RUBROS A CONSIDERAR EN LA DE ENTREGA DEL INFORME PARA EL FINANCIAMIENTO PÚBLICO DE LOS PARTIDOS POLÍTICOS PARA LA CAPACITACIÓN, PROMOCIÓN Y DESARROLLO POLÍTICO DE LAS MUJERES

PARTIDO POLÍTICO: MOVIMIENTO CIUDADANO

ACTIVIDADES

CAPACITACIÓN	PROMOCIÓN	DESARROLLO POLÍTICO
TIPO DE ACTIVIDAD REALIZADA CURSO DE CAPACITACIÓN "INTRODUCCIÓN AL DERECHO ELECTORAL"	**TIPO DE ACTIVIDAD REALIZADA**	**TIPO DE ACTIVIDAD REALIZADA**
FECHA 29 DE SEPTIEMBRE DE 2018	**FECHA**	**FECHA**
DURACIÓN 4 HORAS	**DURACIÓN**	**DURACIÓN**
ALCANCES CAPACITACION DE 60 MUJERES	**ALCANCES**	**ALCANCES**
LOGROS OBTENIDOS 1. SE CUMPLIO CON EL 100% DE ASISTENTES ESPERADOS 2. SE INCREMENTO EN 178% EL INCREMENTO DE CONOCIMIENTOS DE LAS ASISTENTES AL FINALIZAR LA SESION DE CAPACITACIÓN (SE ADJUNTA PAPEL DE TRABAJO EN FORMATO DE EXCELL Y CUESTIONARIOS INICIALES Y FINALES)	**LOGROS OBTENIDOS**	**LOGROS OBTENIDOS**
EVIDENCIA FOTOGRÁFICA SE ADJUNTAN FOTOGRAFIAS	**EVIDENCIA FOTOGRÁFICA** **(ANEXAR)**	**EVIDENCIA FOTOGRÁFICA** **(ANEXAR)**
LISTA DE ASISTENCIA SE ADJUNTAN 4 HOJAS DE LISTAS DE ASISTENCIA	**LISTA DE ASISTENCIA** **(ANEXAR)**	**LISTA DE ASISTENCIA** **(ANEXAR)**
MATERIAL PUBLICADO SE ADJUNTAN DIPOSITIVAS	**MATERIAL PUBLICADO** **(INCLUIR EJEMPLAR)**	**MATERIAL PUBLICADO** **(INCLUIR EJEMPLAR)**

RUBROS A CONSIDERAR EN LA DE ENTREGA DEL INFORME PARA EL FINANCIAMIENTO PÚBLICO DE LOS PARTIDOS POLÍTICOS PARA LA CAPACITACIÓN, PROMOCIÓN Y DESARROLLO POLÍTICO DE LAS MUJERES

PARTIDO POLÍTICO: MOVIMIENTO CIUDADANO

ACTIVIDADES

CAPACITACIÓN	PROMOCIÓN	DESARROLLO POLÍTICO
TIPO DE ACTIVIDAD REALIZADA CURSO DE CAPACITACIÓN "MERCADOTECNIA POLÍTICA Y NUEVAS TECNOLOGÍAS"	**TIPO DE ACTIVIDAD REALIZADA**	**TIPO DE ACTIVIDAD REALIZADA**
FECHA 26 DE JUNIO DE 2018	**FECHA**	**FECHA**
DURACIÓN 3:30 HORAS	**DURACIÓN**	**DURACIÓN**
ALCANCES CAPACITACION DE 60 MUJERES	**ALCANCES**	**ALCANCES**
LOGROS OBTENIDOS 1. SE CUMPLIO CON EL 100% DE ASISTENTES ESPERADOS 2. SE INCREMENTO EN 178% EL INCREMENTO DE CONOCIMIENTOS DE LAS ASISTENTES AL FINALIZAR LA SESION DE CAPACITACIÓN (SE ADJUNTA PAPEL DE TRABAJO EN FORMATO DE EXCELL Y CUESTIONARIOS INICIALES Y FINALES)	**LOGROS OBTENIDOS**	**LOGROS OBTENIDOS**
EVIDENCIA FOTOGRÁFICA SE ADJUNTAN FOTOGRAFIAS	**EVIDENCIA FOTOGRÁFICA** **(ANEXAR)**	**EVIDENCIA FOTOGRÁFICA** **(ANEXAR)**
LISTA DE ASISTENCIA SE ADJUNTAN 4 HOJAS DE LISTAS DE ASISTENCIA	**LISTA DE ASISTENCIA** **(ANEXAR)**	**LISTA DE ASISTENCIA** **(ANEXAR)**
MATERIAL PUBLICADO SE ADJUNTAN DIPOSITIVAS	**MATERIAL PUBLICADO** **(INCLUIR EJEMPLAR)**	**MATERIAL PUBLICADO** **(INCLUIR EJEMPLAR)**

HIDALGO
IEE
INSTITUTO ESTATAL ELECTORAL

Dirección Ejecutiva
de Equidad de Género
y Participación Ciudadana

Pachuca de Soto, Hidalgo 18 de Diciembre de 2018

LIC. MARTHA ALICIA HERNÁNDEZ HERNÁNDEZ
CONSEJERA PRESIDENTA DE LA COMISIÓN PERMANENTE
DE EQUIDAD DE GÉNERO Y PARTICIPACIÓN CIUDADANA
DEL INSTITUTO ESTATAL ELECTORAL DE HIDALGO
P R E S E N T E

Sea este el medio para enviar a Usted un cordial saludo al tiempo que me permito enviar con fundamento en los artículos 11 y 12 de los "Lineamientos para el ejercicio del financiamiento público de los partidos políticos para la capacitación, promoción y el desarrollo político de las mujeres", el Informe Anual de Actividades realizadas por concepto del Gasto en Capacitación, Promoción y Desarrollo Político de las Mujeres, mismo que consistió en 2 proyectos que a continuación se mencionan:

No Proyecto	Nombre	Rubro	Fecha	Duración
1	Capacitación "Mercadotecnia Política y Nuevas Tecnologías"	Capacitación	26 de Junio 2018	4 horas
2	Capacitación "Introducción al Derecho Electoral"	Capacitación	29 de Septiembre 2018	4 horas

De los cursos realizados se adjuntan al presente copias simples de:

- Convocatoria
- Programa
- Fotografías
- Material Didáctico
- Listas de Asistencia
- Evaluaciones
- Papel de Trabajo con cumplimiento de metas establecidas.

No omito mencionar que las muestras referenciadas son adjuntadas al presente oficio de forma impresa, así como en medio magnético en un CD; de la misma forma hago de su conocimiento que a cada sesión de capacitación acudieron 60 personas, mismas que incrementaron de forma considerable el conocimiento de los temas abordados como consta en las evaluaciones y papel de trabajo correspondientes.

Sin más por el momento me despido no sin antes reiterar la disposición de esta Comisión Ejecutiva a colaborar en la aclaración de cualquier asunto que se derive del presente informe.

A T E N T A M E N T E

C.P. ERIC GONZÁLEZ RAMÍREZ
TESORERO

COMISION OPERATIVA ESTATAL
MOVIMIENTO CIUDADANO
HIDALGO

GRADO DE CUMPLIMIENTO DE METAS E INDICADORES DEL PROGRAMA ANUAL DE TRABAJO PARA LA CAPACITACIÓN, PROMOCIÓN Y EL DESARROLLO POLÌTICO DE LAS MUJERES

Sub- Rubro	B.1 Capacitación, promoción y desarrollo del liderazgo de las mujeres
Nombre del Proyecto	Curso “Introducción al Derecho Electoral”
META:	Capacitar en materia de derecho electoral, a 60 mujeres en un rango de edad entre 18 y 29 años, mediante un curso de capacitación de 4 horas, en el Estado de Hidalgo. Las asistentes incrementaran su conocimiento de los temas expuestos en un 10%.

INDICADOR 1				
INDICADOR	**DESCRIPCION**	**VARIABLES**		**FORMULA**
Porcentaje de Personas Capacitadas (PPC)	Describe en términos numéricos el porcentaje de Personas Capacitadas al terminar el curso, Se obtiene al dividir el total de asistentes al curso entre la meta de personas a capacitar durante el curso	PPC= (TACA/MPC) * 100		PGPA= (60/60) * 100
		PPC	Porcentaje de Personas Capacitadas	100%
		TACA	Total de Asistentes a Capacitación.	60
		MPC	Meta de Personas a Capacitar.	60

INDICADOR 2				
INDICADOR	**DESCRIPCION**	**VARIABLES**		**FORMULA**
Porcentaje de Incremento de Conocimientos posterior a la Capacitación (PICPC)	Describe el porcentaje de incremento de conocimientos de los asistentes a la Sesión de Capacitación Respectiva. Se obtiene el resultado de dividir la diferencia entre la sumatoria total de las calificaciones obtenidas por los asistentes en la evaluación final, menos la sumatoria total de las calificaciones obtenidas por los asistentes en la evaluación inicial entre. la sumatoria total de las calificaciones obtenidas por los asistentes en la evaluación inicial. Y del resultado multiplicarlo por 100 para obtener el porcentaje.	PICPC = ((ΣTCFA - ΣTCIA)/ ΣTCIA)*100		PICPC= ((5040 - 1860) / 1860 * 100
		PICPC	Porcentaje de Incremento de Conocimientos posterior a la Sesión de Capacitación	178%
		ΣTCFA	Sumatoria del Total del Resultado de las Calificaciones Obtenidas en la Evaluación Final por los asistentes a la Sesión de Capacitación (en escala de 0 a 100)	5,040
		ΣTCIA	Sumatoria del Total del Resultado de las Calificaciones Obtenidas en la Evaluación Inicial por los asistentes a la Sesión de Capacitación (en escala de 0 a 100)	1,860

No	APELLIDO PATERNO	APELLIDO MATERNO	NOMBRE	SEXO	EDAD	MUNICIPIO	ASISTENCIA	EVALUACION		INCREMENTO	APROBADA
								INICIAL	FINAL		
1	HERNANDEZ	MONZALVO	CONCEPCIÓN	F	20	TULA DE ALLENDE	x	20	100	80	SI
2	PEREZ	HERNANDEZ	MAGALY YESE	F	19	TEPEJI DEL RIO DE OCAMPO	x	0	60	60	SI
3	MARTINEZ	MORALES	JANET ANEL	F	52	SAN SALVADOR	x	20	80	60	SI
4	ANGELES	SORIANO	MARGARITA	F	22	OMITLAN DE JUAREZ	x	20	100	80	SI
5	CRUZ	DE LA CRUZ	VERONICA	F	50	APAN	x	40	80	40	SI
6	GALLARDO	CRUZ	MARCELA	F	27	AGUA BLANCA DE ITURBIDE	x	40	100	60	SI
7	ROLDAN	MARTINEZ	MARGARITA	F	52	JUAREZ HIDALGO	x	20	60	40	SI
8	CHACEZ	HERNANDEZ	YENIKA ARISB	F	34	NOPALA DE VILLAGRAN	x	0	100	100	SI
9	BARRANCO	GONZALEZ	ROSARIO	F	35	SAN BARTOLO TUTOTEPEC	x	20	80	60	SI
10	LAIZA	GONZALEZ	DULCE ROCIO	F	31	TASQUILLO	x	40	80	40	SI
11	MONTIEL	DOMINGUEZ	YAZMIN	F	55	TEPEHUACAN DE GUERRERO	x	20	100	80	SI
12	OLIVA	MARTINEZ	GETZEMANI	F	72	TLANCHINOL	x	40	60	20	SI
13	MARTINEZ	NUÑEZ	JACQUELINE	F	31	ATOTONILCO EL GRANDE	x	40	80	40	SI
14	SILVERIO	GARCÍA	VICENTA	F	24	IXMIQUILPAN	x	20	80	60	SI
15	MORALES	VAZQUEZ	ESTRELLA	F	42	CARDONAL	x	40	80	40	SI
16	MORALES	MARTINEZ	OLGA	F	27	PACHUCA DE SOTO	x	40	80	40	SI
17	VAZQUEZ	HERNANDEZ	MICAELA	F	22	PACHUCA DE SOTO	x	20	80	60	SI
18	MARTINEZ	PEREZ	ELDIBERTA	F	26	PACHUCA DE SOTO	x	60	80	20	SI
19	MARTINEZ	URIBE	GLORIA	F	58	ZEMPOALA	x	40	80	40	SI
20	NOPAL	COELLO	MARGARITA	F	25	OMITLAN DE JUA	x	40	80	40	SI
21	GARCÍA	GARCÍA	YURIDIA	F	56	HUAUTLA	x	40	80	40	SI
22	HERNANDEZ	JIMENEZ	GUADALUPE	F	37	ACATLAN	x	40	80	40	SI
23	VILLAVICENCIO	RUIZ	LILIANA	F	53	ATITALAQUIA	x	40	80	40	SI
24	CRUZ	ACOSTA	DULCE VIRIDIA	F	70	CUAUTEPEC DE H	x	40	80	40	SI
25	HERNANDEZ	RAMIREZ	LETICIA	F	28	HUASCA DE OCA	x	40	100	60	SI
26	HERNANDEZ	AQUINO	ERIKA	F	32	MINERAL DE LA I	x	20	100	80	SI
27	HINOJOSA	RAMIREZ	BIBIANA	F	42	SAN AGUSTIN M	x	40	60	20	SI
28	PÉREZ	ABRAHAM	ANAID	F	31	METEPEC	X	40	100	60	SI
29	ALVARADO	ORTEGA	YARELI	F	38	PACHUCA DE SOTO	x	20	80	60	SI

