en los materiales impresos se coordinará con la DERFE, en coherencia con los mensajes que se determinen para cada etapa de la estrategia integral, mismos que incluirán información relativa a la credencialización en el extranjero; los requisitos y procedimientos para obtenerla, así como la información general del derecho de nuestros connacionales a votar desde el extranjero; las atribuciones del INE y los cargos de elección popular por los que se puede ejercer la votación extraterritorial; el periodo de inscripción a la LNERE, y la parte procedimental.

4.5.4. **Materiales audiovisuales**

La Subcampaña del VMRE contempla el diseño y la producción de materiales audiovisuales que sensibilicen sobre la importancia de la participación electoral desde el extranjero e informen los procedimientos, requisitos y cargos por los que se podrá sufragar con el voto extraterritorial.

Los materiales previstos son:

- Cápsulas de radio, y
- Cápsulas de televisión.

Para la difusión en territorio nacional se considerarán los tiempos del Estado en radio y televisión, así como medios digitales no pautados. En el caso del extranjero, los materiales serán difundidos a través de las redes sociales, las inserciones en medios digitales, las pantallas de las salas de espera en los consulados de México en EUA, así como los espacios gratuitos que se logren sumar.

4.5.5. **Difusión exterior y radio en EUA**

Atendiendo las características de las y los ciudadanos mexicanos residentes en EUA, se ha determinado el desarrollo de una estrategia de difusión utilizando **publicidad exterior y radio**, focalizando las acciones de acuerdo a los criterios de selección geográfica que se plantean en esta estrategia, de acuerdo con el apartado 3.4.

Publicidad exterior

Los medios considerados para la **publicidad exterior** podrán incluir **carteleras** (espectaculares, vallas, soportes fijos o móviles, impresos o digitales); **mobiliario urbano** (parabuses en soporte impreso o digital, bancas, buzones, soportes publicitarios, puentes peatonales, entre otros) y **transporte** (publicidad en el exterior o rotulado de vehículos de transporte colectivo y publicidad en el interior de vehículos de transporte colectivo).

Espacios en radio

A fin de potenciar los mensajes de la estrategia se contempla la gestión de espacios y pauta en radio para la transmisión de las cápsulas y materiales de audio que se generen, desarrollando acciones que podrían considerar menciones, presencia en programas especiales consumidos por la ciudadanía mexicana residente en la selección geográfica antes mencionada, e incluso actividades como maratones radiofónicos que impulsen el llamado de las distintas etapas de la estrategia.

4.5.6. Difusión por medios alternativos

La subcampaña del VMRE contempla también, la utilización de medios alternativos o *Below the Line* (por sus siglas en inglés “BTL”), se trata de la realización de actividades que logren la interacción con la ciudadanía, propiciando una buena experiencia que facilite recordar los mensajes.

Activaciones presenciales

Activaciones dirigidas a segmentos específicos de la ciudadanía en el extranjero, basadas en el concepto **México está donde estás tú**. En este sentido se propone la realización de distintos murales de arte urbano (*street art*) u otra actividad que permita involucrar a la comunidad, estimular la participación, el contacto directo, la generación de contenidos y una mayor inclusión de la ciudadanía.

Acciones de difusión alternativa en tierra

En el marco de las activaciones se podrán realizar otras estrategias como el reparto de material impreso, el pegado de posters que difundan el derecho al VMRE, donde la ciudadanía mexicana se concentra, potenciando los mensajes.

4.5.7. Medios digitales

Respecto a las acciones de promoción digital, cabe señalar que debido al alto índice de penetración así como al alcance geográfico a un costo relativamente bajo, las plataformas digitales resultan

ideales para la promoción y difusión del VMRE; por ello, la DECEyEC se suma a la estrategia digital que se ha definido a nivel institucional.

La DECEyEC mantiene la responsabilidad de generar piezas de comunicación digital (*videos, gifs, banners*) y otros materiales en diversos formatos (*cápsulas*), a fin de proporcionar contenidos para su difusión orgánica y pagada.

5. Acciones de Vinculación

A fin de contribuir al objetivo general de la presente Estrategia, se contempla definir y desarrollar acciones de vinculación con instituciones públicas y privadas, asociaciones y organizaciones de la sociedad civil, y con la ciudadanía en general, para la promoción de la credencialización en sedes diplomáticas, la inscripción a la LNERE de la manifestación de votar y el ejercicio del VMRE, al tiempo que se retroalimentan y enriquecen las acciones que el INE desarrolle en la materia.

5.1. Objetivos específicos

Las acciones de vinculación tienen como objetivos específicos:

- Consolidar vínculos y acciones de colaboración con las instituciones públicas, privadas y educativas, organizaciones de la sociedad civil y la ciudadanía en general para promover el VMRE, mediante la puesta en marcha de la Red de Promoción del VMRE 2017-2018, la firma de convenios de apoyo y colaboración, y la apertura de espacios de participación a las organizaciones y asociaciones de la sociedad civil, con proyectos de promoción.
- Llevar a cabo las actividades de orientación ciudadana directa e inmediata, a través de los servicios de atención ciudadana con que cuenta el INE.
- Impulsar la colaboración con órganos desconcentrados del INE, a propósito de potenciar y fortalecer la promoción del VMRE en las elecciones de 2018.
- Reforzar la labor del INE con actividades presenciales en el extranjero, a través de una agenda focalizada con la comunidad, medios y autoridades, así como de la organización de foros informativos y la participación en eventos de importante afluencia mexicana.

5.2. Acciones de vinculación por segmentos

Para el logro de los objetivos planteados, es necesario definir las instituciones, así como las organizaciones de la sociedad civil susceptibles de colaborar en la promoción de la credencialización, el registro en la

LNRE y el ejercicio del VMRE, que permitan un trabajo de vinculación de alto impacto, a través de actividades conjuntas en México y en el extranjero, que aprovechen los canales y espacios que dichos actores ofrecen, para multiplicar la información, al tiempo que se contribuye al posicionamiento institucional en el extranjero.

