



Informe de actividades correspondiente al mes de diciembre de 2017

Dirección Ejecutiva de
Capacitación Electoral y Educación Cívica

Dirección de
Difusión y Campañas Institucionales

Subdirección del
Voto de los Mexicanos Residentes en el Extranjero

Acciones de difusión para la promoción del Voto de los Mexicanos Residentes en el Extranjero

Este informe da cuenta de las actividades de difusión realizadas por la Dirección Ejecutiva de Capacitación Electoral y Educación Cívica, a través de la Dirección de Difusión y Campañas Institucionales, durante el mes de diciembre de 2017, para la promoción del Voto de los Mexicanos Residentes en el Extranjero (VMRE).

PRODUCCIÓN Y ADAPTACIÓN DE AUDIOS PARA LA PROMOCIÓN DEL VMRE

Se realizaron dos talleres de coproducción radiofónica en comunidades indígenas para la obtención de materiales sonoros que promuevan el VMRE. El primer taller se llevó a cabo del 4 al 7 de diciembre de 2017 en el Instituto de Estudios Superiores del Istmo de Tehuantepec en Juchitán, Oaxaca con un total de 9 participantes. Para dicho taller se contó con el apoyo de la Mtra. Luisa Rebeca Garza López, Vocal de Capacitación Electoral y Educación Cívica de la Junta Local Ejecutiva de Oaxaca. El segundo taller se llevó a cabo del 11 al 13 de diciembre de 2017 en la Universidad de Oriente en Valladolid, Yucatán con 25 participantes.

A partir de dichos talleres se obtuvieron los siguientes materiales para su difusión en redes sociales y otros espacios que se consideren adecuados para potenciar su alcance. Dichos materiales contienen invitaciones de mexicanos de comunidades indígenas a sus familiares que viven en EUA para que participen en las próximas elecciones de México desde su lugar de residencia. En los casos de materiales con mayor duración, los participantes se dirigen a sus familiares con mensajes emotivos que evocan los lugares, la comida y las personas con las que crecieron cuando vivían en México, seguido de una invitación al voto desde su lugar de residencia para estas próximas elecciones de 2018. Todos los materiales cuentan con pistas musicales originales, creadas para acompañar las producciones sonoras obtenidas.

- a. Postales sonoras de máximo 5 minutos;
- b. Pistas musicales originales;
- c. Producciones radiofónicas bilingües (español – lengua originaria) de 30 segundos;
- d. Testimoniales.

EDICIÓN Y POSTPRODUCCIÓN DE MATERIALES AUDIOVISUALES

Se realizó un proceso de edición y postproducción de entrevistas hechas a connacionales residentes en EUA acerca del VMRE, a partir de dicho trabajo se obtuvieron materiales en diversos formatos para la promoción del VMRE, los cuales tienen planeada una difusión en redes sociales, así como en pantallas de

consulados y algunos espacios gratuitos en televisión que puedan conseguirse. La plataforma de difusión irá de acuerdo al formato y duración de cada material.

- a. Cortometraje documental de 10 minutos;
- b. Cineminutos de 60 segundos;
- c. Cápsulas de video de 30 segundos; y
- d. Cápsulas de video de 20 segundos.

DISTRIBUCIÓN DE MATERIALES IMPRESOS

Durante el mes de diciembre se distribuyeron un **total de 91,150 materiales impresos** en distintas actividades realizadas por el Instituto en territorio nacional y en el extranjero. El detalle de materiales y sus cantidades se presenta a continuación:

MATERIAL	CANTIDAD
Díptico México Vocalías y MAC	3,600
Díptico EUA, Canadá y Resto del Mundo	40,000
Folleto ¿Cómo puedo votar desde el extranjero?	25,000
Postales	10,800
Credencial INE	11,000
Cartel App VotoExtranjeroMX	750
TOTAL	91,150

SPOTS DE RADIO Y TELEVISIÓN

Se ha llevado un seguimiento de los *spots* realizados para territorio nacional en el mes de octubre, de acuerdo a esto, a partir del 22 de octubre y hasta el 7 de diciembre se obtuvo un alcance acumulado de 36,442 impactos totales entre el *spot* de radio y el de televisión para la difusión del voto de sus familiares y amigos que viven en el extranjero.

PLATAFORMA	IMPACTOS
Radio	24,453
Televisión	11,989
TOTAL	36,442

DIFUSIÓN A TRAVÉS DE MEDIOS ALTERNATIVOS DEL VMRE

En el mes de diciembre se inició el desarrollo de actividades de difusión relativas al VMRE, a través de medios alternativos, en zonas focalizadas de los Estados Unidos de América con alta presencia de connacionales (California, Texas, Illinois, Arizona y Nueva York), con el objetivo de fortalecer la estrategia integral de promoción y difusión en la materia. Las actividades en cuestión son las siguientes:

- Activaciones presenciales: Producción de murales de arte urbano (*Street Art*), basados en el concepto: “México está donde estás tú”.
- Actividades de difusión alternativa en tierra a través de publicidad en medios impresos de alcance regional, comunitario o suburbano, en áreas de los Estados Unidos de América, con alta presencia de connacionales y reparto de material impreso (dípticos, tarjetas y folletería); y pegado de posters que difundan el VMRE.
- Publicidad exterior en lugares donde la ciudadanía mexicana se concentra y/o transita.
- Difusión en radio en zonas y áreas focalizadas de los EUA con alta presencia de connacionales.