30	ALVAREZ	REYES	MARIA GUADA	F	29	MINERAL DE LA REFORMA	x	40	80	40	SI
31	CARDENAS	JIMENEZ	THANIA	F	34	ATOTONILCO EL GRANDE	X	0	60	60	SI
32	HERNANDEZ	JUAREZ	REYNA	F	45	TEPEHUACAN DE GUERRERO	x	60	80	20	SI
33	JIMENEZ	ANTUNEZ	ERIKA	F	22	AGUA BLANCA DE ITURBIDE	x	20	80	60	SI
34	ROMERO	GUZMAN	EMILIA ELIZAB	F	51	ACATLAN	X	40	80	40	SI
35	AGUILAR	FLORENCIO	BLANCA LIDIA	F	38	IXMIQUILPAN	x	20	100	80	SI
36	AGUILAR	RAMIREZ	DIANA MARIA	F	39	OMITLAN DE JUAREZ	x	40	80	40	SI
37	AILA	TORRES	MA LUISA	F	44	PACHUCA DE SOTO	X	20	80	60	SI
38	ALVARADO	GARCIA	FRANCIA ELIZA	F	20	METEPEC	x	40	100	60	SI
39	ARROYO	ORTIZ	MARIA LUISA	F	36	SAN AGUSTIN M	x	20	80	60	SI
40	ATLAGCO	CRUZ	AURORA	F	20	PACHUCA DE SOTO	X	20	100	80	SI
41	BARRON	ORTIZ	ISABEL	F	35	ATITALAQUIA	x	60	100	40	SI
42	CACAHUATITLA	MELO	ZORAIMA	F	46	HUAUTLA	x	0	80	80	SI
43	CAMILO	BARTOLO	MARIA FELISA	F	32	METEPEC	X	60	80	20	SI
44	CANALES	NICOLAS	PIEDAD	F	26	PACHUCA DE SOTO	x	40	100	60	SI
45	CARMONA	ISLAS	ALEJANDRIA	F	53	HUASCA DE OCAMPO	x	20	100	80	SI
46	CARMONA	MARTINEZ	DIANA	F	39	ATOTONILCO EL GRANDE	X	20	80	60	SI
47	CASTRO	CASTRO	INES	F	30	PACHUCA DE SOTO	x	40	80	40	SI
48	COCOLETZI	LOPEZ	ANA	F	44	ACATLAN	x	20	100	80	SI
49	CRUZ	HERNANDEZ	ERELINA	F	39	SAN AGUSTIN M	X	0	60	60	SI
50	CRUZ	MIRANDA	FABIOLA	F	42	PACHUCA DE SOTO	x	40	60	20	SI
51	CUEVAS	FLORENCIO	LETICIA	F	38	METEPEC	x	20	80	60	SI
52	DE JESUS	MIRANDA	YOCELIN	F	25	SAN SALVADOR	X	40	80	40	SI
53	FLORENCIO	GALINDO	CELIA	F	58	JUAREZ HIDALGO	x	20	100	80	SI
54	FLORES	TEODORO	BERENICE ABI	F	49	JUAREZ HIDALGO	x	40	80	40	SI
55	GAYOSSO	MUÑOZ	ARACELI	F	56	METEPEC	X	60	80	20	SI
56	GONZALEZ	CORRALCO	J GUADALUPE	F	38	PACHUCA DE SOTO	x	40	100	60	SI
57	HERNANDEZ	MARTINEZ	ALMA ROSA	F	29	PACHUCA DE SOTO	x	20	100	80	SI
58	LICONA	GUERRERO	NIDIA	F	53	JUAREZ HIDALGO	X	40	80	40	SI

59	LOPEZ	CUAUTENCO	MARIANA	F	49	IXMIQUILPAN	x	20	80	60	SI
60	MARQUEZ	CRUZ	MARIA YANEL	F	28	IXMIQUILPAN	x	40	100	60	SI
								1860	**5040**	**3180**	

MOVIMIENTO CIUDADANO
HIDALGO

CONVOCATORIA

El Delegado Nacional en el Estado de Hidalgo

Te invita a participar en el Curso:

Mercadotecnia Política y Nuevas Tecnologías

A realizarse a las 10:00 horas., el día 26 de junio de 2018, en Profra. Laura Lugo # 102, Col. Revolución C.P. 42060, Pachuca de Soto, Hidalgo.

MUJERES EN MOVIMIENTO

MOVIMIENTO CIUDADANO

Curso de Capacitación: "Mercadotecnia Política y Nuevas Tecnologías"

Fecha: 26 de junio de 2018

PROGRAMA

09:45 – 10:00 Registro de Asistencia y entrega de materiales

10:01 – 10:10 Aplicación de Evaluación Inicial

10:11 – 10:15 Mensaje de Bienvenida

10:16 – 11:20 Presentación Ponente

11:21 – 12:45 Capacitación

12:45 – 13:00 Coffee Break

13:01 – 13:10 Aplicación de Evaluación Final

13:11 – 13:20 Entrega de reconocimientos

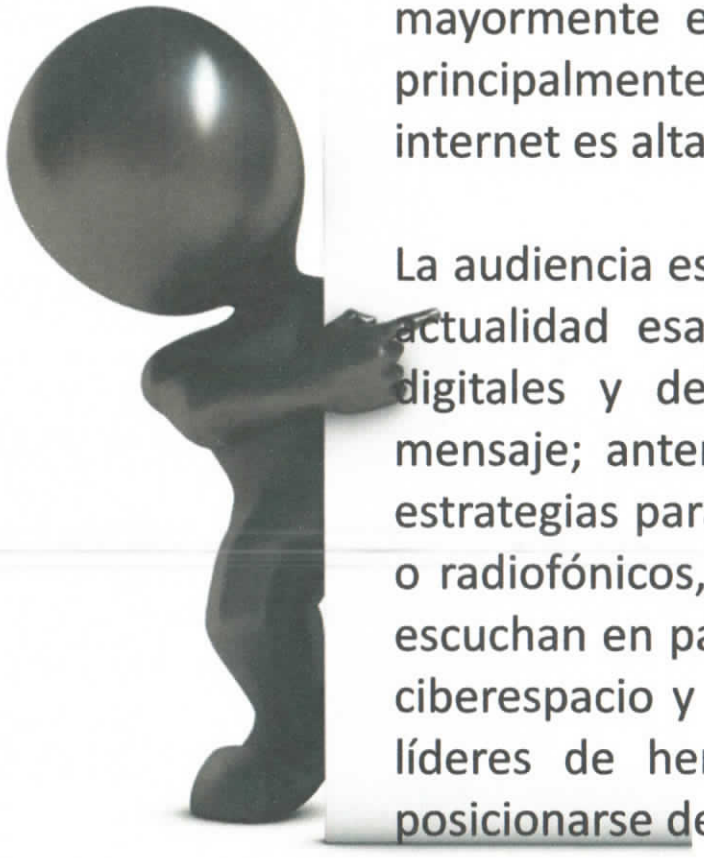
13:21 – 13:30 Clausura

MOVIMIENTO CIUDADANO
HIDALGO

MERCADOTECNÍA POLÍTICA Y NUEVAS TECNOLOGÍAS

MOVIMIENTO CIUDADANO
HIDALGO

PRESENTACION DEL CURSO



El mundo de la información en nuestros días circula mayormente en las pantallas de nuestros teléfonos celulares, principalmente en entidades federativas donde la conectividad a internet es alta.

La audiencia esta donde se encuentren sus ojos y sus oídos en la actualidad esa atención esta en internet, en las redes socio digitales y debemos saber actuar allí y posicionar nuestro mensaje; anteriormente el media training estaba enfocado en estrategias para difundir nuestro mensaje en medios televisados o radiofónicos, ahora todo es diferente las entrevistas se ven y escuchan en pantallas de 4.5 pulgadas. Hoy todo se mueve en el ciberespacio y es necesario dotar a las nuevas generaciones de líderes de herramientas que les permitan la posibilidad de posicionarse de mejor forma en la web.

CRITERIOS DE EVALUACIÓN

1. Asistencia
   - 4 horas

2. Evaluación del Aprendizaje
   - Evaluación Diagnostica Escrita
   - Evaluación Formativa (Participación)
   - Evaluación Final Escrita.

MOVIMIENTO CIUDADANO
HIDALGO

OBJETIVO DEL CURSO

Dar a conocer a las asistentes, elementos y estrategias para posicionar de forma exitosa mensajes políticos en redes socio digitales.

MOVIMIENTO CIUDADANO
HIDALGO

MEDIOS DE INFORMACIÓN ACTUAL

Cada vez es menos recurrente leer el periódico, escuchar noticieros en radio o esperar el noticiario televisivo nocturno para mantenernos informados de lo que ocurre en nuestro entorno

Ahora nos informamos en tiempo real, las noticias circulan mayormente en las pantallas de nuestros teléfonos celulares.

La audiencia esta donde se encuentren los ojos y oídos de la población;

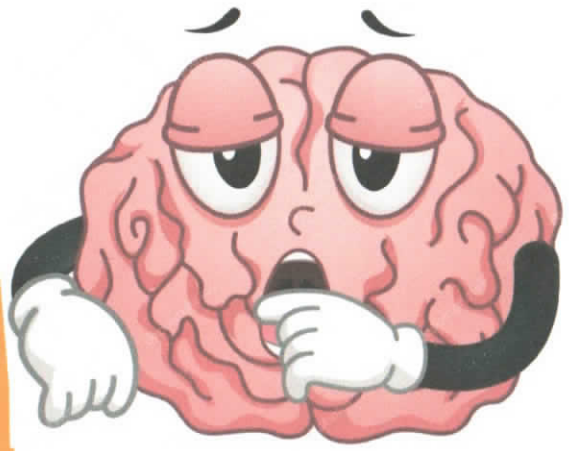
En la actualidad la atención está en las redes y es una obligación saber actuar allí y posicionar nuestro mensaje. Para poder aprovechar al máximo el espacio digital es necesario entender el proceso de comunicación política en la actualidad.

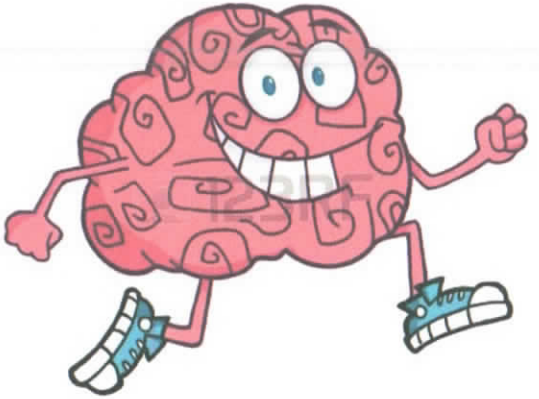
MOVIMIENTO CIUDADANO
HIDALGO

COMUNICACIÓN POLÍTICA

Comunicación política

uso estratégico de la comunicación para influir en la opinión pública, el conocimiento y el ambiente político.