En ese sentido, las acciones de vinculación se realizarán en función de los siguientes segmentos:

- Ciudadanía residente en el extranjero (organizada y no organizada)
- Instituciones públicas (federal y local)
- Instituciones de educación superior y centros de investigación
- Actividades presenciales en el extranjero
- Actividades presenciales en territorio nacional

5.3. **Ciudadanía residente en el extranjero (organizada y no organizada)**

Dentro de este segmento, se prevén las siguientes acciones de vinculación:

- Vinculación y atención ciudadana a través del servicio de INETEL
- Red de Promoción del VMRE
- Convenios de colaboración con organizaciones de la sociedad civil
- Propuesta de convocatoria de participación dirigida a organizaciones para la promoción del VMRE

5.3.1. **Vinculación y atención ciudadana a través del servicio de INETEL**

INETEL tiene el servicio de 3 números de atención sin costo, a través de 1 (866) 986-8306 desde Estados Unidos sin costo, +52 (55) 5481-9897 desde otros países y 01 800 433-2000 desde México.

El servicio de INETEL representa otra vía de información para que le ciudadano reciba atención personalizada y de esta forma cubrir ampliamente las etapas de la estrategia Integral para que las y los mexicanos residentes en el extranjero puedan ejercer el voto.

A través de INETEL, se realizarán las siguientes **actividades**:

- Invitar a través de llamadas directas y personalizadas, al registro a la LNERE y ejercicio del voto.
- Promocionar mediante el uso de spots en llamadas en espera, el registro a la LNERE y el ejercicio del voto.

En relación con los OPL, se compartirá el protocolo de atención con el fin de estandarizar los procesos de información y orientación a los ciudadanos.

Si bien, algunas de estas actividades se vienen realizando para el tema de la credencialización, se reforzará su instrumentación a partir de septiembre de 2017 y hasta marzo de 2018 para el tema relativo al registro a la LNERE, y de abril a junio de 2018 para incentivar el ejercicio del sufragio.

5.3.2. Red de Promoción del VMRE

A través de esta acción se pretende articular una red de promoción amplia e inclusiva, a través de la incorporación voluntaria, activa y de buena fe de organizaciones, instituciones y ciudadanos en México y en el extranjero, interesados en impulsar la participación político-electoral de las y los connacionales, en los **términos** siguientes:

- La Red se conformará a través de una **convocatoria** abierta y pública, a partir de aceptación de una **carta de buena intención** dispuesta en www.votoextranjero.mx, que asegure el carácter imparcial y en apego a las normas, valores y prácticas del INE, por lo que, las actividades desplegadas por las miembros, no podrán estar dirigidas a influir en las preferencias electorales de los ciudadanos, a favor o en contra de los partidos políticos, coaliciones, aspirantes, precandidatos o candidatos ni generar confusión, presión o coacciones en los electores.
- Si bien el registro de los interesados en integrar la Red estaría abierto durante todo el proceso electoral, la **difusión** de la convocatoria se intensificará en los meses de septiembre a diciembre de 2017, privilegiando el uso de las plataformas electrónicas como el micrositio www.votoextranjero.mx, las redes sociales como Facebook, Twitter y Youtube, y boletines, así como, en su caso, en los eventos presenciales.
- A través de esta Red, el INE se compromete a sumar a los interesados a quienes dará **apoyos en especie** como: materiales impresos y digitales, y talleres de capacitación virtual o presencial. Las actividades que nos compartan los miembros a

través de evidencia fotográfica, audiovisual, etc., serán difundidas por el INE.

- Se otorgará un **reconocimiento** al liderazgo y a la labor realizada por los miembros en pro de los derechos político-electorales de los mexicanos residentes en el extranjero.

Los OPL podrán sumarse para el despliegue de esta actividad de manera conjunta.

5.3.3. **Convenios de colaboración con Organizaciones de la Sociedad Civil**

La sociedad civil organizada ha tenido un papel fundamental en la promoción y defensa de los derechos humanos, la observación electoral y la defensa del voto, la introducción de temas en la agenda pública y también han contribuido en el fortalecimiento de la pluralidad política y el control y vigilancia de los actores políticos.

De acuerdo con el informe final del *Comité Técnico de Especialistas para elaborar un análisis jurídico, técnico, organizativo y presupuestal de las alternativas sobre el Voto de los Mexicanos Residentes en el Extranjero*, conformado el 5 de diciembre de 2012 por el Instituto Federal Electoral (Acuerdo CG753/2012), específicamente en el apartado 6.1 *Mecanismos de cooperación con organizaciones de la sociedad civil (OSC) en el extranjero*, se concluye que las OSC en el extranjero constituyen un canal idóneo de transmisión de toda la información institucional y de promoción cívica que requieren los ciudadanos que se encuentran fuera del país sin contacto ni exposición directa a todos los medios de información política y electoral a los que tienen acceso sus connacionales dentro del territorio nacional.

En virtud de lo anterior, radica la importancia de generar y fortalecer vínculos estratégicos, formales y de largo alcance, con actores relacionados con los mexicanos residentes en el extranjero, que permitan ampliar los canales para promover y proveer de toda la información oportuna y relevante para que los ciudadanos puedan ejercer sus derechos políticos en sus lugares de residencia.

Los convenios tendrán por **objetivo** establecer las bases y los mecanismos de colaboración y coordinación formales, entre las organizaciones, a fin de desarrollar acciones conjuntas de información, promoción y orientación a los mexicanos residentes en el extranjero.

Se prevé como mecanismo de vinculación de más alcance, para este y procesos subsecuentes, con organizaciones, asociaciones, y otros actores que cuenten con infraestructura y recursos adecuados para la ejecución del convenio. Para el caso de las **agrupaciones** de mexicanos residentes en el extranjero, es indispensable explorar esfuerzos de colaboración con:

- Las federaciones, confederaciones, clubes de oriundos, asociaciones y organizaciones de mexicanos residentes en el extranjero (en el IME, se tiene un registro de 2 mil organizaciones; en la base de datos de contactos del VMRE, se cuenta con 225 organizaciones).
- Los órganos consultivos del IME.
- Las ligas y clubes deportivos mexicanos, mexicano-americanos, hispanos y latinos.
- Redes de Talentos.

