

VOTO
DE LAS Y LOS MEXICANOS
RESIDENTES
EN EL EXTRANJERO



**Programas Específicos de Trabajo de Difusión,
Comunicación, Vinculación y Acciones en
Plataformas Digitales**

Estrategia Integral de Promoción del Voto de las Mexicanas
y los Mexicanos Residentes en el Extranjero,
Procesos Electorales Locales 2021-2022
Periodo de enero a junio de 2022

Enero de 2022

Contenido

Siglas.....	3
Presentación	4
1. Acciones de Difusión	5
2. Acciones de Comunicación	11
3. Acciones de Vinculación	15
4. Acciones en Plataformas Digitales.....	23

Siglas

CNCS	Coordinación Nacional de Comunicación Social
CONAcYT	Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología
CONOFAM	Coordinación Nacional de Oficinas Estatales de Atención a Migrantes
CPV	Credencial para Votar emitida en territorio nacional
CPVE	Credencial para Votar desde el Extranjero
DECEyEC	Dirección Ejecutiva de Capacitación Electoral y Educación Cívica
DERFE	Dirección Ejecutiva del Registro Federal de Electores
INE	Instituto Nacional Electoral
INEA	Instituto Nacional para la Educación de los Adultos
INETEL	Centro de Atención Ciudadana INETEL
INM	Instituto Nacional de Migración
IPAM	Instituto Poblano de Asistencia al Migrante
LNRE	Lista Nominal de Electores Residentes en el Extranjero
MAC	Módulo(s) de Atención Ciudadana
OPL	Organismo(s) Público(s) Local(es)
OSC	Organizaciones de la Sociedad Civil
PEL	Proceso(s) Electoral(es) Local(es)
PEP	Paquete(s) Electoral(es) Postal(es)
SIILNRE	Solicitud(es) Individual(es) de Inscripción a la Lista Nominal de Electores Residentes en el Extranjero
SMS	Servicio de Mensajes Cortos
SRE	Secretaría de Relaciones Exteriores
UNAM	Universidad Nacional Autónoma de México
VMRE	Voto de las Mexicanas y los Mexicanos Residentes en el Extranjero

Presentación

El 28 de septiembre de 2021, la COVE aprobó, mediante Acuerdo INE/COVE04/02SE/2021, la **Estrategia Integral de Promoción del VMRE 2021-2023**, misma que fue presentada ante el Consejo General del INE el día 30 del mismo mes.

Esta Estrategia contempla acciones en cuatro vertientes:



Es pertinente destacar que, la propia Estrategia establece, para la instrumentación de las cuatro vertientes anteriormente referidas, se realizará un Programa Específico, en el que se precisarán las actividades, la población objetivo al que se dirige, el alcance, cronograma e indicadores que medirán el cumplimiento de las acciones de difusión, comunicación, vinculación y plataformas digitales.

Con el fin de dar cumplimiento a la **Estrategia Integral de Promoción del VMRE 2021-2023**, se presentan los Programas Específicos de Trabajo de las acciones de difusión, comunicación, vinculación y plataformas digitales, en el marco de los **PEL 2021-2022** en las entidades de Aguascalientes, Durango, Oaxaca y Tamaulipas, correspondiente al periodo de los meses de enero a junio de 2022.

1. Acciones de Difusión

Para el desarrollo de las acciones de difusión relativas al VMRE, la DECEyEC a través de la Dirección de Difusión y Campañas Institucionales, contempla actividades con el objetivo de dar cumplimiento a la **Estrategia Integral de Promoción del VMRE 2021-2023**, en específico, lo referente a las **Acciones de Difusión** descritas en el apartado 5 de dicha Estrategia.

En consecuencia, se presenta el Programa Específico de Trabajo para promover e informar sobre los derechos político-electorales de la ciudadanía residente en el extranjero, tanto en territorio nacional como fuera de México.

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

1.1. Acciones de Difusión

Las acciones de difusión identificadas como parte de la Estrategia Integral de VMRE 2021-2023, son:

- Diseñar y producir 1 spot para radio y 1 para Tv con cobertura nacional (enero-febrero 2022).
- Difundir 2 spot para radio y 2 para Tv con cobertura nacional.
- Diseño y producción de activaciones transmedia (banners y videos nativos digitales) a difundir a través de las redes sociales institucionales, páginas web y medios digitales conforme al Catálogo Nacional de Medios Impresos e Internet.
- Diseño de materiales impresos de acuerdo al racional creativo del VMRE.

1.2. Población objetivo

La población objetivo a la que se dirigen las acciones de difusión identificadas como parte de la Estrategia Integral de Promoción del VMRE 2021-2023, para el periodo de enero a junio de 2022 son:

- **Primaria:** Ciudadanía residente en el extranjero que cuente con una CPVE o una CPV con referencia a alguna de las entidades con VMRE en 2022 (Aguascalientes, Durango, Oaxaca y Tamaulipas).