El cerebro humano funciona de una forma muy sencilla

- insumos
- cautivar
- sutil
- Sin comunicación
- No hay movimiento

MOVIMIENTO CIUDADANO
HIDALGO

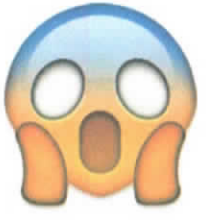
El primer elemento de todos y el objetivo central de la comunicación es mover a la gente

¿qué movimiento quiero generar?

¿qué quiero que hagan después de escucharme?

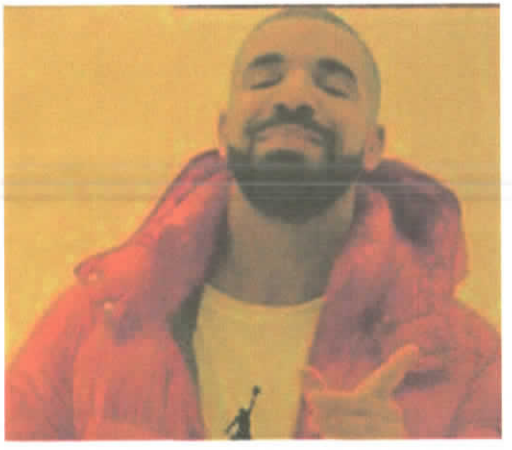
¿qué acción voy a generar?

Si hablo y no muevo, hablo solo



- inflexiones marcadas
- gestos de concurso

COMUNICACIÓN QUE FUNCIONA



- ✓ Realidad,
- ✓ oír y sentir que lo que le digo le toca el corazón
- ✓ me da igual lo que ellos piensan,
- ✓ me importa lo que sienten,
- ✓ lucho por lo mismo que ellos luchan,
- ✓ me duele lo que a ellos les lastima;

MOVIMIENTO CIUDADANO
HIDALGO

Piensa, di, pero ¡SIENTE!

Evaluarme
después de una entrevista e preguntarme
¿he hecho sentir algo?

no lo logre, no genere la chispa del movimiento. Hablar plano es lo mismo que no hablar

debo hacer que pasen cosas emocionarles, golpear, defender, abanderar, dar esperanza;

MOVIMIENTO CIUDADANO
HIDALGO

hacer que la gente nos sienta reales

centro de la conversación lo que desea la gente,

seducir a nuestra audiencia,

hablar de lo que sucede en el entorno

de lo que le sucede a las personas

IDENTIFICACIÓN: forma más poderosa de persuasión

de lo que me rodea

MOVIMIENTO CIUDADANO
HIDALGO

Nuestro mensaje debe ser sencillo, simple que no implique un proceso de intelectualidad complejo.

si reduzco la racionalización utilizando elementos que no exijan procesos de pensar voy a entrar más fácilmente al fondo del cerebro de la gente.

Ser fácil de procesar, de entender, de asimilar.

MOVIMIENTO CIUDADANO
HIDALGO

La clave de mi comunicación es hablar de quien me escucha

Lo más importante siempre son ustedes: la gente.

Hablar de los que me miran por las pantallas, de sus circunstancias, de lo que les preocupa,

Si no puedo, la estrategia a seguir es partir de lo que comparto con los demás una vez generada la empatía puedo llegar a tocar los temas que no comparto con ellos.

MOVIMIENTO CIUDADANO
HIDALGO

La energía es un elemento básico de la comunicación; hace sentir a la gente que lo que digo es vital e importante.

LAS MAMASES ◄►WEREVERTUMORRO◄►

Werevertumorro 5.3 M vistas • Hace 3 años

Gracias por entrar y si te gustó el video no olvides dejar tu Like y Suscribirte. Eso ayudaría mucho al canal Checa este video: ...

Ir al cine NORMAL vs VIP | Cinépolis vs Cinemex | ¿Cuál es mejor?

Luisito Comunica 9.3 M vistas • Hace 5 meses

Pasé todo el día en salas de cine comparando los servicios de las diferentes compañías y sus categorías. Fue un divertido y ...

PROBANDO LAS MASCARILLAS MÁS FAMOSAS DE INTERNET, ¿FARSA O MARAVILLA? ♥ - Yuya

Yuya 1.5 M vistas • Hace 3 semanas

Guapuraaaaas, de verdad no paro de sorprenderme con todas las cosas que encontramos en internet! Esta vez quise ...

MOVIMIENTO CIUDADANO
HIDALGO

¿Cuándo es el mejor momento para hablar?, cuando estoy dispuesto a darlo todo, mis anécdotas, miedos, riesgos, defectos, mi corazón, mi vida. Ese es el momento de ponerme delante de la gente cuando esté dispuesto a dar algo.

Yuya

19,715,149 suscriptores • 523 videos

VIDEOS NUEVOS, TODOS LOS MIERCOL

yuya_cst@live.com.

Werevertumorro

14,188,753 suscriptores • 955 videos

Werevertumorro es un canal de comedi
videoblogs, series y ...

Luisito Comunica

9,721,455 suscriptores • 431 videos

Un canal de YouTube DEMASIADO coc

Partido Encuentro Social

1,581 suscriptores • 297 videos

Este es el canal oficial de videos del "I

MOVIMIENTO CIUDADANO

HIDALGO

Discurso Hugo Eric Flores #CentenarioConstitución

66 vistas • Hace 9 meses

Mensaje Navideño Dip. Ana Perea Encuentro Social

76 vistas • Hace 1 año

PES se manifiesta en contra de las políticas de Donald

221 vistas • Hace 9 meses

Iniciativa No al Fuero Encuentro Social

849 vistas • Hace 1 año

MOVIMIENTO CIUDADANO
HIDALGO

REDES SOCIO DIGITALES

La forma más efectiva de establecer comunicación con un presupuesto limitado, hoy en día es a través de las nuevas tecnologías de la información.

- ✓ Decrecimiento de medios tradicionales,
- ✓ Falta de credibilidad y legitimidad;
- ✓ Internet acapara la atención
- ✓ Facilidad de poder elegir lo que quiere ver, en el momento que lo desea hacer

Las redes socio digitales se han convertido en un medio letal por su influencia en la agenda informativa

MOVIMIENTO CIUDADANO

HIDALGO

En México existen aproximadamente **120 millones de habitantes** en la actualidad; para 2016 existían en nuestro país **61 millones de usuarios de Facebook** y **30 millones de cuentas de Twitter**. En nuestro país existe una conectividad de 56% en núcleos urbanos de hasta 86%. Este es el poder de alcance de las redes socio digitales. Un mexicano promedio tiene acceso a **120 contenidos de Facebook por día.**

MOVIMIENTO CIUDADANO
HIDALGO

La utilidad de las redes sociales en política es como:

- ✓ Catalizador: Nos brindan la posibilidad de comunicar un mensaje de manera veloz, en tiempo real.
- ✓ Generador de interacción: Permite la posibilidad de crear dialogo con el votante nos da la oportunidad de colocarnos en la conversación digital.
- ✓ Plataforma: Son un medio de comunicación alternativa a radio y TV con mucho menor costo.

El objetivo del uso de las redes sociales es posicionar nuestro mensaje político en la mesa del domingo.

MOVIMIENTO CIUDADANO

HIDALGO

Con las redes sociales si el noticiero de las 7 am genera una noticia, los actores políticos tienen la posibilidad de generar una respuesta de forma inmediata, sin invertir un solo peso.

RicardoAnayaC
@RicardoAnayaC

Seguir

Aquí está mi versión sobre las mentiras que hoy vuelve a publicar el Gobierno a través de El Universal.

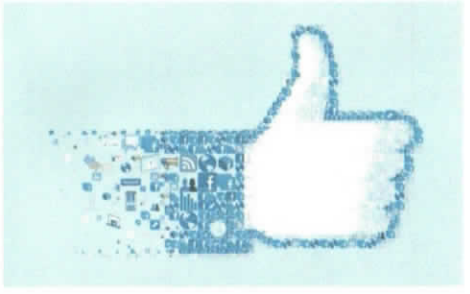
MVS Noticias 28/08/2017
Listen to MVS Noticias 28/08/2017 by PAN Nacional #np on #SoundCloud
soundcloud

7:34 - 28 ago. 2017

MOVIMIENTO CIUDADANO
HIDALGO

CONCEPTOS BÁSICOS

Comunicación política: uso estratégico de la comunicación para influir en la opinión pública, el conocimiento y el ambiente político.



Campaña Viral: serie de publicaciones estratégicas en redes, orientadas a la generación de contenidos cuyo objetivo es generar emoción, esperanza, miedo, irá del elector, a través de sátira. Produce morbo negativo, es provocador, pero también entretiene.

Huella digital: lo que yo hablo sobre mí en redes; lo que dice la campaña de mí, todo lo que puedo decir sobre mí y lo que mis cuentas oficiales dicen.

> “No soy un diplomático, vengo a aprender de ustedes, vengo a hacer equipo con ustedes”
>
> **LUIS VIDEGARAY**
> Secretario de Relaciones Exteriores

MOVIMIENTO CIUDADANO
HIDALGO

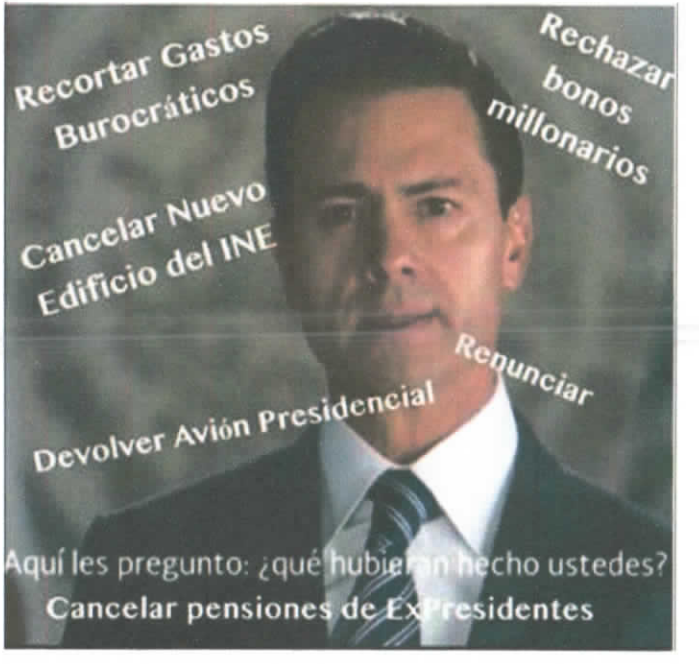
Sombra digital: lo que la gente dice de mí en redes socio digitales, como se expresan de mí en sus propias conversaciones, la percepción digital de mi mensaje político.

Redes sociales: Grupos de personas.

Medios digitales: redes socio digitales.

MOVIMIENTO CIUDADANO
HIDALGO

Ataque digital: es una campaña de contraste sobre polémica que desaten mis publicaciones, entrevistas o discursos cuya finalidad es contrarrestar su efecto positivo o maximizar el efecto negativo. Además de sátira crea una historia narrativa que aporta elementos que le importan a la comunidad de los que o estoy libre de culpa de lo contrario el efecto se revierte.



MOVIMIENTO CIUDADANO
HIDALGO

LIDERAZGO DIGITAL

- Tener presencia en medios digitales no es una opción, es una necesidad
- Ser líder en redes no implica ser el político con más seguidores
- Las redes socio digitales no son para hacer campaña, SON PARA HACER POLÍTICA
- Los likes no te hacen un líder en la red, el liderazgo te lo brinda la empatía que generes

Ser un líder en términos de Napoleón "negociador de esperanza, inspirar a otros a soñar más, hacer más y soñar más".