La colaboración tendrá que suscribirse invariablemente a los siguientes **términos**:

- Las actividades a desarrollar serán de carácter imparcial, en estricto apego a los valores, principios, prácticas e instituciones de la democracia. Las actividades desplegadas por las organizaciones ciudadanas acreditadas no podrán estar dirigidas a influir en las preferencias electorales de las y los ciudadanos, a favor o en contra de los partidos políticos, coaliciones, aspirantes, precandidatos o candidatos ni generar confusión, presión o coacciones en los electores.
- Las OSC no tendrán vínculo alguno con partidos políticos, aspirantes, precandidatos o candidatos a cargos de elección popular.

Si bien, la suscripción de convenios podrá celebrarse durante el proceso, se impulsará la formalización de estos instrumentos durante los meses de septiembre a diciembre de 2017.

5.3.4. **Propuesta de convocatoria de participación dirigida a organizaciones para la promoción del VMRE**

Con el objeto de construir lazos de colaboración, se propone emitir una convocatoria de participación dirigida a OSC con actividad en el exterior para la promoción del VMRE, con el **objetivo** general de

promover la participación electoral de las y los mexicanos residentes en el extranjero, mediante el apoyo económico de proyectos de participación política, educación cívica y cultura democrática de las y los connacionales en el exterior, que presenten OSC interesadas para coadyuvar en el VMRE 2017-2018.

Esta propuesta estará sujeta a la autorización y disponibilidad presupuestal correspondiente; no obstante, se pretende que esta convocatoria en 2017, a fin de que los proyectos por parte de las OSC se ejecuten en el primer trimestre de 2018.

5.4. **Instituciones públicas federales y locales**

El objetivo es identificar a las instituciones de la administración pública, federal y local, que tienen la atribución de atender temas relacionados con los mexicanos residentes en el extranjero, a fin de proponer mecanismos de vinculación y colaboración formales, que permitan el trabajo conjunto, articulado y ordenado, en la difusión y promoción de la credencialización en el extranjero, el registro a la LNERE y el ejercicio del VMRE.

Actores relevantes:

Entre las instancias de la **administración pública federal**, que atienden el tema migratorio, se han identificado más de 40 instituciones, entre secretarías de Estado, institutos nacionales, comisiones y consejos que en el ámbito nacional instrumentan programas de atención para las comunidades de mexicanos en el extranjero y que son susceptibles de colaborar en la promoción del VMRE y la credencialización en el extranjero. Todas ellas incluidas en el Programa Especial de Migración 2014-2018, del que el INE forma parte. Igualmente se hace necesaria la inclusión de instituciones que, en ámbitos distintos a la atención de mexicanas y mexicanos en el extranjero, disponen de personal y conocimiento como las instituciones encargadas de la promoción económica y turística de México en el extranjero.

Una mención especial la tiene la **SRE**, que por la naturaleza del proyecto es el aliado estratégico del INE para el desarrollo de los temas y por ello requiere una atención particular que se considerará en la propuesta de acciones presenciales en el extranjero.

Adicional a la acción federal en materia de atención a migrantes, y en respuesta a las dinámicas que la migración impone, una gran mayoría de los **gobiernos estatales de México** han emprendido acciones para la atención de sus oriundos en el extranjero. Se trata de 29 instituciones de la administración pública local, que abarcan 3 secretarías de atención a

migrantes (Michoacán, Guerrero y Zacatecas) y 1 Subsecretaría (Chiapas). Igualmente hay 4 coordinaciones generales y 4 institutos encargados de la atención de sus oriundos en el extranjero.

Algunas administraciones cuentan con oficinas de enlace en la zona fronteriza del país y en EUA, así como en otros estados con alto índice de emigración, como Ciudad de México, Durango, Estado de México, Michoacán y Tlaxcala.

Al tratarse de instituciones de carácter público, los mecanismos de vinculación y colaboración deberán construirse en un marco institucional, que brinde legalidad y formalidad, y que permita el seguimiento y evaluación del programa correspondiente. Para ello es indispensable considerar distintos instrumentos que incluyan, desde la firma de **programas de trabajo**, hasta **convenios de colaboración**.

En el marco de estos instrumentos de colaboración, se establecerían los mecanismos para lograr informar a beneficiarios de sus programas y, en general, promover la CPVE, el registro a la LNERE y el ejercicio del VMRE, a través de sus canales y mecanismos de comunicación institucionales.

El INE proporcionaría en todo caso **apoyos** en especie (materiales impresos y digitales, talleres, capacitación virtual o presencial para la promoción) y, eventualmente, podría participar en actividades con otros recursos.

Si bien la suscripción de convenios o agendas de trabajo podrán concretarse durante el proceso, se impulsará la formalización de estos instrumentos durante los meses de septiembre a diciembre de 2017.

Se sugiere que el INE y el OPL realicen estas actividades de manera coordinada, esquema en el cual el INE pueda desplegar las acciones y ser el canal en el ámbito federal y los OPL en el ámbito local.

5.5. **Instituciones de educación superior y centros de investigación**

Se plantea este sector en virtud de que atienden a una población que puede estar residiendo de manera temporal en el exterior, pero accesible al encontrarse inscritas en programas académicos o profesionales, realizando estudios o intercambios.

De esta forma se podría seguir el esquema de formalización de trabajos que se pretende instrumentar para atender a las Instituciones de la Administración Pública, bien a través de la formalización de programas o de convenios específicos amplios.

El perfil que atienden estas instituciones cerrará la pinza para la atención a mexicanos de alta calificación y permitiría el trabajo coordinado con las instituciones académicas de referencia. En este orden los **actores** a considerar son:

- Redes académicas y universitarias:
- Universidades y centros de estudios mexicanos, chicanos y latinos.
- Universidades mexicanas con programas de intercambio académico en el extranjero y sus contrapartes.
- Becarios y ex becarios de CONACYT, Fullbright y programas análogos en otros países.
- Organizaciones de estudiantes y egresados mexicanos de universidades en el extranjero.
- Organizaciones y líderes de profesores e investigadores mexicanos que viven y trabajan en universidades en otros países.