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

1.3. Alcance

A partir de las acciones de difusión descritas en el numeral 1.1, se plantea instrumentar diversas actividades:

1.3.1. Diseño y producción de materiales audiovisuales de la subcampaña del VMRE

Durante los meses de enero y febrero se realizará el diseño de 1 spot de radio y 1 de TV sobre las modalidades del VMRE, que consistirá en la elaboración de un Brief y un Line de acuerdo al racional creativo del VMRE, aprobado en la Estrategia Integral de Promoción del VMRE 2021-2023, en los que se especificará como objetivo general de comunicación el exhortar a los familiares y amigos de la ciudadanía en el extranjero originaria de alguna de las entidades con VMRE en 2022 (Aguascalientes, Durango, Oaxaca y Tamaulipas) a que informen las fechas, plazos, mecanismos y procedimientos para ejercer el voto.

Posteriormente, en la última semana de febrero se llevará a cabo la producción de estos materiales con base al Line aprobado y se pautarán para su difusión en los tiempos del Estado en radio y TV, a partir de que haya concluido la pauta actual del spot "Registro de Mexicanas y Mexicanos en el Extranjero" que culmina el 10 de marzo de 2022 y hasta el día de la Jornada Electoral.

Este material se distribuirá a los OPL para su difusión en sus distintas plataformas digitales, así como en los MAC y podrá difundirse en las pantallas de las salas de espera en los Consulados de México en el extranjero.

- **Población objetivo:** Terciaria.

1.3.2. Diseño y producción de activaciones transmedia de la subcampaña del VMRE

Para cumplir con los objetivos de difusión del VMRE, se propone una estrategia digital que combine diversas herramientas digitales que favorezcan un mayor alcance de la información entre la ciudadanía que se informa a través de canales digitales.

Se contempla realizar cinco activaciones transmedia enfocadas específicamente en incentivar la participación de las personas mexicanas que residen en el extranjero. Se generarán materiales específicos para Facebook, Twitter, Instagram y otras plataformas sobre "Registro de Manifestación de la

intención del VMRE”, “Voto postal y electrónico” y “Ejercicio del voto de mexicanos y mexicanas en el extranjero”; así como materiales de “Agradecimiento VMRE” con el objetivo de reforzar y ampliar la información referente a las distintas fases contempladas en la Estrategia.

Para aprovechar las herramientas y características de estos medios se propone una estrategia orgánica de materiales multi-formato como banners, infografías y videos nativos digitales que aborden las temáticas que permitirán a la ciudadanía ejercer su participación de manera informada.

Asimismo, y para incrementar la presencia del mensaje en la cotidianidad de la ciudadanía, se harán inserciones (pauta pagada) las plataformas y medios digitales definidos en el Programa específico de Activaciones en plataformas digitales referido en el apartado 8 de la Estrategia Integral de Promoción del VMRE 2021-2021. La elección de estos medios se hizo en coordinación con DERFE y la CNCS.

Estos materiales se podrán adaptar para ser transmitidos en espacios que se puedan sumar ya sean pantallas de las sedes consulares de México en el extranjero, así como otros espacios que se consideren pertinentes.

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

1.3.3. **Diseño de materiales impresos**

Para acompañar las distintas etapas de la estrategia y con base en las necesidades de las diversas áreas del INE, se considera el diseño de un material impreso informativo, cuya producción y distribución dependerá de las capacidades presupuestales que en su momento se dispongan.

En este sentido, se desarrollará un material gráfico con contenidos particulares para la atención de los públicos objetivo (ciudadanía residente en el extranjero y familiares y amigos de estos).

La información que se incluya en este material, así como sus características, se coordinará con la DERFE en coherencia con los mensajes que se determinen para cada etapa de la Estrategia Integral.