MOVIMIENTO CIUDADANO
HIDALGO

Para utilizar las redes sociales con el objeto de fortalecer mi liderazgo, necesito definir:

¿presencia?

¿que hablen de mí?

¿qué es lo que quiero?

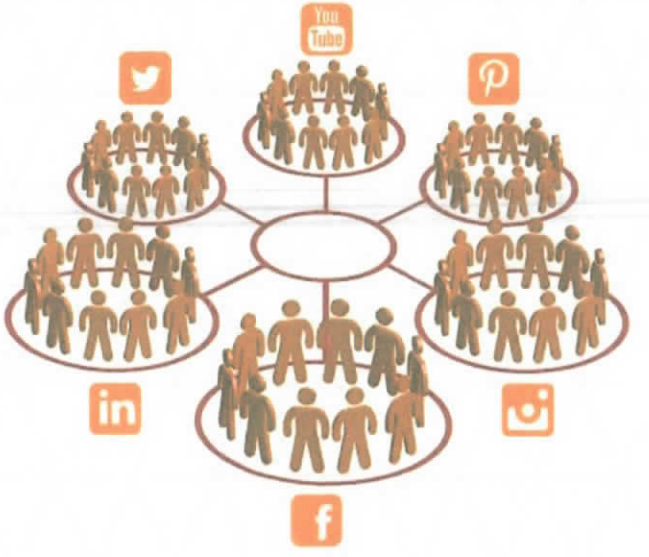
Diferencias de Liderazgo	
Político Tradicional	**Líder Digital**
La información es poder	Cultura de compartir
Estructuras jerárquicas y verticales	Quien te hace fuerte son los seguidores
Pelea por el control	Comparte el poder
Cambiar el chip	No dejan de hacer lo que saben

voy a utilizar para demostrar que soy mejor opción

MOVIMIENTO CIUDADANO
HIDALGO

¿Cómo medir el liderazgo digital?

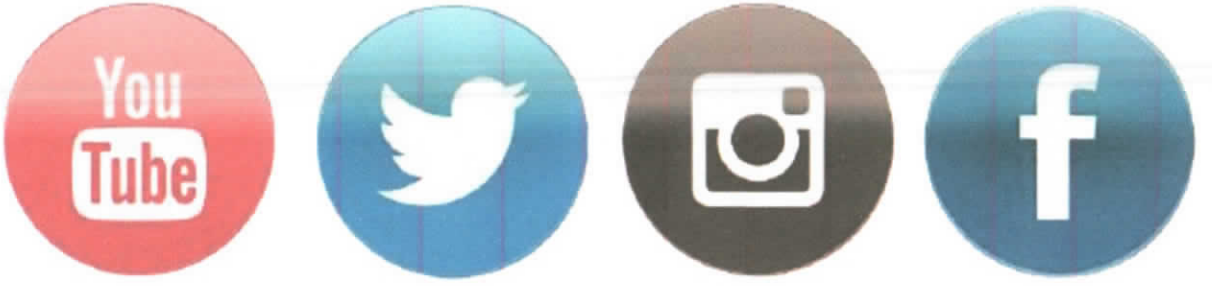
El objetivo de usar mi campaña digital es crear mi propia comunidad; si no puedes crear comunidad no puedes ser un líder. Posicionarte en una comunidad creada es mucho más complejo.



MOVIMIENTO CIUDADANO
HIDALGO

La tangibilidad de tu comunicación **no está en el número de seguidores**, es como decir que un candidato va a ganar porque tiene más gente en un mitin.

Tu medida de éxito es tu comunidad digital, no cuanta gente te sigue, si cuanta gente de defiende, **cuanta gente está contigo**, quien replica tu mensaje, cuanta te apapacha.

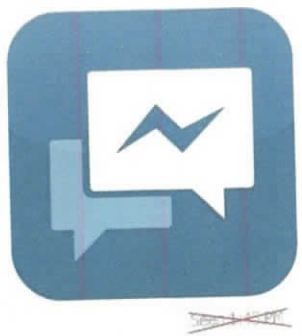


MOVIMIENTO CIUDADANO
HIDALGO

CAMPAÑA DIGITAL

No todo lo que comunique a través de las redes socio digitales, será del agrado de todos mis seguidores, para iniciar una campaña digital exitosa generar publicaciones enfocadas a buscar la popularidad con la mayoría de las personas que tengan acceso a ellas.

La campaña digital, o estrategia digital está basada en un modelo de comunicación política:



MOVIMIENTO CIUDADANO
HIDALGO

¿A quien voy a dirigir mi modelo de comunicación?

Círculo rojo

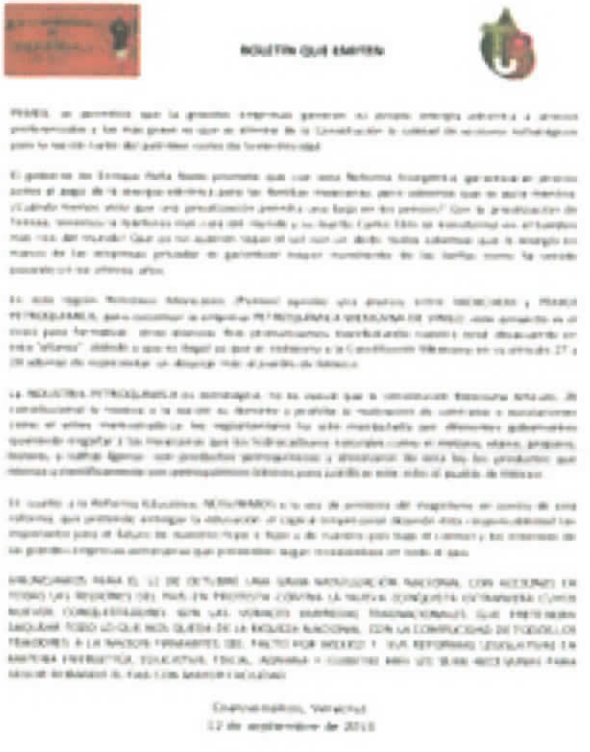
Circulo Café:

Circulo verde:

MOVIMIENTO CIUDADANO

HIDALGO

La comunicación del político está centralizada al círculo rojo. El ciudadano tiene un lenguaje diferente al periodista, por ende no podemos brindarles el mismo insumo, responden a estímulos diferentes.



Roberto Ruiz Bass

3 h ·

Comparto este criterio del asambleísta Pedraza. También conozco personalmente al dirigente Monroy y es evidente que están usándolo como un chivo expiatorio de lo que es ya inocultable en la actual administración .

Monitoreo de noticias - Ahora Digital: Quieren tapar la corrupción de Setar acusando de corrupción a un diri...

www.ahoradigital.net

MOVIMIENTO CIUDADANO
HIDALGO

Reglas para boletines de medios en redes:

A. El B.M. no debe replicarse en redes, no se debe tratar al ciudadano, de la misma forma que al periodista, si la gente quisiera ver eso, se compra un periódico.

B. Los medios tradicionales deben de ser sujetos de un atención adecuada; debe crearse una cuenta denominada "sala de prensa" con información detallada para los medios con elementos para que el reportero realice su trabajo.

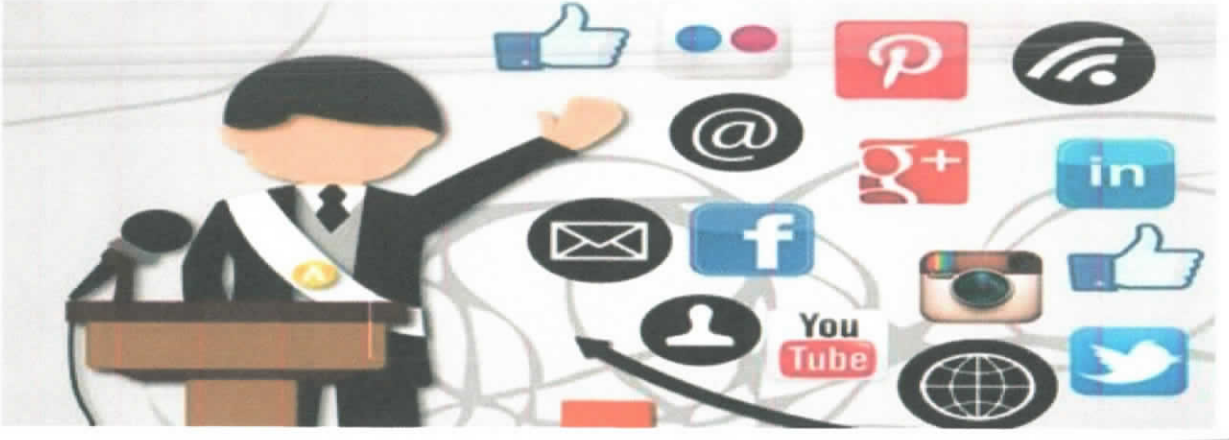
C. Las actividades del boletín de medios deben estar en redes, pero de forma procesada y simplificada para el ciudadano, resaltando el *«soundbye»*

D. Las transmisiones en vivo no funcionan en redes. Debemos resaltar un mensaje en específico de toda la transmisión algunos segundos en los que se exprese el mensaje relevante.

Monitorear todo el día las 3 áreas de la campaña:

1. Tierra:
2. Aire:
3. Digital:.

La función de la campaña digital hoy en día es presentar al político y coadyuvar a la movilización, convencimiento de nuevos adeptos. Para lograrlo debo tener una estrategia

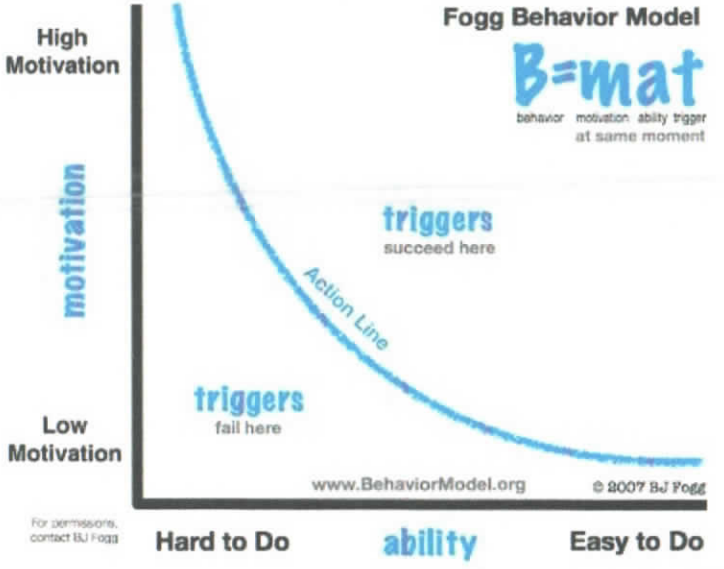


MOVIMIENTO CIUDADANO
HIDALGO

ACTIVACION DIGITAL

El círculo café está principalmente compuesto por los Millenialls, un sector de la población caracterizado por su apatía para participar en política.

BJ Fogg nos dice que el comportamiento es igual habilidad por motivación por detonador, si yo estoy muy motivado para hacer algo si tengo el motivador adecuado y el detonador adecuado



MOVIMIENTO CIUDADANO
HIDALGO

Acciones que puedo realizar para motivar desde la esfera digital:

Autoestima: El individuo será reconocido por su aportación al grupo, subir su autoestima a través de comunidades digitales.

Individualidad: cada participante tiene la posibilidad de aportar al grupo. Te reconozco, te retwitteo, público y comento tu publicación

Comunidad: agrupar a las personas por conjunto de intereses, abandero tu causa.

Efectividad: Haces algo y de inmediato ves el resultado, tomas una acción.

Pertenencia: no es necesario ser parte del partido político para ser candidato, como ciudadano puedo tener la posibilidad de ser abanderado del partido. Eres parte de mi movimiento,

Libertad: no es necesario pasar por una estructura para tener la posibilidad de hablar con el líder, lo puedes hacer a través de la red.