Las **actividades** a través de esta vinculación estarían orientadas a:

- Brindar información a estudiantes y becarios y promover el VMRE.
- Realización de Foros, talleres y programas de capacitación sobre el tema.
- Elaboración de investigaciones y generación de conocimiento.

Si bien las acciones de apoyo y colaboración podrán concretarse durante el proceso, se impulsará la formalización de estos instrumentos durante los meses de septiembre a diciembre de 2017.

Se sugiere que el INE y el OPL realicen estas actividades de manera coordinada, esquema en el cual el INE pueda desplegar las acciones y ser el canal en el ámbito federal y los OPL en el ámbito local.

5.6. **Actividades presenciales en el extranjero**

Estas actividades deberán realizarse de manera focalizada, en lugares y fechas propicias con actores clave para multiplicar información, que además contribuya al posicionamiento institucional en el extranjero, y que a la vez permitan comunicar en materia del VMRE. Estas actividades permiten la identificación y atención a diversos perfiles (menos familiarizados con el uso de tecnologías de la información, con un perfil

educativo menor, o sectores con mayores años de estudio, entre otras variables).

En este rubro se contemplan las siguientes **actividades**:

- Giras de trabajo por voceros institucionales
- Participación en eventos masivos o especiales
- Foros de información para mexicanos residentes en el extranjero

5.6.1. **Giras de trabajo por voceros institucionales**

Serán realizadas por autoridades y funcionarios electorales, para lo cual deberán definirse fechas y lugares propicios, con base en el análisis para la selección de lugares previsto en el apartado 3.3 y 3.4 de la presente estrategia.

Durante estas giras, se atenderán **actividades** con medios de comunicación, actos emblemáticos y la realización de reuniones-encuentros con los distintos grupos de mexicanos, la academia y el personal diplomático.

Se tiene estimado realizar alrededor de 20 giras durante los meses de agosto de 2017 a marzo de 2018, de manera especial en EUA.

Se podrán conjugar esfuerzos entre el INE y los OPL para el despliegue de estas giras, de acuerdo a la disponibilidad presupuestal de cada instituto y lugares de coincidente interés.

5.6.2. **Participación en eventos masivos o especiales**

Tiene el **propósito** de informar directamente a los ciudadanos en eventos que concentren a un número considerable de connacionales. Para ello, se tiene previsto seleccionar fechas representativas del calendario cívico, cultural y religioso, a fin de atender directamente a la población asistente.

Tratándose de la participación en eventos durante el periodo de inscripción a la LNERE, se estima pertinente que el INE cuente con un dispositivo electrónico para realizar la inscripción de los interesados en dichos lugares.

Se contempla participar en al menos 10 espacios o eventos masivos durante 2017, para instalación de módulo informativo y de apoyo a

trámite de credencialización (agosto) y de apoyo al registro a la LNERE (de septiembre a diciembre).

Se podrán conjugar esfuerzos entre el INE y los OPL para el despliegue de estas giras, de acuerdo a la disponibilidad presupuestal de cada instituto y los eventos de coincidente interés.

5.6.3. **Foros de información para mexicanos residentes en el extranjero**

Tienen como **finalidad** generar espacios de diálogo e intercambio para informar sobre los derechos político-electores, el modelo de votación, los cargos, fechas y requisitos para el ejercicio del voto y promover la participación en las elecciones de 2018.

Se tiene previsto al menos un foro informativo en 2017 y otro en 2018, ambos en el extranjero.

Se podrán conjugar esfuerzos entre el INE y los OPL para la organización de estos eventos, de acuerdo a la disponibilidad presupuestal de cada instituto.

5.7. **Actividades presenciales en territorio nacional**

A partir de la experiencia acumulada, se ha ido transformando la lógica de colaboración que se caracterizó en un inicio en apoyos casuísticos y coyunturales, a una forma de trabajo que potencializa y multiplica el esfuerzo institucional encaminado a incrementar la participación político-electoral de los ciudadanos radicados en el extranjero, a través de sus familiares y amigos con residencia en territorio nacional, así como de las y los connacionales residentes en el extranjero que vuelvan al país en fechas especiales.

Uno de los esfuerzos más importantes para ello, es el programa de colaboración con las Juntas Locales Ejecutivas, a través de la elaboración y seguimiento de metas colectivas, que en esta ocasión se plantean para la promoción del VMRE durante el proceso electoral 2017-2018, de manera particular, en las entidades que reportan el índice más alto de migración y fronteras.

Como parte de estas **actividades** en territorio nacional, se contemplan las siguientes acciones:

- Promoción del VMRE a través de medios de comunicación locales.

- Actividades presenciales en eventos de concurrencia de mexicanos migrantes en territorio nacional
- Distribución de materiales impresos y digitales, talleres, capacitación virtual o presencial para la promoción.
- Identificación y colaboración con actores estratégicos a nivel regional.

6. Acciones de Comunicación Social

6.1. Objetivos específicos

Las acciones de Comunicación Social que se desplegarán a fin de informar a la ciudadanía residente en el extranjero sobre los Procesos Electorales 2017–2018, tienen como objetivos específicos:

- Posicionar en medios tradicionales y digitales, las acciones que lleva a cabo el INE para garantizar el derecho al voto que tienen todos los mexicanos, sin importar el lugar donde residan.
- Difundir a través de los mismos canales, mensajes encaminados a convencer a los mexicanos residentes en el extranjero de que participar en las elecciones en México les conviene y tiene una repercusión en su vida, estén donde estén.
- Comunicar de forma clara y precisa el proceso necesario para poder votar desde el extranjero. Que los mexicanos en el exterior se familiaricen con este proceso.
- Potenciar la difusión de estos mensajes a través de diversos canales mediáticos de comunicación en el extranjero y en México.

6.2. Acciones generales

A fin de cumplir con dichos objetivos, se plantean las siguientes acciones de comunicación:

- Mantener una comunicación constante con medios de comunicación sobre las acciones y procesos relacionados con el VMRE, a través de distintos canales como boletines, fichas informativas, infografías, animaciones, videos y agendas de entrevistas.
- Implementar una estrategia de relaciones públicas en el extranjero que incluya la gestión de información en medios de comunicación, así como el establecimiento de una red de colaboradores e influenciadores y aliados para difundir los mensajes.
- Establecer un diálogo con diversos actores, líderes de opinión e influenciadores en redes sociales para que sean replicadores de la información.

