



Plan Estratégico de Comunicación Institucional

para la Elección Extraordinaria del Ayuntamiento de Ocoyoacac 2006

ÍNDICE

INTRODUCCIÓN	2
PRESENTACIÓN	3
JUSTIFICACIÓN	5
DIAGNÓSTICO	6
OBJETIVO GENERAL	7
OBJETIVOS ESPECÍFICOS	7
BASE ESTRATÉGICA	8
RACIONAL CREATIVO	8
MEDIOS ALTERNOS	9
MEDIOS IMPRESOS	10
MEDIOS ELECTRÓNICOS	11
RADIO	11
TELEVISIÓN	13
CONCENTRADO	16

INTRODUCCIÓN

Tras haber desarrollado, organizado y vigilado las elecciones ordinarias 2005-2006, el Instituto Electoral del Estado de México, por tercera ocasión en su historia, se encuentra ante el reto de llevar a cabo un Proceso Electoral Extraordinario, en esta ocasión, en el municipio de Ocoyoacac.

Con base en lo anterior, la Unidad de Comunicación Social se ha dado a la tarea de desarrollar el Plan Estratégico de Comunicación Institucional para el Proceso Electoral Extraordinario de Ocoyoacac 2006 con la finalidad de enriquecer y potenciar la comunicación entre el Instituto Electoral del Estado de México y la ciudadanía del municipio de Ocoyoacac, enfatizando primordialmente el mensaje sobre la relevancia de la participación del ciudadano y del sufragio, así como la capacidad transformadora que éste tiene sobre las instituciones y la influencia que genera sobre la vida pública en su localidad.

Asimismo, se continuará proyectando una imagen institucional que permita reinducir en la sociedad la esencia del IEEM: una institución fundada en valores y principios, conformada por ciudadanos que trabajan para los ciudadanos.

De esta forma, se proponen en este Plan los recursos mediáticos más eficientes para lograr que, finalmente, el domingo 3 de septiembre de 2006 cada ciudadano del municipio de Ocoyoacac, en goce pleno de sus derechos, participe en el Proceso Electoral y, sobre todo, vote en conciencia por la opción electoral de su preferencia.

PRESENTACIÓN

Para atender de manera eficiente el Proceso Electoral Extraordinario del Municipio de Ocoyoacac, el IEEM a través de la Unidad de Comunicación Social, ha trabajado en el diseño de acciones comunicativas que le permitan dirigir mensajes focalizados a un público bien definido y localizado espacialmente, a partir de la definición de factores como la elección del mensaje, de los medios, los formatos, su extensión y, sobre todo, de su ubicación geográfica.

El reto de este Plan Estratégico de Comunicación Institucional es llegar eficientemente con mensajes breves y precisos, mediante una "Campaña tierra" a los ciudadanos ocoyoaquenses.

Ante este contexto, se utiliza la estrategia de segmentación de la audiencia para implementar una pauta de medios de comunicación electrónicos breve, pero con énfasis durante los días previos a la Jornada Electoral del 3 de septiembre, de manera tal que se cubra de manera eficiente y dinámica toda la gama social que compone el electorado de Ocoyoacac, a través del consumo de medios televisivos y radiofónicos.

Para este Proceso, la segmentación del público objetivo la audiencia también involucra disgregar una audiencia masiva en otras más pequeñas, más homogéneas y, al mismo tiempo, apuntar a éstas con los medios y mensajes adecuados, en este caso, a través de una "Campaña tierra" agresiva y permanente durante todo el Proceso en medios alternos como volantes, carteles, lonas, perifoneos y bardas.

A diferencia del Plan Estratégico de Comunicación Institucional para la Elección de Diputados y Ayuntamientos 2005-2006, en el que las audiencias variaban según los objetivos de cada campaña, nivel educativo, mezcla ocupacional y otras características en los horarios y espacios más idóneos, dependiendo

del tipo de medio; para Ocoyoacac se procurará eficientar al máximo los recursos a través de una brigada que haga llegar los mensajes de manera directa con la ciudadanía, ya sea en sus domicilios o de mano en mano con los transeúntes, sobre todo, ante el escaso tiempo con que se cuenta para implementar la estrategia.