Energía: resolver necesidad básica no vayas a oficina, has tramite por internet

MOVIMIENTO CIUDADANO
HIDALGO

INVESTIGACION Y ESTRATEGIA

cuantitativa encuestas simples ¿cuantos seguidores tengo?, ¿nivel de interacción?, ¿tiempo de carga de mi página web?

cualitativa El *social listening* (escucha social) que es la base de toda estrategia digital, la sombra digital (lo que la gente dice de mí) y la huella digital (lo que yo hablo sobre mí).

Es mucho más importante partir de la medición de la sombra digital, no de la medición de cuantos seguidores tengo, debo medir **mi influencia** en la conversación digital **fuera de mis cuentas oficiales**

MOVIMIENTO CIUDADANO

HIDALGO

Cero tolerancia

900 vistas • Hace 1 año

Mamá Papá Encuentro Social

2,300 vistas • Hace 1 año

Familias Completas
Encuentro Social

1,000 vistas • Hace 1 año

Nancy Vazquez

699 vistas • Hace 1 año

Mensaje Navideño Dip.
Melissa Torres Encuentro

510 vistas • Hace 1 año

Los spots deben ser cortos para que puedan impactar, para medios digitales es recomendable una duración de aproximadamente 10 segundos, cuyo mensaje clave debe estar en los rimeros 5 segundos de tal forma que la gente vea/escuche el mensaje antes de dar click para saltarlo; si la duración del spot es poca, la probabilidad de que termine de ver el mensaje es mucho mayor

MOVIMIENTO CIUDADANO
HIDALGO

ESTRATEGIA DIGITAL

¿Cómo voy a llegar a presentar, convencer y movilizar?

Táctica sin estrategia es solo ruido antes de la derrota; Si hacemos cosas sin saber por qué, las estamos haciendo, no tienen sentido. Nadie sabe si vamos por el camino correcto si no sabemos hacia dónde vamos.

Es necesario primero tener objetivos claros, precisos, concisos, medibles. ¿para qué quiero usar facebook, twitter, whats app, página web?; ¿Cuánta gente quiero tocar? ¿A cuanta gente quiero llegar?, ¿Cuánta gente quiero convencer?; ¿cómo puedo saber si me va bien o mal en medios digitales?

MOVIMIENTO CIUDADANO
HIDALGO

Monitorear la escucha social, revisar si los *trending topics* detonan conversación que me resulten favorable en mi entorno, los *fakenews* en Facebook si detonan conversación.

Negativo	Neutro	Positivo
Alto	Alto	Alto
Medio	Medio	Medio
Bajo	Bajo	Bajo

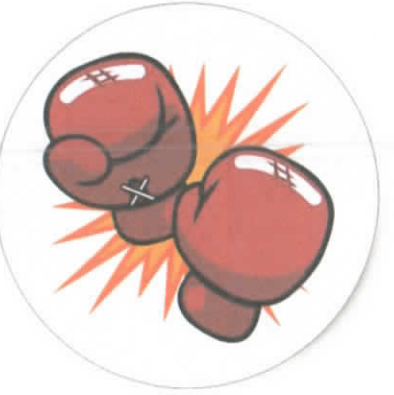
Si tengo que hablar de algo, debo de hablar de lo que está en verde, y evitar lo que está en rojo.

No puedo medir la conversación si no tengo acceso a la conversación, Debo hacer empático a mi personaje, ¿quién es?, ¿cómo lo perciben?, ¿a dónde lo quiero llevar?

MOVIMIENTO CIUDADANO
HIDALGO

Las publicaciones de mi cuenta oficial deben ser acordes a mi imagen, no puedo modificar mi personalidad por ganar adeptos digitales, ni mucho menos presentar una personalidad múltiple

Para subirme al ring en una pelea digital, únicamente voy a pelear la posición si puedo vencer, de lo contrario mi estrategia debe estar orientada a contrarrestar el ataque.



MOVIMIENTO CIUDADANO
HIDALGO

IDENTIFICAR CAUSAS Y DETONADORES.

Un buen punto de partida para mi campaña digital es identificar una causa justa, comprometerme con la causa y unirme.

"aquí robamos parejo" fue un spot exitoso en términos de conversación orgánica y escucha social; se hizo para televisión y lo bajaron

Otro caso es el estado de Oaxaca la gente tiene un sentido de pertenencia muy marcado,

MOVIMIENTO CIUDADANO
HIDALGO

ESTABLECER UN CENTRO DE CONTACTO.

La estrategia digital es un complemento también para permitirnos llegar a donde la campaña de tierra no puede hacerlo, principalmente en estratos sociales a los que no puedes acceder con promesas de servicios, empleos, mejor alimentación, etc.

MOVIMIENTO CIUDADANO
HIDALGO

Formar un equipo de voluntarios para que sean el vínculo de contacto directo para audiencias que sean susceptibles de ser contactadas por la campaña de tierra.

Este centro de contacto debe utilizar todos los medios que estén a su alcance como Facebook, twitter, Whats App, Messinger, Mensajes de Texto, llamadas telefónicas, etc.

Mis objetivos primordiales:

- ✓ Detectar simpatizantes a través de mi comunidad
- ✓ Convencerlos de que se sumen a mi causa.

MOVIMIENTO CIUDADANO
HIDALGO

CREAR LAS COMUNIDADES

Para crear mi campaña digital exitosa no necesito ser un gigante de la red con miles de seguidores, es más efectivo tener muchas comunidades pequeñas hablando bien de mí.

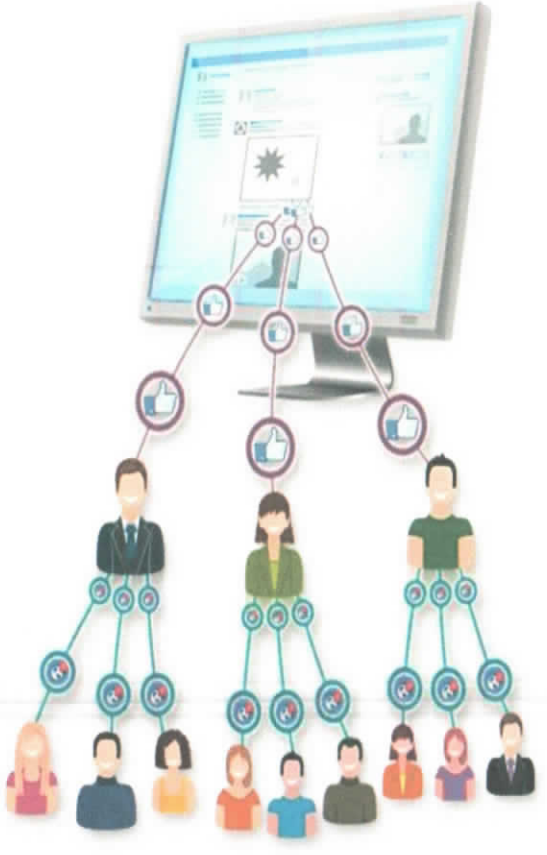
A. **Pertenencia a la red:** beneficios que no tienen los que se encuentran fuera de los partidos, recursos públicos, candidaturas.

B. **Poder de la red:** entre más grande es tu red, más grande es tu poder.

C. **Poder conectar dentro de la red:** voy a dar el sentido de pertenencia a mi comunidad.

D. **Poder replicar la red:** Dar a la gente la posibilidad de hacer crecer la red y replicarla.

MOVIMIENTO CIUDADANO
HIDALGO



Mi comunidad es para construir, no para destruir, es mi casa, no voy a ser intolerante a la crítica; si al insulto.

debo procurar una comunidad orgánica. Poner comentarios positivos y ocultar los negativos,

empatía, tratar de pensar como el ciudadano, hacerle creer que me duele lo mismo, creo y pienso como él, siempre que sea real, debo transmitirlo.

La comunidad puede hablar mejor del político que lo que él puede hacerlo sobre si mismo,

MOVIMIENTO CIUDADANO
HIDALGO

Facebook permite en perfiles políticos hasta 4 publicaciones al día que le llegan al 10% de tu audiencia, la 5ª solo le llega al 5%.

Programar las publicaciones con días de anticipación en una matriz en la que podamos clasificar nuestros contenidos en función de los siguientes tópicos.

Entretener
Atractivo
Informar
Convencer

Todos los contenidos deben aportar a mi mensaje clave, toda publicación debe tener una justificación estratégica.

Programar tres publicaciones al día, de esta manera si hay algo relevante durante el transcurso del día se tiene la posibilidad de publicar una cuarta

MOVIMIENTO CIUDADANO
HIDALGO

El contenido en redes debe ser suave relajado, una buena estrategia y la única publicación que llega al 100% de todos nuestros contactos es la portada

contestar y responder cada uno de los comentarios en mis redes. Para hacerlo de forma más pronta y expedita al momento de elaborar mi matriz de publicaciones debo complementarla con una matriz de preguntas y respuestas

MOVILIZACION DIGITAL.

Convencidos: En el primer nivel están los 100% seguros, mis voluntarios que están participando de lleno en mi proyecto.

Convencidos activables: En este segmento se encuentra mi voto duro, o voto blando.

No convencidos influenciables: los simpatizantes o voto switch.

No convencidos.

MOVIMIENTO CIUDADANO
HIDALGO

Entre menos información solicitemos en el primer contacto con el ciudadano, mayor posibilidad de conversión del ciudadano tendremos.

Fomentar la participación del ciudadano en mi proyecto político, en mi comunidad. Una vez que tenga su respuesta positiva incluirlo en las actividades de mi comunidad convertirlo en un activista digital.

© Can Stock Photo - csp1635553

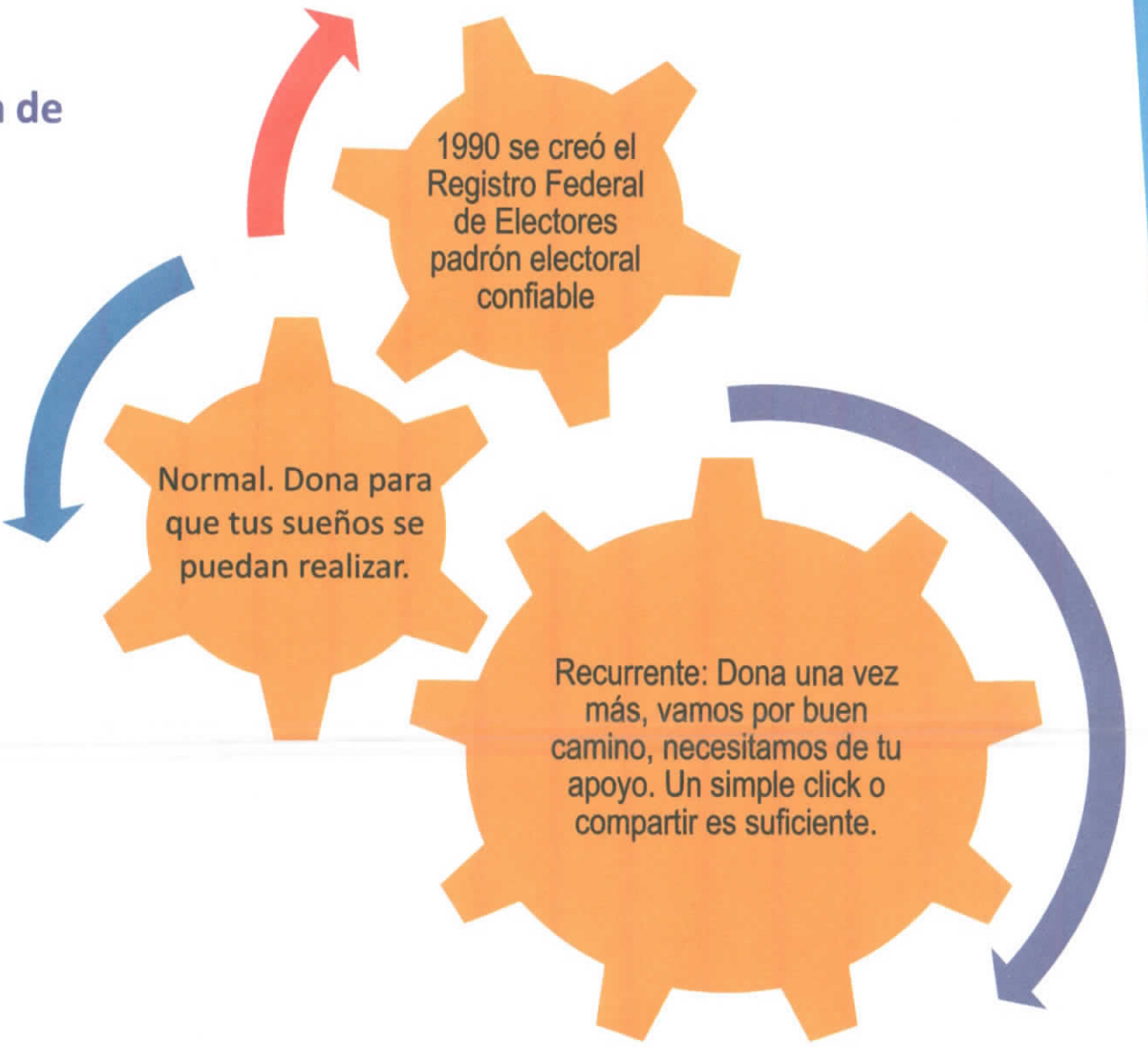
Calibración de la estrategia.