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

1.4. **Cronograma**

ACTIVIDAD	POBLACIÓN OBJETIVO	ALCANCE	2022					
			ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO
Difusión de spots para TV y radio del tema Registro de Mexicanas y Mexicanos en el Extranjero	Terciaria	Pautado en periodo de difusión						
Diseño de spots para TV y radio del tema Modalidades del voto, llamado a participar	Terciaria	1 Brief y 1 Line						
Producción de spots para TV y radio del tema Modalidades del voto, llamado a participar	Terciaria	1 spot de radio y 1 spot de TV						
Difusión de spots para TV y radio del tema Modalidades del voto, llamado a participar	Terciaria	Pautado en periodo de difusión						
Difusión orgánica en redes institucionales - Registro de Manifestación de la intención del VMRE	Primaria Secundaria y Terciaria	Publicaciones orgánicas en redes sociales Institucionales: FB, Tw e IG.						
Inserciones en medios digitales - Registro de Manifestación de la intención del VMRE	Primaria y Secundaria	Inserciones en Programmatic (EUA y Canadá)						
Diseño y producción de materiales para activaciones transmedia - Voto postal y electrónico	Primaria Secundaria y Terciaria	Banners y videos nativos digitales						
Difusión orgánica en redes institucionales - Voto postal y electrónico	Primaria Secundaria y Terciaria	Publicaciones orgánicas en redes sociales Institucionales: FB, Tw e IG						
Inserciones en medios digitales - Voto postal y electrónico	Primaria Secundaria y Terciaria	Inserciones en medios digitales						
Diseño y producción de materiales para activaciones transmedia - Ejercicio del voto de mexicanos y mexicanas en el extranjero	Primaria Secundaria y Terciaria	Banners y videos nativos digitales						

ACTIVIDAD	POBLACIÓN OBJETIVO	ALCANCE	2022					
			ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO
Difusión orgánica en redes institucionales - Ejercicio del voto de mexicanos y mexicanas en el extranjero	Primaria Secundaria y Terciaria	Publicaciones orgánicas en redes sociales Institucionales: FB, Tw e IG						
Inserciones en medios digitales - Ejercicio del voto de mexicanos y mexicanas en el extranjero	Primaria Secundaria y Terciaria	Inserciones en medios digitales						
Diseño y producción de materiales para activaciones transmedia - Agradecimiento VMRE	Primaria Secundaria y Terciaria	Banners y videos nativos digitales						
Difusión orgánica en redes institucionales- Agradecimiento VMRE	Primaria Secundaria y Terciaria	Publicaciones orgánicas en redes sociales Institucionales: FB, Tw e IG						
Diseño de materiales impresos	Primaria, secundaria y terciaria	Número de diseños solicitados por la DERFE						

1.5. Indicadores

Para medir y evaluar el impacto de las actividades a desarrollar y su alcance, se contemplan 4 indicadores relacionados con los materiales de difusión para la población objetivo de cada acción especificada:

- Materiales para televisión, radio y plataformas digitales producidos

(Materiales producidos para televisión, radio y plataformas digitales/total de materiales planeados para radio, televisión y plataformas digitales) *100

Mide el porcentaje de materiales para radio, televisión y plataformas digitales producidos para el VMRE.

- Materiales para televisión, radio y plataformas digitales difundidos

(Materiales para televisión, radio y plataformas digitales difundidos en los plazos establecidos en la Estrategia Integral de Promoción del VMRE 2021-2023/ total de materiales producidos) *100

Mide el porcentaje de materiales para televisión, radio y plataformas digitales del VMRE difundidos dentro de los plazos establecidos en la Estrategia Integral de Promoción del VMRE 2021-2023.

- Diseño de materiales impresos

(Materiales diseñados de acuerdo con el Racional creativo del VMRE/
total de materiales diseñados) * 100

Mide el porcentaje de materiales diseñados conforme a las características establecidas en el Racional creativo del VMRE: empleo de pleca (cadena, credencial, flechas); empleo de paleta de colores; y empleo de tipografía institucional.

2. Acciones de Comunicación

A fin de dar cumplimiento a la **Estrategia Integral de Promoción del VMRE 2021-2023**, en específico, lo referente a las **Acciones de Comunicación** descritas en el apartado 7 de dicha Estrategia, se presenta el Programa Específico de Trabajo de la CNCS a través del cual se delinean las rutas de trabajo para informar a las y los mexicanos residentes en el extranjero sobre los plazos, requisitos y procedimientos para el ejercicio de sus derechos político-electorales en el marco de los PEL 2021-2022, el cual contempla desde la credencialización hasta el mismo ejercicio del sufragio.

Las actividades que llevarán a cabo la CNCS para fortalecer el conocimiento y promoción del ejercicio del voto estarán asociadas a la calendarización de las campañas institucionales sobre el tema y las etapas establecidas en la Estrategia para los PEL respectivos.

Las acciones se enfocarán a mantener vinculación constante con medios de comunicación de habla hispana fuera de México, particularmente en Estados Unidos y las ciudades de ese país con mayor concentración de connacionales, sobre la credencialización y el proceso del voto desde el extranjero. La información se dará a conocer principalmente, a través de boletines institucionales, fichas informativas sobre temas y numeralia relevantes, infografías, animaciones, videos, y un plan de vinculación con medios de comunicación en el extranjero de habla hispana, a fin de impulsar una agenda estratégica de posicionamiento mediante entrevistas y pláticas sobre el VMRE. Además, se generarán materiales didácticos encaminados a explicar los elementos básicos sobre el funcionamiento del sistema político mexicano.