Es importante señalar que la conceptualización y el enfoque ciudadano que se otorga a los mensajes de este Plan Estratégico, adopta ideas de una corriente global cada vez más interesada en expandir los beneficios de la civilidad y en crear ciudadanía a través de la comunicación institucional.

El Plan Estratégico de Comunicación Institucional para la Elección Extraordinaria del Municipio de Ocoyoacac 2006 tiene como misión lograr que el Instituto Electoral del Estado de México sea capaz de comunicar, incentivar y persuadir a los ciudadanos de Ocoyoacac para participar en las diversas etapas del proceso electoral, fundamentalmente, sufragando el domingo 3 de septiembre.

JUSTIFICACIÓN

El Plan Estratégico de Comunicación Institucional para la Elección Extraordinaria del Municipio de Ocoyoacac 2006 que se presenta, ha sido diseñado para implementar de manera inmediata, eficiente y estratégica, las siguientes campañas:

1. Informativa e introductoria
 - a. Notificación de la Elección Extraordinaria
2. Participación Ciudadana
 - a. ¡Capacítate!: Primera fase de notificación y capacitación
 - b. ¡Capacítate!: Segunda fase de notificación y capacitación
 - c. ¡Intégrate!: Integración de Mesas Directivas de Casilla
3. Difusión de la exhibición de la Lista Nominal (Art. 190 del CEEM).
4. Promoción del voto
 - a. Posicionamiento de la fecha de la Jornada Electoral.
 - b. Invitación a votar.

DIAGNÓSTICO

- El IEEM tiene la obligación de garantizar, ante todo, la legalidad del Proceso Electoral Extraordinario del Municipio de Ocoyoacac y demostrar a la opinión pública su capacidad organizativa y, principalmente, su compromiso con los valores democráticos y principios que lo rigen.
- A pesar de que Ocoyoacac registró un índice de participación electoral de 58% en la más reciente elección, es importante para la legitimidad del proceso, garantizar que aumenten los niveles de votación en este municipio.
- La transparencia en las actividades dentro del proceso electoral y, sobre todo, la rendición de cuentas, pueden potenciar los esfuerzos institucionales por entregar un resultado ejemplar en el Proceso.
- El Proceso Electoral Extraordinario del Municipio de Ocoyoacac dependerá, en buena medida, de que las etapas del mismo conduzcan a una jornada pacífica y transparente, que dé confianza a la ciudadanía.
- El pronóstico de una elección altamente competitiva en Ocoyoacac es muy probable, sobre todo, si se observan los antecedentes inmediatos. Por ello, el IEEM debe estar preparado para un resultado electoral muy cerrado ante el cual pueda transmitir el valor de la confianza y de sus principios rectores: legalidad, imparcialidad, objetividad e independencia.

OBJETIVO GENERAL

El Plan Estratégico de Comunicación Institucional para la Elección Extraordinaria del Municipio Ocoyoacac 2006 tiene como objetivo general comunicar de manera eficiente mensajes con la capacidad de incentivar la participación de los votantes en las diversas etapas del proceso electoral, fundamentalmente, persuadiéndolos y movilizándolos para ejercer libremente el derecho político de votar por la opción política de su preferencia.

Tangencialmente y como consecuencia el Plan permitirá posicionar una vez más al Instituto Electoral del Estado de México como un organismo confiable, transparente, profesional, con identidad y valores sólidos.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Difundir estratégicamente con medios alternos y electrónicos la información que se desprende de las etapas propias del proceso electoral, a través del diseño de las siguientes campañas: Informativa e introductoria, Participación Ciudadana y Promoción del Voto.
- Difundir de manera intensiva la fecha de la jornada electoral, sobre todo en los días previos a ésta.
- Incentivar la participación electoral de los ciudadanos de Ocoyoacac en las diversas etapas del proceso electoral y, sobre todo, en la Jornada Electoral con su voto.

BASE ESTRATÉGICA

Desarrollar una campaña de “Comunicación en tierra”, con énfasis en el uso de medios alternos para penetrar eficientemente entre el electorado, con refuerzos en medios de comunicación electrónicos, durante los días previos a la Jornada Electoral.