Medir si lo que estoy haciendo está bien, y si no replantear.

MOVIMIENTO CIUDADANO
HIDALGO

Campaña de recaudación de fondos

Tres tipos de donativo:



MOVIMIENTO CIUDADANO

HIDALGO

GRACIAS POR SU ATENCIÓN

MOVIMIENTO CIUDADANO
HIDALGO

40

EVALUACIÓN INICIAL
"MERCADOTECNIA POLÌTICA Y NUEVAS TECNOLOGÍAS"

	Fecha : 26/06/2018
Nombre del Cursante:	CONCEPCION HERNÁNDEZ MONSALVO

Instrucción: Relaciona las siguientes columnas.

1. Diseño y Planeación	(5) Campaña Principal, Campaña de Comunicación y Campaña de Tierra
2. Marketing político	(4) Tono, Estilo y Organización
3. Variables de una campaña	(1) Ejercicio temporal de un grupo de personas que buscan alcanzar un objetivo que se traduce en votos, trazando un camino para lograrlo
4. Momentos de la campaña principal	(2) Administración de ventaja, Primera Confrontación, Segunda Confrontación, Temas en la Agenda.
5. Tipos de Campaña	(5) Es un método para hacer buenas campañas, sus claves son la investigación, la estrategia y la comunicación política.

MOVIMIENTO CIUDADANO
HIDALGO

CONVOCATORIA

El Delegado Nacional en el Estado de Hidalgo

Te invita a participar en el Curso:

Introducción al Derecho Electoral

A realizarse a las 09:00 horas., el día 29 de septiembre de 2018, en Profra. Laura Lugo # 102, Col. Revolución C.P. 42060, Pachuca de Soto, Hidalgo.

MUJERES EN MOVIMIENTO

MOVIMIENTO CIUDADANO

MUJERES EN MOVIMIENTO

Curso de Capacitación: "Introducción al Derecho Electoral"

Fecha: 29 de septiembre de 2018

PROGRAMA

08:45 – 09:00 Registro de Asistencia y entrega de materiales

09:01 – 09:10 Aplicación de Evaluación Inicial

09:11 – 09:15 Mensaje de Bienvenida

09:16 – 09:20 Presentación Ponente

09:21 – 10:45 Capacitación

10:46 – 11:00 Coffee Break

11:01 – 11:15 Aplicación de Evaluación Final

11:16 – 11:25 Entrega de reconocimientos

11:26 – 11:30 Clausura

MOVIMIENTO CIUDADANO
HIDALGO

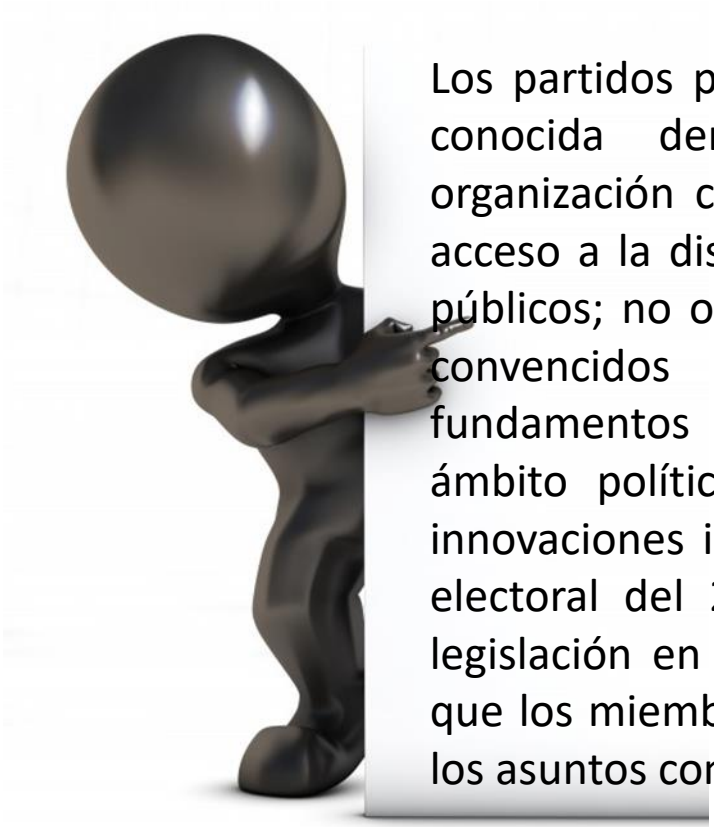
INTRODUCCIÓN AL DERECHO ELECTORAL

BIENVENIDA

1.- Presentación del Ponente
- Datos personales
- Trayectoria profesional
- Aficiones

2.- Presentación de asistentes
- Nombre Completo
- Procedencia
- Generalidades

PRESENTACION DEL CURSO



Los partidos políticos son sin lugar a dudas la forma más conocida dentro de nuestro sistema político de organización ciudadana, a través de ellos se puede tener acceso a la discusión y toma de decisiones de los asuntos públicos; no obstante, en Movimiento Ciudadano estamos convencidos de que los ciudadanos deben tener fundamentos para ampliar esta participación dentro del ámbito político y electoral, más ahora después de las innovaciones implementadas a raíz de la reforma político-electoral del 2014. Además de los partidos políticos, le legislación en México contempla diferentes formas en las que los miembros de una comunidad pueden participar de los asuntos concernientes a la esfera pública

CRITERIOS DE EVALUACIÓN

1. Asistencia
   - 4 horas

2. Evaluación del Aprendizaje
   - Evaluación Diagnostica Escrita
   - Evaluación Formativa (Participación)
   - Evaluación Final Escrita.

OBJETIVO DEL CURSO

Las cursantes conocerán y analizará los mecanismos de participación política más comunes como partidos políticos, agrupaciones políticas nacionales, candidaturas independientes, iniciativas ciudadanas y consulta popular. Por otra parte al finalizar el curso tendrá conocimiento de los requisitos para postular candidatos que los partidos políticos deben cumplir, así como pueden participar políticamente los grupos vulnerables como las mujeres, indígenas y los migrantes. Finalmente profundizará su conocimiento respecto del proceso de emisión del sufragio.

ORGANIZACIÓN CIUDADANA

En una democracia representativa, los ciudadanos tienen derecho a participar políticamente y pueden organizarse a través de los **partidos políticos** y las **agrupaciones políticas nacionales**

PARTIDOS POLÍTICOS

- ✓ Asociaciones de individuos
- ✓ Vehículos para obtener cargos públicos
- ✓ Mediante elecciones competitivas
- ✓ Entidades de interés público
- ✓ Propósito de promover la participación del pueblo en la vida democrática
- ✓ Contribuir a la integración de la representación nacional

Buscan hacer posible el acceso de los ciudadanos al ejercicio del poder público

Requisitos para el registro de los partidos políticos **declaración de principios**, un **programa de acción** y **estatutos aprobados**, así como las actas de las asambleas celebradas.

	Partido político nacional	Partido político local
Afiliados	Un número equivalente a 0.26% del padrón electoral **federal**	Un número equivalente a 0.26% del padrón electoral **local**
Distribución	Tener presencia en 20 entidades federativas (3,000 afiliados en cada una) o 200 distritos uninominales (300 afiliados en cada uno)	Tener presencia en dos terceras partes de los municipios de la entidad

AGRUPACIONES POLÍTICAS NACIONALES

Organizaciones de ciudadanos mexicanos en ejercicio de su derecho de asociación

DEMOCRACIA CON TRANSPARENCIA
AGRUPACIÓN POLÍTICA NACIONAL

Coadyuvan al desarrollo de la vida democrática, la cultura política y la creación de una opinión pública mejor informada

Pueden participar en procesos electorales federales mediante acuerdos de participación con un partido o coalición

AMLO
ANDRÉS MANUEL LÓPEZ OBRADOR
PRESIDENTE
2012
morena PRD PT MOVIMIENTO CIUDADANO OPT

El proceso de registro tiene aspectos similares al de los partidos políticos, pero los requisitos son menos rigurosos:

- ✓ 5,000 asociados en el país.
- ✓ Un órgano directivo de carácter nacional.
- ✓ Documentos básicos.
- ✓ Una denominación distinta a cualquier otra agrupación o partido político.

EL FINANCIERO — POLÍTICA

Oficialmente, nuevos partidos

A partir de agosto podrán gozar de prerrogativas, como es la repartición de recursos federales

morena

- Presentó ante el entonces IFE un total de 603 mil 927 formatos de afiliados, pero se espera que el INE disminuya el número, al encontrar nombres duplicados o militantes que se encuentran en otras fuerzas políticas.

PARTIDO HUMANISTA

- Dio cuenta de un total de 205 Asambleas válidas y 269 mil 515 afiliados.
- Tendrá una dirección colectiva tripartita: Javier López Macías, Ricardo Pinacho Ruiz e Ignacio Yris

PES

- Entregó 320 mil 836 formatos de afiliación, y logró acreditar 249 asambleas estatales en 13 estados: Estado de México, Distrito Federal, Veracruz, Jalisco, Guanajuato, Michoacán, Puebla y Oaxaca.

puede perder su registro si deja de cumplir con los requisitos necesarios para obtener el registro, por no presentar su informe anual de origen y aplicación de recursos o por incumplir gravemente la legislación

CANDIDATURAS DE PARTIDOS POLÌTICOS

Los candidatos que obtienen el registro correspondiente del INE o del Ople, según sea el caso, se convierten en titulares de derechos y obligaciones específicas.

Financiamiento para sus campañas

Tiempos en radio y televisión

Nombrar a representantes

Derecho de autofinanciamiento

Derecho de réplica.