Considerando los elementos citados, se presentan a continuación las actividades que se desarrollarían durante el primer semestre de 2022, así como la población objetivo a la que se dirigirán las mismas, su alcance, el cronograma de trabajo y los indicadores asociados a las citadas actividades.

2.1. Acciones de Comunicación

La CNCS desarrollará distintas acciones a fin de informar a la ciudadanía residente en el extranjero sobre las etapas de credencialización, registro y ejercicio de voto con sus modalidades, principalmente, en el marco de los PEL 2021-2022, y promover la participación efectiva e incluyente de las personas mexicanas residentes en el extranjero, a través de los siguientes productos:

- Generación de boletines y notas informativas
- Producción de contenido multimedia y materiales para redes sociales

- Vinculación con medios de comunicación en el extranjero

2.2. Población objetivo

La población objetivo a la que se dirigen las acciones de comunicación identificadas como parte de la Estrategia Integral de Promoción del VMRE 2021-2023 para el semestre de enero a junio del 2022 son:

- **Primaria:** Ciudadanía residente en el extranjero que cuente con una CPVE o una CPV con referencia a alguna de las entidades con VMRE en 2022 (Aguascalientes, Durango, Oaxaca y Tamaulipas).
- **Secundaria:** Ciudadanía interesada en obtener su CPVE de las entidades con VMRE en 2022.
- **Terciaria:** Familiares y amigos de la ciudadanía mexicana radicada fuera del país de las entidades con VMRE en 2022.

2.3. Alcance

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

2.3.1. Generación de boletines de prensa y notas informativas

Se elaborarán y socializarán a medios nacionales y extranjero boletines de prensa, así como notas informativas con contenido relevante sobre los avances y actividades en el contexto del VMRE.

Entre los temas a presentar se contemplan:

- Información sobre el registro para votar desde el extranjero
- Información sobre las dos modalidades de votación
- Recepción del Paquete Electoral Postal y claves electrónicas
- Credencialización, como actividad permanente
- Promoción del voto

Población objetivo: Primaria, secundaria y terciaria.

2.3.2. Producción de contenidos multimedia

Generación de materiales multimedia como infografías, animaciones y videos que muestren de manera sencilla y directa los procesos asociados al registro, modalidades de votación, recepción de PEP y de claves electrónicas y

promoción del voto. Dichos materiales serán distribuidos a medios de comunicación, y publicados en el sitio www.votoextranjero.mx, así como en las redes sociales institucionales.

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

2.3.3. Vinculación con medios en el extranjero

Programación de entrevistas virtuales con medios de comunicación de habla hispana, particularmente en Estados Unidos y, específicamente, en las ciudades de mayor densidad de mexicanas y mexicanos, como por ejemplo Los Ángeles, Dallas, Chicago y Nueva York. Se contempla realizar, al menos, una al mes.

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

2.4. Cronograma

ACTIVIDAD	POBLACIÓN OBJETIVO	ALCANCE	2022					
			ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO
Boletines de prensa y notas informativas	Primaria, secundaria y terciaria	2						
Producción de contenidos multimedia	Primaria, secundaria y terciaria	Mínimo 5						
Vinculación con medios extranjeros	Primaria y secundaria	Mínimo 1						

2.5. Indicadores

Para medir y evaluar el impacto de las actividades a desarrollar y su alcance, se contempla 1 indicador relacionado con la **comunicación**:

- Comunicación a través de medios de comunicación nacionales y extranjeros

$$\left(\frac{\text{Total de boletines y notas enviadas a medios}}{\text{Total de boletines y notas programadas}} \right) * 100$$

- Producciones materiales multimedia/redes sociales

$$\left(\frac{\text{Total de materiales multimedia producidos}}{\text{Total de materiales programados para producción}} \right) * 100$$

- Entrevistas/pláticas/presentaciones

(Total de materiales multimedia producidos/Total de materiales
programados para producción) *100

3. Acciones de Vinculación

Con el fin de dar cumplimiento a la **Estrategia Integral de Promoción del VMRE 2021-2023**, en específico, lo referente a las **Acciones de Vinculación** descritas en el apartado 6 de dicha Estrategia y en seguimiento a las acciones desarrolladas en el primer programa de trabajo que contempló el periodo de septiembre al mes de diciembre del 2021, se presenta el segundo Programa Específico de Trabajo para promover la participación electoral de la ciudadanía residente en el extranjero, a través del fortalecimiento de la vinculación y alianzas con las instituciones públicas y educativas, las OSC, la academia y la ciudadanía residente en el extranjero en general, durante el periodo de enero a junio de 2022.

Este segundo programa considera las acciones de promoción del VMRE, en el marco de los PEL 2021-2022.