ACTIVACIONES PRESENCIALES

Durante el mes de diciembre se llevó a cabo la primera de dos activaciones presenciales en el extranjero, que consistió en la realización de un mural de arte urbano “*street art*”, cuyo objetivo fue generar en torno a la realización de un mural, un sentido de comunidad y pertenencia así como propiciar la apropiación del espacio público por parte de la ciudadanía mexicana residente en el extranjero, para alimentar el interés por la información concerniente al procedimiento para votar desde el extranjero en las próximas elecciones de México en 2018 y aumentar la participación.

Por su posición estratégica, la sede del evento fue Plaza México en Lynwood, California, esta plaza es un centro comercial que brinda además opciones de entretenimiento y para el desarrollo de actividades culturales, por lo que atrae a los connacionales que residen en el área de Los Ángeles. La plaza, por su diseño arquitectónico y la gama de comercios, ofrece un espacio que remite a México.

El artista seleccionado para esta actividad fue Alexander Tadlock, artista binacional, ilustrador y muralista, con un profundo conocimiento de la realidad del sur del país y vinculado con la comunidad mexicana residente en EUA. El resultado de su propuesta fue una obra fuerte y emotiva, que generó empatía y motivo a la participación de los connacionales en las actividades que se desarrollaron.

En el marco de este evento se llevó a cabo una **Feria de registros a la LNERE**, coordinada por la Oficina de Vinculación Electoral de los Mexicanos en el Extranjero, que en sus dos días de actividades realizaron 165 citas para el trámite de la CPVE; 65 registros en la LNERE; se repartieron 1,300 bolsas; 1,200 lápices; 1,200 dípticos; 1,200 botones; 1,000 muestras de la CPVE y 500 postales. Paralelamente se realizó una transmisión de Facebook Live que contó con 4,652 reproducciones y 230 interacciones éntrela página de

INE México y la de Plaza México; se publicaron 7 notas en medios locales y mexicanos que retomaron el evento; hubo un comunicado de prensa, así como 8 entrevistas a diferentes actores involucrados en el proceso; y levantamiento de testigos fotográficos para la posterior difusión en medios digitales.

Al evento de develación asistieron autoridades del Instituto Nacional Electoral como el Director Ejecutivo de Capacitación Electoral y Educación Cívica, el Coordinador Nacional de Comunicación Social, el Secretario Técnico del Registro Federal de Electores y el Director de Difusión y Campañas Institucionales, así como el Cónsul General de México en Los Ángeles. Tal acompañamiento ayudó a **posicionar al INE, a los Órganos Públicos Locales**, como los responsables de la organización y seguimiento del Proceso Electoral 2017-2018, al tiempo que se amplió el alcance de la difusión a través de la transmisión de dos *Facebook Live*, publicaciones en medios locales y regionales, así como entrevistas y levantamiento de imágenes para la producción de distintos materiales.

Develación e inauguración del mural



“México está donde estás tú”

Feria de registros a la LNERE



ACTIVIDADES DE DIFUSIÓN ALTERNATIVA EN TIERRA A TRAVÉS DE PUBLICIDAD EN MEDIOS IMPRESOS

Se realizaron dos inserciones en medios impresos de alcance regional en zonas focalizadas de EUA con alta afluencia de connacionales durante el mes de diciembre; una del 6 al 10 de diciembre, y otra del 14 al 23 de diciembre en los siguientes medios:

ESTADO	CIUDAD	TITULO	TIRAJE
Illinois	Chicago	Hoy Chicago	351,422
Texas	Dallas/Ft. Worth	La Estrella en Casa	117,803
Texas	Houston	La Voz de Houston	174,029
California	Los Ángeles	Hoy Los Angeles	813,264
California	Los Ángeles-Riverside	La Prensa - Riverside	86,175
Nueva York	New York	Impacto Latin News	100,000
Arizona	Phoenix	Prensa Hispana	65,000
Texas	RGV-Brownsville/McAllen	El Extra	83,709
California	San Diego	Hoy San Diego	167,000
California	San Francisco/Oakland/San Jose	La Opinión - SF	103,834

2,062,236.00



La Opinión SF – 17 diciembre 2017



La Prensa Riverside LA – 08 diciembre 2017

Aunado a las inserciones en medios impresos, se recibió una bonificación que consistió en una inserción en las páginas digitales de los periódicos. A partir de estas inserciones digitales se obtuvo una base de datos con los resultados en *clicks* de las dos semanas en las que hubo pauta.