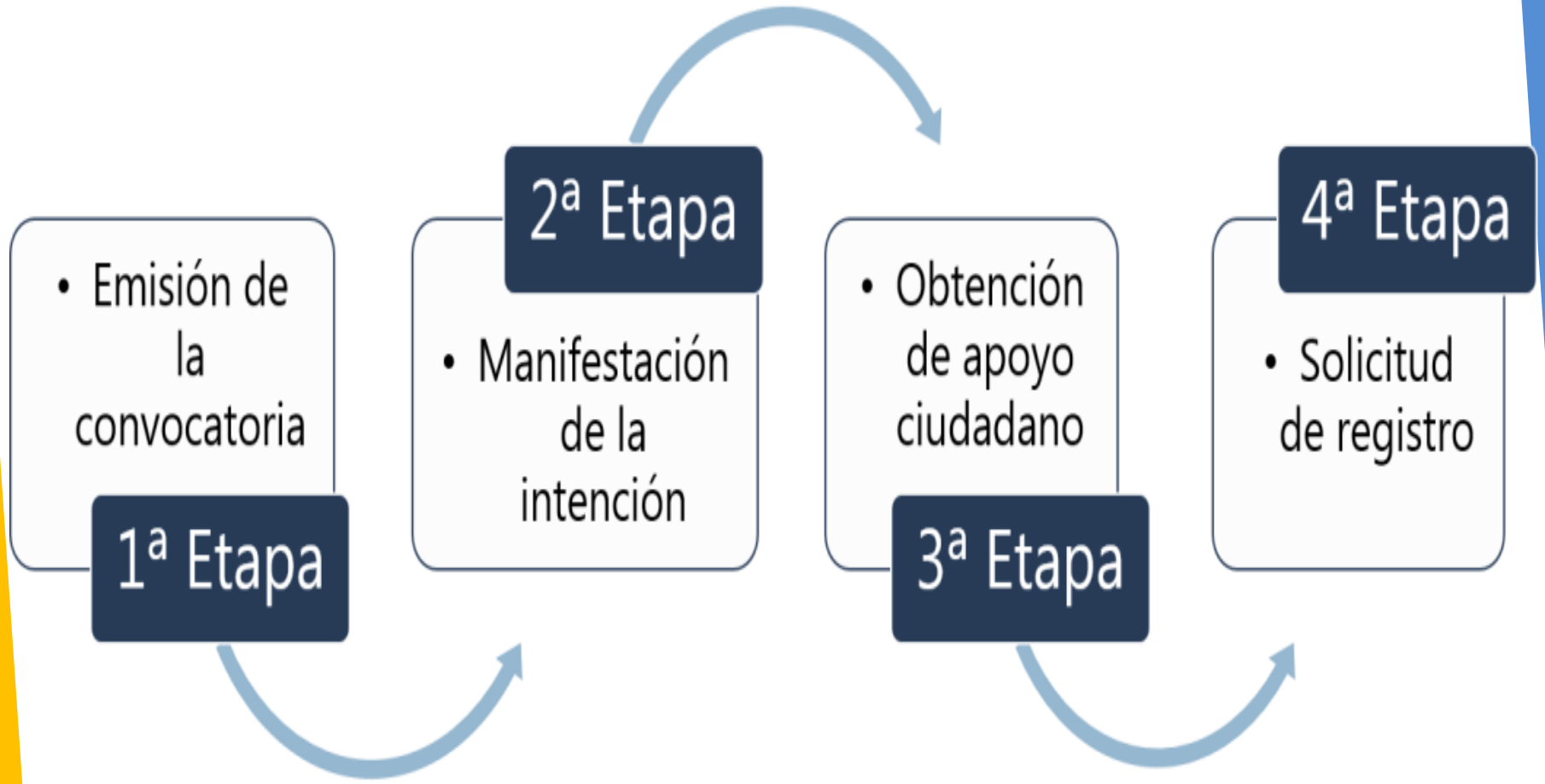
origen, monto, destino y aplicación de los recursos de su campaña

Sistema Integral de Fiscalización

MOVIMIENTO CIUDADANO
HIDALGO

CANDIDATOS INDEPENDIENTES

Para que un ciudadano pueda contender como candidato independiente, debe pasar por un proceso que se integra por **cuatro** etapas.



MOVIMIENTO CIUDADANO
HIDALGO

Presidente

Apoyo de **1%** de la lista nominal **nacional** de electores distribuidos en por lo menos 17 **entidades federativas**.

Senador

Apoyo de **2%** de la lista nominal de electores de la **entidad federativa**, distribuidos en por lo menos la mitad de los **distritos**.

Diputados

Apoyo de **2%** de la lista nominal de electores del **distrito**, distribuidos en por lo menos la mitad de las **secciones electorales**.

derechos y obligaciones

Financiamiento para sus campañas.

- ❑ monto de financiamiento público para su campaña
- ❑ puede recibir financiamiento privado de origen lícito(autofinanciamiento y aportaciones de sus simpatizantes)
- ❑ no aplica prevalencia del financiamiento público sobre el privado

Tiempos en radio y televisión.

- ❑ dispone de tiempo en radio y televisión (solo en campañas)
- ❑ solo puede ser utilizado para la difusión de sus mensajes y,
- ❑ tienen prohibido contratar o adquirir tiempo adicional para sus campañas

Nombrar representantes.

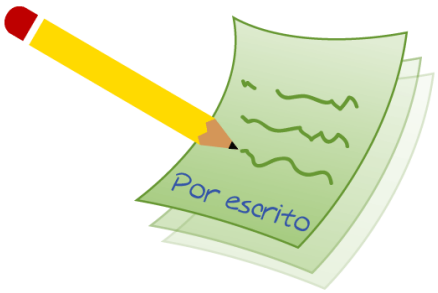
- ❑ pueden nombrar representantes ante el INE o el Ople
- ❑ ante cada mesa directiva de casilla, según la elección de que se trate

Derecho de réplica.

- ❑ Pueden ejercer este derecho en los mismos términos que los candidatos de partido.

MOVIMIENTO CIUDADANO
HIDALGO

INICIATIVA CIUDADANA




```
"_id" : ObjectId("[redacted]"),
"CONSECUTIVO_ALFABETICO_POR_SECCION" : [redacted],
"CLAVE_ELECTOR" : "[redacted]",
"FOLIO_NACIONAL" : NumberLong("[redacted]"),
"OCR" : NumberLong("[redacted]"),
"APELLIDO_PATERNO" : "[redacted]",
"APELLIDO_MATERNO" : "[redacted]",
"NOMBRE" : "[redacted]",
"FECHA_NACIMIENTO" : [redacted],
"LUGAR_NACIMIENTO" : [redacted],
"SEXO" : [redacted]
```

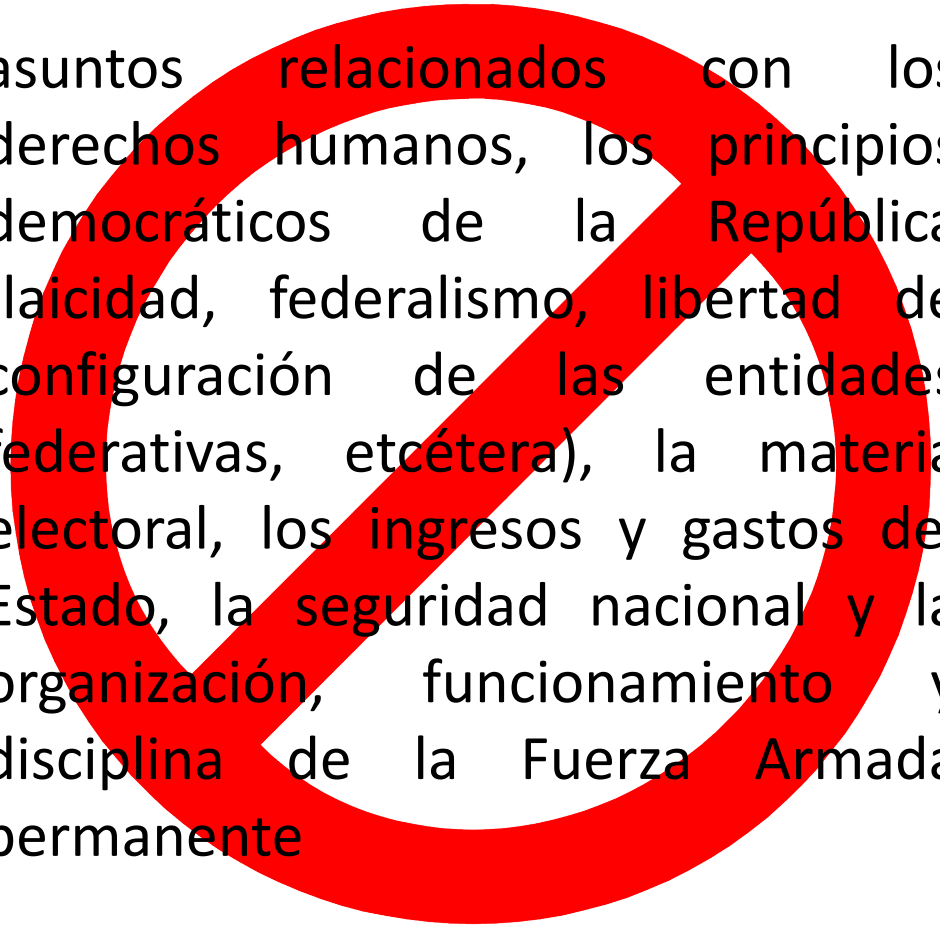
Si la iniciativa **cumple con los requisitos**, se seguirá el proceso legislativo ordinario. En caso de no haber dictamen de las comisiones, una vez cumplidos los plazos que establecen los reglamentos, el asunto **se incluirá en el Orden del Día** de la sesión inmediata

Para el dictamen sobre la iniciativa se debe **convocar al representante** designado por el grupo de ciudadanos que la promueven, con el propósito de que **exponga el contenido de la propuesta**, quien, además, podrá asistir a las demás reuniones para conocer del desarrollo del proceso de dictamen, pudiendo hacer **uso de la voz** hasta antes del inicio del proceso de deliberación y votación, ya que estas son facultades exclusivas de los legisladores

MOVIMIENTO CIUDADANO
HIDALGO

CONSULTA POPULAR

asuntos relacionados con los derechos humanos, los principios democráticos de la República (laicidad, federalismo, libertad de configuración de las entidades federativas, etcétera), la materia electoral, los ingresos y gastos del Estado, la seguridad nacional y la organización, funcionamiento y disciplina de la Fuerza Armada permanente



la (SCJN) es la autoridad encargada de resolver sobre la constitucionalidad de la materia de consulta

Actores facultados para promover una consulta

- ✓ Debe ser **apoyada por al menos el 33% de sus integrantes**, en cuyo caso requiere ser aprobada por ambas cámaras.
- ✓ Si el tema es permitido, el Congreso mismo deberá emitir la convocatoria correspondiente

- ✓ Presenta la solicitud de consulta **ante el C.U.**
- ✓ Si el tema es permitido y **ambas Cámaras aprueban la solicitud**, se debe expedir la convocatoria correspondiente
- ✓ El presidente puede someter solamente una petición cada tres años

- ✓ Presentar un escrito de intención ante el C.U.,
- ✓ Recolectar **la firma del 2% de los ciudadanos** inscritos en la lista nominal de electores
- ✓ Si las firmas son autentificadas por el INE y **el tema es permitido**, el Congreso deberá emitir la convocatoria para la consulta popular

PARTICIPACIÓN DE GRUPOS VULNERABLES

Las sociedades contemporáneas se enfrentan a un reto importante: construir una ciudadanía incluyente en la que puedan participar, en igualdad de condiciones, todos sus miembros. Por ello, una tarea primordial consiste en fomentar la participación de grupos en situación de vulnerabilidad.