También se presenta la población objetivo a la que se dirige, el alcance, cronograma e indicadores que medirán el cumplimiento de las actividades de vinculación desplegadas durante el periodo que se ha especificado.

3.1. Acciones de Vinculación

Las acciones de vinculación que se establecen para el periodo de enero a junio de 2022, con base en la Estrategia Integral de Promoción del VMRE 2021-2023, corresponden a la información de las etapas de credencialización en el extranjero, registro para votar y el ejercicio del voto para los PEL 2021-2022.

La ejecución del Programa Específico de Trabajo en materia de vinculación se desarrollará a través de las siguientes acciones:

- Atención a ciudadanía a través de INETEL.
- Seguimiento a los programas/agendas de trabajo y/o convenios de colaboración.
- Capacitación virtual y/o presencial del VMRE.
- Actividades presenciales en el extranjero.

3.2. Población objetivo

La población objetivo a la que se dirigen las acciones de vinculación, identificadas como parte de la Estrategia Integral de Promoción del VMRE 2021-2023, para el periodo de enero a junio de 2022 son:

- **Primaria:** Ciudadanía residente en el extranjero que cuente con una CPVE o una CPV con referencia a alguna de las entidades con VMRE en 2022 (Aguascalientes, Durango, Oaxaca y Tamaulipas).
- **Secundaria:** Ciudadanía interesada en registrarse y ejercer su voto de las entidades con VMRE en 2022.
- **Terciaria:** Familiares y amigos de la ciudadanía mexicana radicada fuera del país, de las entidades con VMRE en 2022.

3.3. Alcance

A partir de las 4 acciones de vinculación descritas en el numeral 3.1, se plantea instrumentar diversas actividades:

3.3.1. Campaña de llamadas INETEL

Implementar durante el periodo de enero a junio de 2022, operativos de llamadas, a través de INETEL, con lo que se pretende contactar a **49,000 ciudadanas y ciudadanos** residentes en el extranjero que cuenten con una CPVE con referencia a alguna de las entidades con VMRE en 2022,¹ y que hayan proporcionado su número de teléfono.

Esta campaña se implementará hasta el mes de marzo debido a que la fecha límite para realizar la SIILNERE es el 10 de marzo de 2022.

- **Población objetivo:** Primaria.

3.3.2. Carpetas informativas digitales

Envío de **carpetas informativas con material digital** (boletines, audiovisuales e infografías con información, de acuerdo con la etapa del proceso del VMRE, así como la invitación a los eventos informativos, talleres de credencialización y registro que se lleven a cabo cada mes).

Este material se hará llegar a través de correos electrónicos de los enlaces de las instituciones con las que se haya establecido un programa, agenda de trabajo o convenio de colaboración, a saber: SRE, INM, INEA, CONACyT, CONOFAM, Coordinación de Relaciones y Asuntos Internacionales de la UNAM e IPAM; así como al directorio de las OSC, pertenecientes a las entidades de Aguascalientes, Durango, Oaxaca y Tamaulipas (Ver Anexo Único).

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

¹ De acuerdo con la experiencia del Centro de Atención Ciudadana en el Proceso Electoral inmediato anterior, la efectividad de tener un contacto con la ciudadanía a través de las llamadas telefónicas fue del **21%**.

3.3.3. **Materiales impresos**

Envío físico de **25 mil materiales impresos** a las instituciones y OSC colaboradoras, a fin de que, a través de sus operativos, programas o servicios, se distribuyan a la población mexicana migrante destino.

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

3.3.4. **Talleres de credencialización, registro y ejercicio del voto desde el extranjero**

Llevar a cabo, en conjunto con los OPL de las 4 entidades con VMRE 2022, así como con instituciones y OSC colaboradoras, al menos **un taller**, dirigido a OSC y/o ciudadanía en general residente en el extranjero, para informarles y asesorarlos sobre el registro y el ejercicio del VMRE.

Población objetivo: Primaria y secundaria.

3.3.5. **Eventos virtuales**

Llevar a cabo **un evento virtual** (conversatorio, foro o mesa de diálogo), sobre el ejercicio del VMRE, con la participación de instituciones, OSC y ciudadanía en general. Si las condiciones así lo permiten, podrán realizarse de manera presencial.

Población objetivo: Primaria y secundaria.

3.3.6. **Módulo informativo y presencial**

Eventualmente y si las condiciones sanitarias y presupuestales lo permiten, instalar **un módulo informativo** en algún evento con afluencia de las y los connacionales, a partir de la selección de los lugares señalados en el apartado 4.3 de la Estrategia Integral de Promoción del VMRE 2021-2023 y/o territorio nacional, a propósito de brindar información y orientación de manera directa a la ciudadanía y fortalecer la presencia institucional (ferias y eventos cívicos, culturales y comunitarias).