RACIONAL CREATIVO

El IEEM es una institución con experiencia y capacidad para organizar, desarrollar y vigilar proceso electorales, así como para incentivar la participación electoral y garantizar el respeto de la voluntad soberana de los ciudadanos, a través de:

- El diseño de una estrategia de comunicación institucional focalizada para reforzar la credibilidad y la confianza ciudadana en la institución y en la propia elección.
- Una campaña de comunicación que esté fundada en los valores de la democracia y los principios rectores de la institución.
- La transparencia en las decisiones, acciones y acuerdos del Consejo General, de la Junta General y del órgano desconcentrado de Ocoyoacac.
- La legalidad, imparcialidad, objetividad, independencia y autonomía en todos y cada uno de sus actos jurídico-políticos.
- El compromiso, disciplina, imparcialidad, honestidad y profesionalismo de los servidores electorales.

MEDIOS ALTERNOS

MEDIOS ALTERNOS					
MEDIO	FORMATO	CANTIDAD DE ARTES	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	TOTAL
LONAS	1X2.20 MTS.	3	60	200	\$12,000.00
BARDAS	VARIABLE	1	3	-	\$14,000.00
CARTELES	33 X 90 CM.	4	6,000	5.5	\$33,000.00
VOLANTES	21.5 X 9 CM.	4	32,000	0.8	\$25,600.00
ROTULACIÓN DE UNIDADES PARA PERIFONEO		1	4	1,300.00	\$5,200.00
6 BRIGADISTAS DURANTE 2 MESES					\$77,372.04
				SUBTOTAL	\$89,800.00
				IVA	\$13,470.00
				TOTAL	\$180,642.04

LONAS (3 ARTES) SE CALCULA 1 LONA POR CADA 550 ELECTORES

CARTELES (4 ARTES) SE CALCULA 1 CARTEL POR CADA 22 ELECTORES EN CADA CAMPAÑA

VOLANTES (4 ARTES) SE CALCULA 1 VOLANTE POR CADA 4 PERSONAS EN CADA CAMPAÑA

MEDIOS IMPRESOS

PRENSA LOCAL														
MEDIO	MEDIDA				TOTAL DE IMPACTOS	COSTO UNITARIO CINTILLO	COSTO UNITARIO 1/8 PLANA	COSTO UNITARIO 1/4 PLANA	COSTO UNITARIO 1/2 PLANA	TOTAL CINTILLO	TOTAL 1/8 PLANA	TOTAL 1/4 PLANA	TOTAL 1/2 PLANA	TOTAL
	Cintillo	1/8	1/4	1/2										
REFORMA ESTADO	2	2	0	0	4	\$3,220.00	\$1,288.00	\$2,898.00	\$4,830.00	\$6,440.00	\$2,576.00	\$0.00	\$0.00	\$ 9,016.00
HERALDO DE TOLUCA	2	2	0	0	4	\$3,429.53	\$3,429.53	\$6,859.06	\$13,718.12	\$6,859.06	\$6,859.06	\$0.00	\$0.00	\$ 13,718.12
MILENIO ESTADO DE MÉXICO	1	3	0	0	4	\$3,358.00	\$2,014.80	\$4,029.60	\$6,716.00	\$3,358.00	\$6,044.40	\$0.00	\$0.00	\$ 9,402.40
PORTAL	0	3	1	0	4	\$2,875.00	\$1,438.00	\$2,875.00	\$5,750.00	\$0.00	\$4,314.00	\$2,875.00	\$0.00	\$ 7,189.00
8 COLUMNAS	1	2	0	0	3	\$2,852.00	\$2,852.00	\$5,692.50	\$11,327.50	\$2,852.00	\$5,704.00	\$0.00	\$0.00	\$ 8,556.00
SOL DE TOLUCA	1	2	1	0	4	\$4,126.20	\$4,126.20	\$8,252.40	\$16,504.80	\$4,126.20	\$8,252.40	\$8,252.40	\$0.00	\$ 20,631.00
TOTAL DE INSERCIONES													23	
TOTAL \$													68,512.52	

Se prevé realizar una inserción diaria durante 18 días previos a la Jornada Electoral, rotando los diferentes medios. El 3 de septiembre se publicará una inserción en cada medio.