6.3. **Contenidos para medios de comunicación**

A fin de generar y contar con contenidos destinados a los medios de comunicación, se prevé lo siguiente:

- Diseñar un paquete informativo que incluya boletines, fotografías, videos y material gráfico (infografías y animaciones) que la prensa o cualquier interesado pueda descargar.
- Acompañar la agenda de los consejeros y funcionarios para promoción del VMRE (en México y en el extranjero), a través de la gestión de entrevistas y la comunicación oficial de sus actividades.

6.4. **Estrategia de Relaciones Públicas**

A fin de potenciar la presencia en el extranjero, se contratará una agencia de relaciones públicas para el apoyo en las actividades que se lleven a cabo en el exterior, considerando lo siguiente:

- Diseño de un cronograma de actividades a partir del calendario de los procesos del Instituto relativos a la credencialización en el extranjero, el registro de la manifestación de voto y la promoción del ejercicio del sufragio de los mexicanos en el extranjero.
- Construcción de relaciones con medios de comunicación, líderes de opinión y comunidad de mexicanos en el extranjero (influenciadores).
- Organización de eventos con medios (ruedas de prensa, encuentros uno a uno, visitas a medios).
- Acompañamiento en las giras de trabajo de consejeros y funcionarios para la gestión de la cobertura.
- Monitoreo del tema en medios extranjeros.

6.5. Cronograma para las acciones de Comunicación Social

Acciones	2017						2018					
	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN
1. Consolidar lista de medios extranjeros con mayor circulación y alcance en las principales ciudades de Estados Unidos, Canadá y Europa.												
2. Destacar el mensaje institucional en que el INE busca garantizar el derecho de voto para todos los mexicanos estén donde estén.												
3. Armar <i>press kit</i> (boletines, entrevistas, informes) sobre cada etapa de promoción. Recibir datos de DERFE, DECEYEC Y CAI. [Incluye fechas y explicación de cómo puede un MRE obtener su credencial, cómo y cuándo puede ejercer su voto]												
4. Contar con la agenda de las visitas de los consejeros a EUA para seleccionar varios canales de comunicación, y ejecución de la agenda.												
5. A través de los medios de comunicación tradicionales y alternativos (nacionales e internacionales) distribuir información sobre la credencialización.												
6. A través de los medios de comunicación tradicionales y alternativos (nacionales e internacionales) distribuir información sobre la promoción el voto.												

7. Acciones en plataformas digitales

A propósito de contribuir al objetivo general de la presente estrategia, se contempla, igualmente, el despliegue de acciones en plataformas digitales.

7.1. Objetivos específicos

- Promocionar entre los mexicanos residentes en el extranjero el derecho al VMRE, a través de plataformas digitales.
- Posicionar en plataformas digitales los canales institucionales **Voto Extranjero Mx** e **INE México**, a través de los cuales el Instituto informará sobre las acciones que lleva a cabo para garantizar el derecho al voto que tienen todos los mexicanos, sin importar el lugar donde residan.
- Generar y difundir contenidos digitales propios orientados a sensibilizar e informar sobre cada etapa del proyecto del VMRE, explicando de forma clara y precisa los procedimientos y requisitos para el ejercicio del sufragio.
- Acompañar en medios digitales, las acciones que se desarrollen por otros canales (activaciones presenciales y mediante materiales impresos), incluyendo pautas para México, Estados Unidos y el resto del mundo, a fin de ampliar el alcance de los mensajes.
- Contratar los servicios de publicidad en las tecnologías de la información y medios digitales, para lograr impactos focalizados y desde una visión integral entre las áreas responsables, con el fin de contribuir a alcanzar las metas del Proyecto del VMRE.

Con el fin de alcanzar los objetivos antes planteados, se llevarán a cabo acciones de promoción en medios digitales, con la que se pretende garantizar el posicionamiento del tema en buscadores y exposición en redes sociales, con las siguientes claves de segmentación:

- Concentración del 70% de la pauta en ciudadanos mexicanos residentes en Estados Unidos, focalizada en los estados y ciudades que concentran el mayor número de connacionales.
- 10% de la pauta focalizado a las y los ciudadanos mexicanos residentes en Canadá, España, Alemania, Reino Unido y Francia,

tomando como criterios de selección cantidad de población y participación en procesos electorales.

- El 20% de la pauta en ciudadanos residentes en México, considerando especialmente a las entidades que tendrán voto de sus oriundos en el extranjero, con miras a la construcción de la cultura cívica y la atención de amigos y familiares residentes en el extranjero.

7.2. **Áreas que intervienen en el proceso**

Las acciones de promoción contempladas en plataformas digitales, serán ejecutadas en conjunto por la DERFE, la CNCS, la DECEyEC y la CAI. Estas áreas conformarán un grupo de trabajo, cuya finalidad será la identificación de necesidades de información que será publicada en las plataformas digitales; la definición de herramientas, materiales, plataformas y momentos en que se deberá llevar a cabo la publicación de la pauta promocional; así como el monitoreo de resultados de la pauta digital y la optimización de la campaña de promoción en medios digitales.

A continuación se describen de forma general, las principales funciones que cada área deberá llevar a cabo a fin de lograr, en tiempo y forma, los objetivos planteados para las acciones en medios digitales:

DERFE/CAI

- Coordinará las acciones de promoción en plataformas digitales;
- Definirá la diferentes etapas y temáticas para la promoción del VMRE, y
- Desarrollará la información acerca de los procedimientos de registro en la LNERE y emisión de voto.

DECEyEC

- Diseñará la línea gráfica de los contenidos, y
- Producirá materiales digitales basados en la estrategia de difusión.

CNCS

- Producirá de materiales basados en la línea gráfica, y
- Producirá información de coyuntura.