Población objetivo: Primaria y secundaria.

3.4. **Cronograma**

ACTIVIDAD	POBLACIÓN OBJETIVO	ALCANCE	2022					
			ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO
INETEL contacto directo	Primaria	49,000 intentos de llamadas						

ACTIVIDAD	POBLACIÓN OBJETIVO	ALCANCE	2022					
			ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO
Envío de carpetas informativas digitales	Primaria y secundaria	6 envíos (1 por mes)						
Envío de materiales impresos	Primaria, secundaria y terciaria	25,000						
Talleres de registro	Primaria y secundaria	1 (previo al cierre del registro)						
Eventos virtuales	Primaria y secundaria	1 (previo al cierre del registro)						
Módulo informativo presencial	Primaria y secundaria	1 (tentativo)						

3.5. Indicadores

Para medir y evaluar la pertinencia de las actividades a desarrollar y su alcance, se contemplan 3 indicadores relacionados con la **atención ciudadana, los eventos de promoción al VMRE 2022** y los **materiales de difusión** a compartir entre la ciudadanía residente en el extranjero:

- Atención ciudadana a través de llamadas telefónicas de INETEL

$$\left(\frac{\text{Total de llamadas realizadas en los meses de enero a marzo 2022}}{\text{Total de llamadas estimadas a realizar}} \right) * 100$$
- Avance de los eventos realizados para promover el VMRE (foros virtuales, talleres de registro, entre otros).

$$\left(\frac{\text{Total de eventos realizados en los meses de enero a junio 2022}}{\text{Total de eventos programados}} \right) * 100$$
- Avance en el envío de carpetas informativas digitales.

$$\left(\frac{\text{Total de carpetas enviados en los meses de enero a junio de 2022}}{\text{Total de carpetas programados para envío}} \right) * 100$$
- Avance en el envío de los materiales impresos.

$$\left(\frac{\text{Total de materiales enviados en los meses de enero a junio de 2022}}{\text{Total de materiales programados para envío}} \right) * 100$$

3.6. Anexo Único

Lista de OSC de las 4 entidades con VMRE 2022

Para los PEL 2022 se tiene una lista de 170 OSC pertenecientes a las entidades de Aguascalientes, Durango, Oaxaca y Tamaulipas.

OSC PEL 2021-2022
Asociación Chee
Amigos de Tamaulipas
Familias Unidas por Durango
Amistad Tamaulipeca
Organización de Comunidades Indígenas Migrantes Oaxaqueños (OCIMO)
Club Valle de Huajuac
Club Ciénega de Escobar
Hijos de Ciénega de Escobar
Mesa Directiva "Santa María Tindú"
Club "El Divino Niño Jesús"
Club el Refugio de Agua Zarca, Aguascalientes
Club Unidos por Peñón, Durango
Club Colorado Unidos por Nazas, Durango
Club Colorado "Trabajando Unidos por el Municipio de Nazas, Durango"
Club Unidos por el Progreso de Ocampo en Denver
Club de Menonitas de Nuevo Ideal
Generación Barranca 2006, Inc.
Sueño Americano: Unidos de Huitepec
Club de Migrantes de El Salto de Vaquerías, San Juan del Río, Querétaro
Durango Willies
Unidos por el Pueblo
Cotla
Comunidad Pro-Migrantes San Antonio de Sianori, Topia, Durango
Club Pie de la Cuesta de Sianori, Topia, Durango
"Ñuu Saa" para el Progreso de Santa María Natividad
Organización Social de Solagueños
Club "Los Ausentes"
Texas Unidos por Santa Clara
Club Tacache
Organización Social Solaga Los Angeles
Club Progreso por Roque
Llaneros Unidos
Allende Unido
Federación Duranguense en California
Club Canelas
Club Felipe Carrillo Puerto
Club Bruno Martínez
Real de Mapimi
Club Santa Lucía
Club Nuevo Ideal
Club Unidos por Victoria
Club Canatlán Águila Azteca
La Noria Santa María del Oro
Club Canatlán USA