MEDIOS ELECTRÓNICOS

RADIO

GRUPO ACIR						
GRUPO RADIOFÓNICO	RADIODIFUSORA	PRODUCTO	DURACIÓN	COSTO UNITARIO	CANTIDAD	INVERSIÓN PARCIAL
GRUPO ACIR TOLUCA	RADIO LOBO	SPOT	10"	\$166.25	100	\$16,625.00
TOTAL DE SPOTS						100
SUBTOTAL						\$16,625.00
I.V.A.						\$2,493.75
TOTAL						\$19,118.75

GRUPO 7 COMUNICACIÓN						
GRUPO RADIOFÓNICO	RADIODIFUSORA	PRODUCTO	DURACIÓN	COSTO UNITARIO	CANTIDAD	INVERSIÓN PARCIAL
GRUPO 7 COMUNICACIÓN	NEUROTICA 102.1	SPOT	10"	140.16	152	\$21,304.32
	CRYSTAL TOLUCA	SPOT	10"	\$333.00	66	\$21,978.00
TOTAL DE SPOTS						218
SUBTOTAL						\$43,282.32
I.V.A.						\$6,492.35
TOTAL						\$49,774.67

ULTRA 101.3						
GRUPO RADIOFÓNICO	RADIODIFUSORA	PRODUCTO	DURACIÓN	COSTO UNITARIO	CANTIDAD	INVERSIÓN PARCIAL
ULTRA 101.3	ULTRA 101.3	SPOT	10"	\$297.00	52	\$15,444.00
TOTAL DE SPOTS						52
SUBTOTAL						\$15,444.00
I.V.A.						\$2,316.60
TOTAL						\$17,760.60

SISTEMA DE RADIO Y TELEVISIÓN MEXIQUENSE						
GRUPO RADIOFÓNICO	RADIODIFUSORA	PRODUCTO	DURACIÓN	COSTO UNITARIO	CANTIDAD	INVERSIÓN PARCIAL
RADIO MEXIQUENSE	RADIO MEXIQUENSE	SPOT	10"	\$166.57	80	\$13,325.60
TOTAL DE SPOTS						80
SUBTOTAL						\$13,325.60
I.V.A.						\$1,998.84
TOTAL						\$15,324.44

SE CALCULA TRANSMITIR 17 SPOTS POR DÍA EN PROMEDIO (3 SPOTS DIARIOS EN CADA ESTACIÓN)

TELEVISIÓN

TV AZTECA



INSTITUTO ELECTORAL DEL ESTADO DE MEXICO

Campaña del 21 de Agosto al 2 de Septiembre

Canal	PROGRAMA	DURACION	L	M	W	J	V	S	D	L	M	W	J	V	S	D	NUMERO	BARRA	UNITARIO	TOTAL																	
			21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	1	2	3																					
13	VENGA LA ALEGRIA	10"	1		1							1		1			4	A	\$524.00	\$2,096.00																	
13	TEMPRANITO	10"							1						1	1	3	A	\$524.00	\$1,572.00																	
13	LO QUE CALLAMOS LAS MUJERES	10"		1		1					1		1				4	AA	\$524.00	\$2,096.00																	
13	HECHOS EDO DE MEXICO	10"			1		1					1		1			4	HECHOS	\$919.00	\$3,676.00																	
13	HECHOS DEL SABADO	10"						1							1		2	AA	\$715.00	\$1,430.00																	
13	AMORES CRUZADOS	10"								1		1					2	AAA	\$1,095.00	\$2,190.00																	
13	AMOR EN CUSTODIA	10"				1					1		1				3	AAA	\$1,095.00	\$3,285.00																	
13	VENTANEANDO	10"	1				1			1				1			4	AAA	\$1,095.00	\$4,380.00																	
13	EL RIVAL MAS DEBIL	10"						1							1		2	AAA	\$1,095.00	\$2,190.00																	
13	HISTORIAS ENGARZADAS	10"						1							1		2	AAA	\$1,095.00	\$2,190.00																	
13	ACADEMIA	10"							1								1	AAA	\$1,095.00	\$1,095.00																	
13	HECHOS NOCHE CON JAVIER A LA	10"	1		1		1			1		1		1			6	HECHOS	\$1,373.00	\$8,238.00																	
																			3	1	3	2	3	3	2	3	2	4	2	4	4	4	1	37			
																			SUB TOTAL		\$34,438.00																
																			I.V.A.		\$5,165.70																
																			TOTAL		\$39,603.70																