CIUDAD	PERIÓDICO	IMPRESIONES	CLICKS	CTR
Chicago, IL	Hoy Chicago	98,514	110	0.11%
Dallas/Ft. Worth, TX	La Estrella en Casa	95,512	71	0.07%
Houston, TX	La Voz de Houston	30,382	13	0.04%
Los Ángeles, CA	Hoy Los Angeles	94,374	174	0.18%
Los Ángeles-Riverside, CA	La Prensa - Riverside	119,641	196	0.16%
New York, NY	Impacto Latin News	53,196	44	0.08%
Phoenix, AZ	Prensa Hispana	82,225	158	0.19%
RGV-Brownsville/McAllen, TX	El Extra	33,364	17	0.05%
San Diego, CA	Hoy San Diego	104,762	91	0.09%
San Francisco/Oakland/San Jose, CA	La Opinión - SF	100,009	59	0.06%
		811,979	933	0.11%

ACTIVIDADES DE DIFUSIÓN ALTERNATIVA EN TIERRA A TRAVÉS DE PUBLICIDAD EN MEDIOS IMPRESOS

Se llevó a cabo una repartición de materiales impresos del 11 al 24 de diciembre en lugares de alta afluencia de connacionales como supe142, mercados, consulados, tiendas de conveniencia, centrales camioneras, centrales de envío de dinero, centros comunitarios; así como un reparto a través de controles remoto de las estaciones de radio en las que se difundieron los mensajes del VMRE.

PUBLICIDAD EXTERIOR

Se obtuvieron espacios en lugares exteriores donde la ciudadanía mexicana se concentra y/o transita. Cabe mencionar que no se incluyeron algunos de los estados contemplados en la estrategia debido a la saturación de publicidad en los medios por las fechas festivas. Se realizó la siguiente distribución de materiales de difusión en espectaculares y paneles en autobuses para el mes de diciembre:

ESTADO	CIUDAD	MEDIO	IMPACTOS	INSERCIONES
California	Los Ángeles	Billboard	69,455.00	1
Texas	Dallas	Billboard	696,549.00	1
Illinois	Chicago	Queen buses pannels	28,594.00	20
Arizona	Phoenix	Billboard	1,625,944.00	1
			2,420,542.00	23

Queen bus – Chicago



Billboard – LA



RADIO

Se difundieron dos *spots* de radio en estaciones con alcance en zonas y áreas focalizadas de los EUA con alta presencia de connacionales (California, Illinois, Texas, Arizona y Nueva York) de acuerdo a la siguiente pauta:

ESTADO	CIUDAD	EMISORA	AUDIENCIA / OYENTES
Texas	Austin	KLQB Que buena 104.3fm	147,700 Oyentes Semanales
Texas	Dallas	KNOR- La raza 93.7 fm	304,800 oyentes semanales
Texas	Houston	KTJM- La raza 98.5 y 103.3 fm	353,400 oyentes semanales
NY	New York	WQBU -La Que buena 92.7 fm	162,000 oyentes semanales
NY	New York	WQBU -La Que buena 92.7 fm	
NY	New York	WXNY -X 96.3	1,889,300 oyentes semanales
Phoenix	Arizona	KHOT- Que Buena 105.9fm	449,600 oyentes semanales
Phoenix	Arizona	KHOT- Que Buena 105.9fm	
California	Los Ángeles	KBUE Que buena 105.5 fm	669,900 oyentes semanales
California	San Bernardino	KRQB Que buena 96.1 fm	141,900 oyentes semanales
California	San Francisco	KRZZ La Raza 93.3fm	410,200 oyentes semanales
Illinois	Chicago	WOJO Que buena 105.1fm	742,300 oyentes semanales
Illinois	Chicago	WOJO Que buena 105.1fm	
TOTAL			5,271,100

MATERIALES DIGITALES

Durante el periodo, se elaboraron **35** materiales para su inserción en distintos medios digitales, cuya distribución programada por la DECEyEC con corte al 31 de diciembre, se describe en la siguiente tabla:

Segmento	Plataforma	Objetivo	Meta de Impresiones	Meta de Clics	Impresiones	Clics/ Interacción	CTR	Pauta
California	Medios Masivos	Registro LNERE	700,000	NA	1,498,885	1,048	0.07%	Del 4 de octubre al 29 de diciembre
Los Angeles Houston Dallas Chicago	Univisión	Registro LNERE	1,653,227	NA	2,155,172	1,178	0.08%	Del 4 de octubre al 29 de diciembre
Houston	El Norte La Raza La Ranchera	Registro LNERE	125,000	NA	125,031	45	0.16%	Del 4 de octubre al 29 de diciembre
Houston	EL Norte La Raza La Ranchera FB	Registro LNERE	50,000	NA	50,000	98	NA	Del 4 de octubre al 29 de diciembre
EU	EL Universal	Registro LNERE	1,570,552	NA	1,570,560	288	0.04%	Del 4 de octubre al 29 de diciembre
Canadá Francia USA	Google	Registro LNERE	31,896,551	159,483	29,352,457	140,912	0.40%	Del 4 de octubre al 29 de diciembre
EU	Twitter	Registro/Confirma	5,016,336	500,000	5,016,336	567,822	NA	10 al 30 de diciembre
Alemania , España, Inglaterra	Google	Registro/Confirma	6,896,551	34,482	Sin datos	Sin datos	Sin datos	8 al 30 de diciembre
TOTAL			47,908,217	693,965	39,768,441	142,521		