Club Social Tlahualilo Ciudad de Ontario
Casa Durango
Club El Potosí
Club Gómez Palacio
Club Amaculi
Club Durango Capital
Club San Dimas
Club Donato Guerra
Club Los Sauces
Club Parra Vargas
Club El Platanar
Club Proyecto Las Papas
Club Proyecto Sianori
Club Proyecto El Pino
Club Llano el Paraíso
Valle de Poanas California
Club de Topienses en el Extranjero
Organización de Trabajadores Eventuales del Norte de Carolina
Patronato Norteños Mezquital
Santa Cecilia Ita Yuyu
Organización Tlahualilo
López Mateos
Club Carillo Puerto
Club Fátima
Inmigrantes Unidos por Ocampo Durango
Texas de Morelos
Organización de Santa María Mixistlán
Durango USA Chamber of Commerce and Industry
Club Siempre Unidos
Club Rieleros de California
Club de Oriundos "Camoteco"
Hidrocálidos USA
Club de Inmigrantes Triquis
Federación Duranguense USA
San Jorge
Organización Guila
Organización Pro-Santiago Zochila
Plaza Comunitaria Casa Durango
Guelaguetza
Comité de Migrantes Unidos de San Juan Teitipac
Tejalapam
Casa Durango Chicago, Illinois
Club Migrante de la Unión Yalalteca
Club La Huerta municipio de Topia
Migrantes Unidos por Canelas, Canelas
Club Antonino
"Por un Porvenir Mejor"
Club Amigos de Abasolo Durango
Oaxaqueños Unidos en Utah
Club Durango Nuevo
San Felipe
Club Durango Activo
Unión de Migrantes de Juárez
Club Social Santiago Yosondua

Club Atotonilco
Agrupación Latina
Alianza De Clubes Duranguenses
Refugio de Agua Zarca
Comité de Migrantes de San Pedro Totomachapam
Organización de paisanos de Yavesia, OAX en Los Angeles, CA.
Organización Social Solaga-Oaxaca
Club Santo Tomás Tamazulapan
Frontera Mexicana-USA
Virgen de la Esperanza de Huitzó
Club Villa de Santa Clara
Unión y Progreso San Jose Rio Minas
Juquileños radicados en Los Angeles California
Bethania-Oaxaca
Club de Oriundos de San Francisco Higos
Club Manos a la Obra Mixtepec
Club de Oriundos "Vista Hermosa"
Club Santiago del Río
Club Unidos por Santa María Yolotepec
Club Tlahualilo en los Angeles, Ca.
Club Nuu Savi
Cansahcabenos Unidos
Hijos de Durango
Club Duranguense "Revolución Social"
Club La Trinidad
Club Agua Azul
Anáhuac
Club Social "San Juan Trujano, Oaxaca USA"
Club Aguascalientes
Barrios Unidos de Silacayoapám
Unidos por el Desarrollo del Sitio de Xitlapehua
Comité de Migrantes de Guadalupe Yosoyua
Migrantes Tierra Azul Canelas
Club Boca de Arroyo Seco
Pro-mejoramiento de San Pedro Cajonos
Unidos por el desarrollo de Zenzontepec
Triquis USA
Comité de Migrantes de San Andrés El Alto
Club Pabellón de Arteaga
Burgos Avanza
Club de San Simón Almolongas
San Carlos Avanza
Pueblo Mágico del Norte
Migrantes de la Sierra de Villagrán y Mainero
Santiago Matatlán...la capital mundial del mezcal
Santa Rosa Caxtlahuaca
Unidos Caminamos
Comité de Migrantes de San Bernardo Mixtepec
La Catrina
Tinuma Unidos en Oregón
Tamaulipecos Unidos para Vivir Mejor
Club Don Lupe
Compromiso Contigo
Club de Migrantes Sanfernandenses

El Jardín
Unidos por San Mateo Yucutindoo
Federación de Clubes Zacatecanos del Norte de Texas, Inc.
Reyes Unidos
Club El Carmen
Club Cieneguilla
Nicolás Bravo Canatlán Durango en Los Ángeles California
Centro de Investigación y Liderazgo: Latino, Mexicano y Oaxaqueño
Asociación de Oaxaqueños en Europa
WORLDWIDE TAE KWON DO ALLIANCE
impulsando Oaxaca
FUNDACIÓN DESPIERTA AL MUNDO A.C.
UNION MIXE
Mesa Directiva SMJL
Lazos de Unión por Durango AC
DESARROLLO RURAL PARA LOS PUEBLOS
Club Oaxaca en San Diego
Club Deportivo SBQ USA

4. Acciones en Plataformas Digitales

En seguimiento al cumplimiento a la **Estrategia Integral de Promoción del VMRE 2021-2023**, en específico, lo referente a las **Acciones en Plataformas Digitales** descritas en el apartado 8 de dicha Estrategia, se presenta el Programa Específico de Trabajo con el fin de hacer del conocimiento de la ciudadanía residente en el extranjero, a través de estos canales, su derecho a la obtención de su CPVE en embajadas y consulados de México en el mundo, así como el ejercicio del sufragio.

Cabe recordar que el presente programa se diseña en continuación del programa ejecutado en el periodo comprendido entre septiembre y diciembre de 2021, que las acciones son establecidas y ejecutadas por parte de la DECEyEC, la DERFE y la CNCS, quienes de manera conjunta desarrollaron este primer Programa con la ruta de trabajo para promover la participación electoral de la ciudadanía residente en el extranjero a través de plataformas digitales.