7.3. Mensajes a difundir

El objetivo de comunicación en todos los canales, deberá enfocarse en sensibilizar sobre la importancia del ejercicio del sufragio desde el lugar de residencia, así como de los requisitos y procedimientos para poder votar, reforzar la información sobre la emisión de la CPVE, los periodos de inscripción a la (LNERE), los cargos a elegir y los mecanismos de votación.

Para la generación de contenidos se deberá contemplar abastecer y renovar conforme a las necesidades de cada plataforma digital, esto incluye una frecuencia estimada en periodos de 15 días y versiones bilingües para mejorar los rendimientos de la campaña. Dichos contenidos deberán enfocarse en:

7.3.1. Proceso de credencialización y voto

- Gráficos animados con variedad de guiones y dirigidos a diversas audiencias.
- Infografías claras que en una sola vista expliquen los distintos pasos que deben seguir para credencializarse, activar la CPVE, registrarse y votar. Una para cada proceso y una más de manera general.
- Videos testimoniales de mexicanos en el extranjero haciendo un proceso (uno por cada proceso).

7.3.2. Invitación a la participación

- Testimonios de mexicanos en el extranjero que evidencien su lazo con México y la importancia que tiene en su vida allá, las decisiones que se toman aquí.
- Testimonios de mexicanos con familias en el extranjero que cuenten sus historias y a través de ellos se sensibilice sobre la importancia de seguir ayudándolos a tomar las decisiones del país.
- Generar y compartir gráficos que inviten a la participación.
- Realizar convocatorias que inviten a la interacción con los ciudadanos (mexicanos y extranjeros) donde ellos mismos den un mensaje de cultura cívica.

7.3.3. Difusión de la actividad del INE

- Producir infografías sobre todo lo que implica para el INE el VMRE.
- Realizar videos sobre lo que hay detrás del VMRE.
- Elaborar gráficos con los avances que sean susceptibles de ser comunicados.

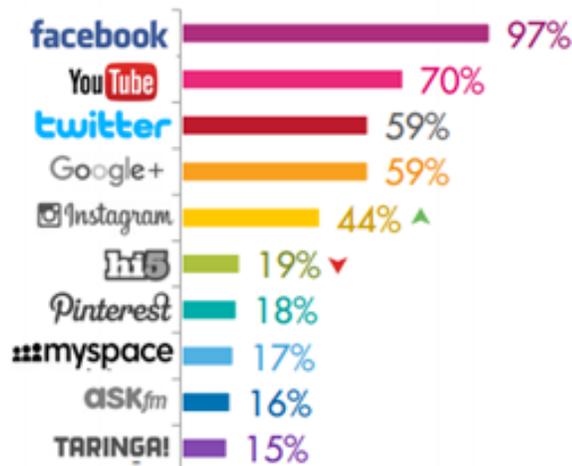
Con base en lo anterior, se deberán generar diversos materiales como son: banners, infografías, spots de audio y video.

7.4. Elección de plataformas

De acuerdo con el estudio de Consumo de Medios y Dispositivos entre Internautas Mexicanos realizado en marzo 2016 por Televisa.com, IAB México y Millward Brown,⁵ para este año el 93% de los internautas está registrado a una plataforma de social media.

El mismo estudio nos indica que las 10 redes sociales con más registros son:

TOP 10 REDES SOCIALES DE MAYOR REGISTRO



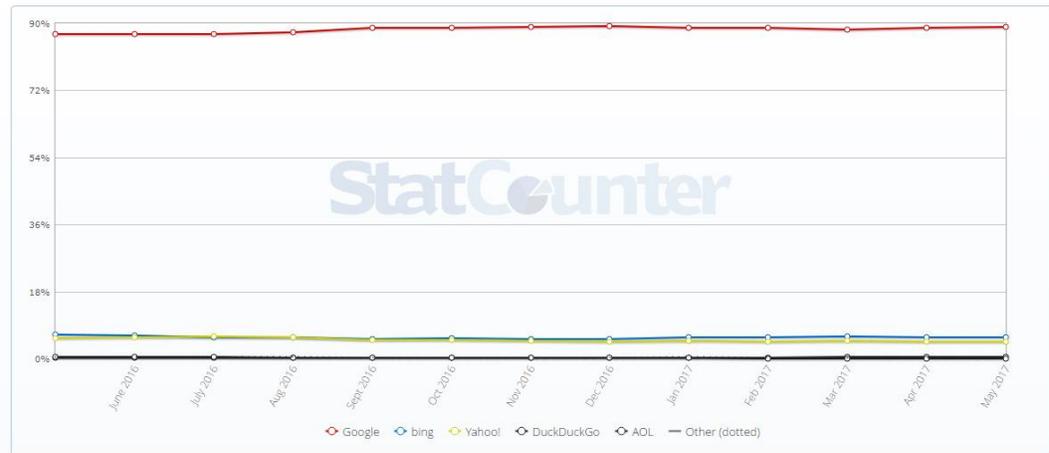
Y las cinco redes sociales que se utilizan con mayor frecuencia son:

⁵ Fuente: <http://www.iabmexico.com/news/comunicado-consumo-medios-2016/>.

**TOP 5 REDES SOCIALES
QUE UTILIZAN CON
MAYOR FRECUENCIA**



Asimismo, y de acuerdo con StatCounter,⁶ compañía dedicada a estadísticas de buscadores, navegadores, sistemas operativos y uso de internet en general, el buscador más utilizado en Norte América es Google con el 88.96% de participación del mercado:



En cuanto a las plataformas de comunicación vía internet, se puede mencionar que Skype, solución tecnológica de video llamadas, logra una doble segmentación, pues su algoritmo permite asegurar que quien recibe la publicidad corresponde al amigo o familiar en México del connacional en el extranjero, con quién entabla la comunicación.

⁶ Fuente: StatCounter. <http://gs.statcounter.com/search-engine-market-share/all/north-america>.

Tomando como referencia la información anterior y el nivel de penetración en el mercado, se utilizarán las siguientes plataformas y herramientas:

- **Google Search.** Debido a que es el motor de búsqueda más utilizado en los EE.UU. con 64,0% de presencia en el mercado.



- **Google Display.** Permite la promoción a través de la publicación de anuncios en páginas de internet seleccionadas o subastadas, el alcance de esta red abarca más de dos millones de sitios web, los cuales son utilizados por más del 90% de usuarios de internet.