TELEVISA



INSTITUTO ELECTORAL DEL ESTADO DE MÉXICO



CANAL	PROGRAMA	PRODUCTO	DURACIÓN	HORA INICIO	HORA FINAL	COSTO \$	M	M	J	V	S	D	L	M	M	J	V	S	D	SPOTS TOTALES	COSTO DE LA CAMPAÑA
							22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	1	2	3		
10	PRIMERO NOTICIAS	SPOT	10"	6:00	9:00	630.00				1					1		1			3	1,890.00
10	HOY	SPOT	10"	9:00	12:00	510.00	1		1					1		1				4	2,040.00
10	VIVO POR ELENA	SPOT	10"	12:00	13:30	510.00				1							1			2	1,020.00
10	NOTICIERO CON LOLITA AYALA	SPOT	10"	14:30	15:00	630.00	1		1					1		1				4	2,520.00
10	EL CHAVO	SPOT	10"	15:00	16:00	660.00		1							1					2	1,320.00
10	LA VERDAD OCULTA	SPOT	10"	21:30	22:30	2,812.50										1				1	2,812.50
10	MUÉVETE	SPOT	10"	8:00	13:00	510.00					1							1		2	1,020.00
10	EN FAMILIA	SPOT	10"	7:00	10:00	630.00						1						1		2	1,260.00
31	OTRO ROLLO	SPOT	10"	22:00	23:59	2,880.00	1							1						2	5,760.00
31	PELÍCULA	SPOT	10"	20:00	22:00	2,220.00					1									1	2,220.00
31	PELÍCULA	SPOT	10"	22:00	23:59	2,880.00													1	1	2,880.00
8	BUENOS DIAS TOLUCA	SPOT	10"	7:00	10:00	1,207.50				1			1						1	3	3,622.50
8	LAS NOTICIAS CON GINA SERRANO	SPOT	10"	20:00	21:00	1,437.50	1		1					1		1				4	5,750.00
TOTAL							4	1	3	3	2	1	1	4	2	4	3	2	1	31	
																				SUBTOTAL	34,115.00
																				IVA	5,117.25
																				TOTAL	39,232.25

TV MEXIQUENSE

TELEVISIÓN MEXIQUENSE						
CANAL	PROGRAMA	PRODUCTO	DURACIÓN	COSTO \$	SPOTS TOTALES	COSTO DE LA CAMPAÑA
12	TE LEVANTA	SPOT	10"	\$496.43	18	\$8,935.74
12	34-12 NOTICIAS	SPOT	10"	\$496.43	18	\$8,935.74
TOTAL DE SPOTS						36
SUBTOTAL						\$17,871.48
IVA						\$2,680.72
TOTAL						\$20,552.20

CONCENTRADO

MEDIO	PRODUCTO	CANTIDAD	TIEMPO ESTIMADO DE CAMPAÑA	COSTO
PRENSA	INSERCIONES	23	3 SEMANAS	\$68,512.52
ALTERNOS	(LONAS, CARTELES, VOLANTES, PERIFONEOS, BARDAS)	N/A	8 SEMANAS	\$180,642.04
RADIO	SPOTS	450	3 SEMANAS	\$101,978.46
TELEVISIÓN	SPOTS	104	2 SEMANAS	\$99,388.15
TOTAL				\$450,521.17
PRENSA	SE PREVÉ REALIZAR UNA INSERCIÓN DIARIA DURANTE 18 DÍAS PREVIOS A LA JORNADA ELECTORAL, ROTANDO LOS DIFERENTES MEDIOS. EL 3 DE SEPTIEMBRE SE PUBLICARÁ UNA INSERCIÓN EN CADA MEDIO.			
ALTERNOS	LONAS (3 ARTES) SE CALCULA 1 LONA POR CADA 550 ELECTORES.			
	CARTELES (4 ARTES) SE CALCULA 1 CARTEL POR CADA 22 ELECTORES EN CADA CAMPAÑA.			
	VOLANTES (4 ARTES) SE CALCULA 1 VOLANTE POR CADA 4 PERSONAS EN CADA CAMPAÑA.			
RADIO	SE CALCULA TRANSMITIR 17 SPOTS POR DÍA EN PROMEDIO (3 SPOTS DIARIOS EN CADA ESTACIÓN).			