Este programa contempla el desarrollo de las acciones a llevar a cabo en plataformas digitales en el periodo de enero a junio de 2022, y considera las principales características de la pauta, las plataformas disponibles, así como aspectos de monitoreo y optimización.

También establece de manera específica la población objetivo a la que se dirige, el alcance, cronograma e indicadores para medir el impacto de las actividades.

4.1. Acciones en Plataformas Digitales

Como parte de las actividades de promoción en plataformas digitales, se identifican las siguientes:

- Despliegue de campañas en redes sociales y medios especializados.
- Envío de mensajes SMS.
- Envío de correos electrónicos.

4.2. Población objetivo

La población objetivo a la que se dirigen las acciones en plataformas digitales, identificadas como parte de la Estrategia Integral de Promoción del VMRE 2021-2023, para el periodo de enero a junio de 2022 son:

- **Primaria:** Ciudadanía residente en el extranjero que cuente con una CPVE o una CPV con referencia a alguna de las entidades con VMRE en 2022 (Aguascalientes, Durango, Oaxaca y Tamaulipas).
- **Secundaria:** Ciudadanía interesada en registrarse y ejercer su voto de las entidades con VMRE en 2022.

4.3. Alcance

A partir de las acciones en las plataformas digitales ya mencionadas, se plantea el siguiente alcance:

4.3.1. Campañas en Programmatic

A través de la implementación de campañas en Programmatic, las cuales consisten en difundir y promocionar tanto la credencialización, como la participación en las elecciones 2022, y a través de las cuales se plantea obtener **1,000,000 impresiones**, para contribuir a posicionar el tema entre el público objetivo.

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

4.3.2. Campañas en Twitter

Se implementarán campañas en Twitter, tanto en la cuenta institucional del INE, como en la cuenta especializada del VMRE, lo que permitirá posicionar entre los usuarios de esta red social el tema de la credencialización y el VMRE. Se plantea obtener **1,932,367 impresiones**.

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

4.3.3. Campañas en medios especializados

Se desplegarán campañas en medios especializados, tales como Conexión Migrante, Telemundo, Estrella TV y Univisión, a fin de posicionar entre la comunidad la credencialización y el VMRE. Como resultado de estas acciones, se plantea obtener **2,535,333 impresiones**.

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

4.3.4. Envío de mensajes SMS

Esta actividad permitirá promocionar el registro a la LNERE entre todas las personas residentes en el extranjero que hayan tramitado su CPVE con referencia a alguna de las entidades con VMRE en 2022, y que hayan proporcionado durante el trámite de dicha credencial como dato de contacto un número de teléfono móvil.

También, permitirá recordar a las personas que hayan quedado registradas en la LNERE la emisión efectiva de su sufragio.

Población objetivo: Primaria.

4.3.5. Envío de correos electrónicos

Esta actividad complementará el envío de mensajes SMS y, de igual forma, permitirá promocionar el registro a la LNERE entre las personas residentes en el extranjero que hayan tramitado su CPVE con referencia a alguna de las entidades con VMRE en 2022, así como los medios para realizar dicho registro; además de recordar a las personas que hayan quedado registradas en la LNERE la emisión efectiva de su sufragio.

Población objetivo: Primaria.

4.4. Cronograma

ACTIVIDAD	POBLACIÓN OBJETIVO	ALCANCE	2022					
			ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO
Campaña en Programmatic	Primaria y secundaria (en EUA, principalmente en California, Texas e Illinois)	1,000,000 Impresiones						
Campaña en Twitter	Primaria y secundaria (EUA, Canadá, España, principalmente)	1,470,273 impresiones						
Campañas en medios especializados	Primaria y secundario (EUA)	2,535,333 impresiones						
Envío de mensajes SMS	Primaria (ciudadanía que haya proporcionado un teléfono celular como medio de contacto)	2 envíos						
Envío de correos electrónicos	Primaria (ciudadanía que haya proporcionado un correo electrónico como medio de contacto)	4 envíos						

4.5. Indicadores

Para medir y evaluar el impacto de las actividades a desarrollar, se contemplan 3 indicadores:

- Impresiones logradas por campañas en medios especializados y redes sociales

$$\left(\frac{\text{Total de impresiones logradas}}{\text{Total de impresiones proyectadas por campañas en redes sociales y/o medios especializados}} \right) * 100$$

- Avance en el envío de mensajes SMS

$$\left(\frac{\text{Total de mensajes SME enviados}}{\text{Total de mensajes SMS programados}} \right) * 100$$

- Avance en el envío de correos electrónicos

$$\left(\frac{\text{Total de correos electrónicos enviados}}{\text{Total de correos electrónicos programados}} \right) * 100$$