TUESDAY JUL 11, 2017 LOCAL SPORTS POLITICS ENTERTAINMENT OPINION MOST POPULAR PLACE AN AD 73°

Haz valer tu voto en México Credencialízate

ADVERTISEMENT

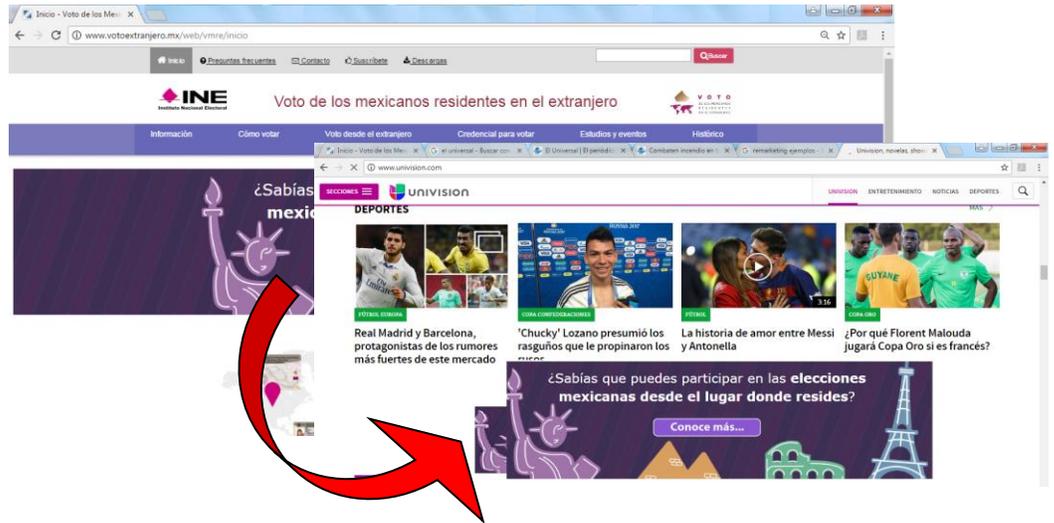
Russia Investigation FULL COVERAGE >

Republicans in Congress still don't want to talk about possible collusion between Trump and

POLITICS 4:45 PM

- Did Trump Jr. break the law by meeting with Russians to gain dirt on Clinton?
- Donald Trump Jr. on his excitement for Russian information: 'For me, this was opposition research'
- Editorial: If it wasn't clear already, Trump Jr.'s email release proves Russia investigation is no 'witch hunt'

- **Campañas de remarketing.** Permite llegar de nueva cuenta a aquellos usuarios que ya visitaron con anterioridad el sitio web de la campaña, de igual forma a los grupos específicos de usuarios que hacen búsquedas con palabras claves.



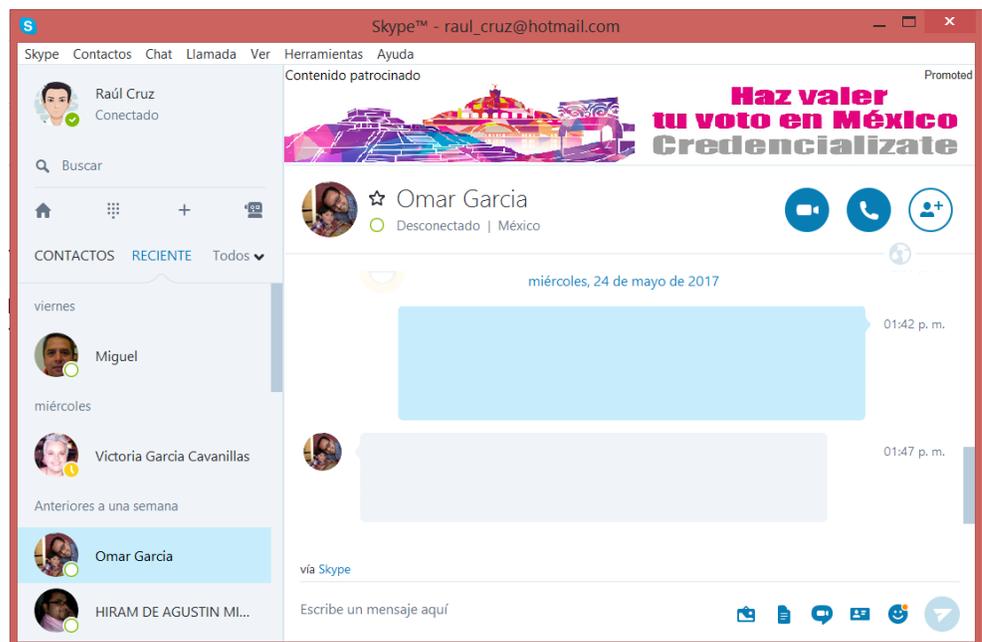
- **YouTube.** Entre sus principales ventajas, reporta un aproximado de mil millones de usuarios, es decir, casi un tercio de las personas conectadas a Internet.



- **Facebook.** Se le considera como la red social más grande del mundo, permite por medio de cuentas mantener la comunicación en tiempo real de personas alrededor del mundo.



- **Skype.** Es el sistema de comunicación con mayor penetración entre los mexicanos residentes en el extranjero y sus familias.



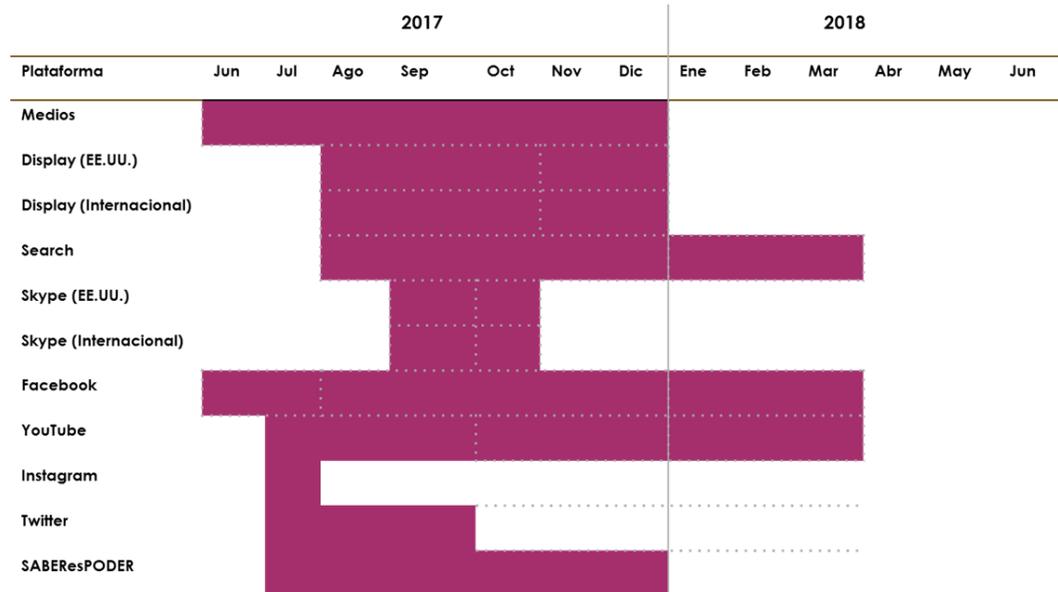
- ▶ **SABEResPODER.** Adicionalmente, se enviarán mensajes SMS a la base de datos de contactos de esta plataforma, así como la proyección de videos en las pantallas de todos los consulados de México en EUA.
- ▶ **Influencers.** Se establecerá una red de personas, cuya característica principal será su veracidad e influencia dentro de la comunidad. Los integrantes de esta red, fungirán como embajadores de la campaña de difusión, vinculación y comunicación, en las diversas plataformas digitales.

7.5. Programación de la pauta

La definición de la temporalidad de las plataformas digitales se definió con base en el análisis de redes sociales más populares entre nuestro público objetivo, y que cumplen con los criterios de segmentación que garantizan la asertividad en la exposición de contenido y publicidad, derivado de lo cual se determinaron como plataformas de alto impacto a Facebook, Twitter, Instagram, YouTube, Skype y SABEResPODER. Asimismo, se contempla la utilización de los servicios de Google, dada la alta penetración que tiene en el mercado, ya que de acuerdo a StatCounter, compañía dedicada a estadísticas de buscadores, navegadores, sistemas operativos y uso de internet en general, el buscador más utilizado en Norteamérica es Google con el 88.96% de participación del mercado.

Ahora bien, la temporalidad está basada en las fechas claves, considerando el 1° de septiembre de 2017 como la fecha de inicio del periodo de registro a la LNERE, así como a la relación costo-beneficio de cada una de ellas. En este sentido, se contempla una contratación de un periodo más largo para aquellas que son más efectivas y con un costo menor (es el caso de Facebook o Google), y se contempla un periodo menor para aquellas que si bien, tienen nivel alto de segmentación, lo que permite tener una mayor precisión, su costo es mayor; por tanto, la implementación está determinada en momentos muy específicos.

A continuación se muestra la programación de la pauta en los diversos canales digitales:



7.6. Monitoreo y optimización

Las acciones de promoción a través de medios digitales serán constantemente monitoreadas a través de tres elementos:

- Los informes de rendimiento de campaña;
- Los informes de audiencia y comportamiento de usuarios, arrojados por Google Analytics, y
- Los informes de solicitudes de registro a la LNERE.

Con la información antes mencionada, el grupo de trabajo conformado por la DERFE, DECEYEC, CNCS y CAI, integrará un informe mensual de resultados obtenidos por medio de las acciones de promoción implementadas en plataformas digitales y, de ser necesario, ajustará las piezas informativas, los periodos de publicación o los parámetros de segmentación de la pauta.

8. Referencias

- Jorge Durand y Jorge A. Schiavon editores, *Perspectivas migratorias III. Los derechos políticos de los mexicanos en el exterior*, Primera edición, Editorial CIDE, México, 2014
- Instituto Federal Electoral (2012) Informe Final del Voto de los Mexicanos Residentes en el Extranjero, 2012
- Dirección Ejecutiva del Registro Federal de Electores, INE (2017) Avance en el proceso de producción de la Credencial para Votar desde el Extranjero, corte al 4 de mayo de 2017
- Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI), Censo de Población Vivienda (2010)
- National Household Survey: (2011) Data tables
<http://www12.statcan.gc.ca/nhs-enm/2011/dp-pd/dt-td/Rp-eng.cfm?LANG=E&APATH=3&DETAIL=0&DIM=0&FL=A&FREE=0&GC=0&GID=0&GK=0&GRP=1&PID=105411&PRID=0&PTYPE=105277&S=0&SHOWALL=0&SUB=0&Temporal=2013&THEME=95&VID=0&VNAMEE=&VNAMEF=>
- Pew Hispanic Center. (2013) A Demographic Portrait of Mexican-Origin Hispanics in the United States. Washington, DC, Mayo.
<http://www.pewhispanic.org/2013/05/01/a-demographic-portrait-of-mexican-origin-hispanics-in-the-united-states/>
- Pew Research Center, Hispanics of Mexican Origin in the United States, 2013 (2015)
<http://www.pewhispanic.org/2015/09/15/hispanics-of-mexican-origin-in-the-united-states-2013/>
- Pew Research Center, Hispanic Trends (2015) More Mexicans Leaving Than Coming to the U.S.
<http://www.pewhispanic.org/2015/11/19/more-mexicans-leaving-than-coming-to-the-u-s/>
- Migration Policy Institute tabulation of data from the U.S. Census Bureau's pooled 2010-2014 American Community Surveys.
<http://www.migrationpolicy.org/programs/data-hub/charts/us-immigrant-population-state-and-county?width=1000&height=850&iframe=true>
- Instituto de los Mexicanos en el Exterior (junio 2017)
http://www.ime.gob.mx/gob/estadisticas/2016/mundo/estadistica_poblacion.html
http://www.ime.gob.mx/gob/estadisticas/2016/usa/estadisticas_usa.html