PARTICIPACIÓN POLITICA DE LA MUJER

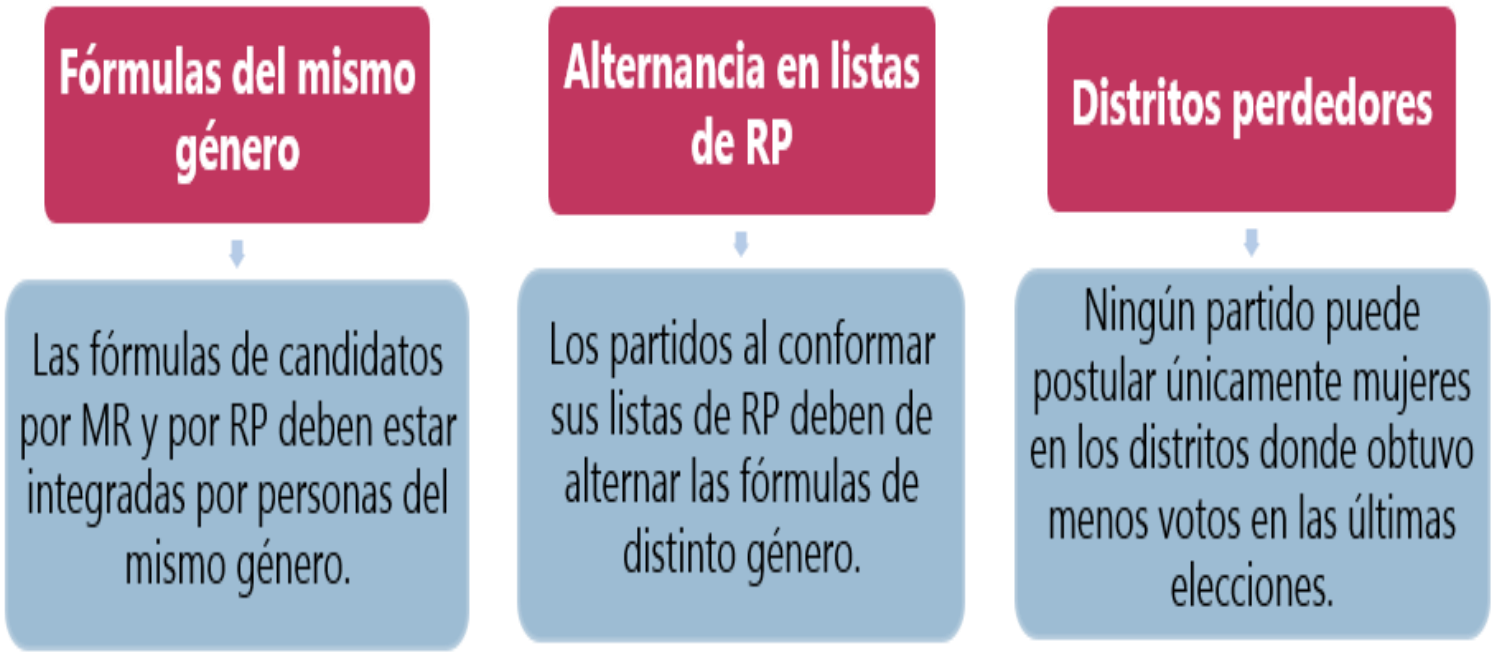
Los partidos tienen la obligación constitucional de integrar sus listas de candidatos con el 50% de mujeres y el 50% de hombres.

Es aplicable en los tres niveles de gobierno: federal, local y municipal, por ambos principios MR y RP.

Aplica para las fórmulas de candidaturas independientes, en este caso, se permite que los candidatos masculinos tengan una suplente femenina.

El INE y los Ople tienen la facultad de rechazar el registro de listas de candidatos

Los esfuerzos para garantizar la participación de las mujeres también incluyen los siguientes mecanismos con el fin de hacerla efectiva.



PARTICIPACIÓN POLÍTICA DE COMUNIDADES INDIGENAS

Reforma constitucional de 2001 impulsó el tema de la representación política y la autonomía de las comunidades indígenas mediante dos mecanismos que favorecen su participación política:

El autogobierno se refiere a que las comunidades originarias se regirán por sus propias reglas en materia política y electoral. Así, los pueblos y las comunidades indígenas pueden elegir a sus autoridades o representantes mediante su sistema normativo interno, respetando la regulación de cada entidad federativa

Distritos indígenas Todos los municipios que cuentan con 40% o más de población indígena integrarán un distrito uninominal, con base en lo cual se crearon 28 distritos indígenas federales en 2006 para garantizar su representación

PARTICIPACIÓN POLÍTICA DE LOS MIGRANTES

Los ciudadanos mexicanos que residan en el extranjero tienen el derecho a votar para la elección de presidente y senadores y, si así lo determina la legislación local correspondiente, para gobernador o jefe de gobierno de su entidad de origen

1. Solicitar su inscripción en el padrón electoral y en la lista nominal de los ciudadanos residentes en el extranjero,
2. Manifestar su domicilio en el exterior al que se le harán llegar la o las boletas electorales
3. El INE pondrá a disposición de los interesados los formatos de solicitud de inscripción en el padrón electoral a partir del **1 de septiembre y hasta al 15 de diciembre del año previo al de la elección**

VOTO EN MÉXICO

MOVIMIENTO CIUDADANO
HIDALGO

Padrón electoral, Lista Nominal y Credencial de Elector con Fotografía

PROCESO DE VOTACIÓN

MESA DIRECTIVA DE CASILLA

MOVIMIENTO CIUDADANO
HIDALGO

Presidente

Secretario

1er Escrutador

2o Escrutador

Tres suplentes generales

MOVIMIENTO CIUDADANO
HIDALGO

Con el propósito de que la votación pueda iniciar puntualmente a las 8:00 horas, la instalación de la casilla el día de la jornada electoral comienza a las 7:30 horas, pero en ningún caso está permitido recibir la votación antes de las **8:00 horas**

Existe la posibilidad de que la instalación de la casilla se retrase por la falta de alguno de los integrantes de la MDC, en cuyo caso, si a las **8:15 horas** de la jornada electoral falta alguno de los funcionarios nombrados por el INE.

Una vez que la MDC está integrada debidamente, los ciudadanos pueden emitir su voto.

El presidente de la MDC debe revisar la credencial para votar del ciudadano y el secretario debe verificar que está en la lista nominal; hecho esto, el presidente le entrega las boletas al elector para que vote en las mamparas ubicadas para ello y deposite las boletas dobladas en las urnas correspondientes.

El secretario debe marcar en la lista nominal que el ciudadano votó (con un sello), marcar su credencial para votar e impregnar líquido indeleble en su dedo, para lo cual se puede apoyar de uno de los escrutadores.

Finalmente, se le debe entregar su credencial para votar al ciudadano

VOTO EN CASILLAS ESPECIALES

Los ciudadanos debidamente registrados que no se encuentren en su domicilio el día de la elección pueden votar en casillas especiales,.

Cuando el elector no se encuentra en su domicilio también puede votar, pero los cargos que puede elegir dependerán de su ubicación...				
	en su distrito	en su entidad federativa	en su circunscripción	en el territorio nacional
Diputados de MR	✓	✗	✗	✗
Diputados de RP	✓	✓	✓	✗
Senadores de MR	✓	✓	✗	✗
Senadores de RP	✓	✓	✓	✓
Presidente	✓	✓	✓	✓

VOTO DE MEXICANOS EN EL EXTRANJERO

Los mexicanos que residen en el extranjero pueden votar por dos medios distintos: por correo o mediante la entrega de la boleta en forma personal en los módulos que se instalen en las embajadas o consulados en el país donde viven

Debe recibir del INE, por medio postal, la boleta electoral, la documentación y demás material necesarios para el ejercicio de su voto. El envío de estos materiales debe terminar a más tardar el 20 de abril del año de la elección

1. Recibida la boleta electoral, el ciudadano debe ejercer su derecho al voto

2. Una vez que haya votado, debe doblar e introducir la boleta electoral en el sobre que le haya sido remitido, cerrándolo de tal manera que asegure la secrecía de su voto.

3. Este sobre debe ser enviado al INE, por correo, o bien, ser entregado en los módulos que se instalen en las embajadas o consulados de México en el extranjero a más tardar **el domingo anterior al de la jornada electoral**.

COMPUTO DE LOS VOTOS

Una vez que se cierra la votación, los integrantes MDC realizan el escrutinio y cómputo de los votos recibidos, procedimiento que consiste en determinar el número de votos emitidos a favor de cada uno de los partidos o candidatos

Un **voto es válido** cuando el elector marca un solo recuadro en el que se contiene el emblema de un partido político, el de dos o más partidos coaligados, o bien el emblema o nombre de un candidato independiente

Un **voto es nulo** cuando las boletas no tienen marcado ningún cuadro de los antes descritos o cuando se marcan dos o más cuadros de partidos que no están coaligados

MOVIMIENTO CIUDADANO
HIDALGO

VOTOS VÁLIDOS

Marcar un s ólo recuadro con una "X" o una marca distinta (palomitas, caritas, rayones o figuras).

Marcar con palabras en el recuadro sin groserías (ejemplo: "vote", "sí", "este", "mi gallo" etc.).

Si marca un emblema aunque invada otro sin intención.

Encerrar en un recuadro el escudo y nombre del partido elegido.

Marcar con una X el elegido y rayar todos los demás.

Marcar con una X el elegido y poner una raya en cualquier otro.

Marcar con una X elegido y en otro poner una X y la palabra NO o sólo la palabra NO.

Marcar un escudo y en otra parte expresar algo que no contraponga la intención del voto.

Marcar dos o más símbolos si estos están en coalición.

Si la boleta presenta rupturas sin consecuencias.

Poner el nombre de un candidato no registrado en la parte inferior de la boleta.

MOVIMIENTO CIUDADANO
HIDALGO

VOTOS NULOS

Si marca dos o más emblemas que no están en coalición.

Si marca toda la boleta, sin notarse preferencias.

Leyendas en recuadros de candidatos no registrados.

Escribir groserías o palabras de descrédito en algún recuadro o toda la boleta.

Cortar la mayoría de la boleta.

Marcar con X el recuadro de candidatos no registrados.

Si deja la boleta en blanco.

IMPORTANTE

Las validaciones se hacen con base en los artículos 288 y 291 de la Ley General de Instituciones y Procesamientos Electorales y precedentes dictados por la Sala Superior del Tribunal Electoral del Poder Judicial de la Federación.

El escrutinio y cómputo de los votos recibidos se realiza en el siguiente orden (LEGIPE, artículo 289.1):

1. Presidente de los Estados Unidos Mexicanos
2. Senadores
3. Diputados
4. Consulta popular

Una vez concluido el escrutinio y el cómputo de todas las elecciones se levanta el acta de escrutinio y cómputo de cada una

Los votos de los mexicanos que residen en el extranjero son contados en México por mesas de escrutinio y cómputo especiales, se instalarán a las 17:00 horas del día de la jornada electoral para que a las 18:00 horas inicie el escrutinio y cómputo de la votación emitida en el extranjero

El miércoles siguiente a la jornada electoral, los consejos distritales sesionan a partir de las 8:00 horas para hacer el cómputo distrital de cada una de las elecciones)

Este cómputo se realiza de forma sucesiva e ininterrumpida con base en los resultados anotados en las actas de escrutinio y cómputo de las casillas instaladas en el distrito electoral

En el cómputo distrital es posible llevar a cabo un recuento de votos de alguna o varias casillas, que implica abrir los paquetes y volver a contar voto por voto, cuando se presente alguna de las siguientes condiciones:

1) Que existan errores o inconsistencias evidentes en los distintos elementos de las actas que no puedan corregirse o ser aclaradas con otros elementos.

2) Que el número de votos nulos sea mayor a la diferencia entre el primero y el segundo lugar.

3) Que todos los votos se hayan emitido a favor de un mismo candidato.

En el cómputo distrital es posible llevar a cabo un recuento de votos de alguna o varias casillas, que implica abrir los paquetes y volver a contar voto por voto, cuando se presente alguna de las siguientes condiciones:

1) Que existan errores o inconsistencias evidentes en los distintos elementos de las actas que no puedan corregirse o ser aclaradas con otros elementos.

2) Que el número de votos nulos sea mayor a la diferencia entre el primero y el segundo lugar.

3) Que todos los votos se hayan emitido a favor de un mismo candidato.

También es posible llevar a cabo **el recuento de todas las casillas** de un distrito en los casos en que **exista indicio de que la diferencia** entre el candidato supuestamente ganador de la elección en el distrito y el segundo lugar sea **igual o menor al 1%**, y exista **petición expresa del representante del partido** que postuló al candidato en segundo lugar.

Este recuento lo puede solicitar el representante del partido al inicio del cómputo distrital, o bien al concluir el cómputo distrital

MOVIMIENTO CIUDADANO
HIDALGO

GRACIAS POR SU ATENCIÓN

MOVIMIENTO CIUDADANO
HIDALGO

20

EVALUACIÓN INICIAL
"INTRODUCCIÓN AL DERECHO ELECTORAL"

	Fecha : 29-09-18
Nombre del Cursante:	**CONCEPCION HERNÁNDEZ MONSALVO**

Instrucción: Subraya la respuesta correcta.

1. ¿Cada cuantos años se pueden registrar nuevos Partidos Políticos en México?

a) 4 **b)** 3 **c)** 6 **d)** cada año

2. ¿Las agrupaciones políticas nacionales pueden participar en procesos electorales?

a) si **b)** no **c)** solo en procesos federales mediante acuerdo con un partido político **d)** en procesos federales y locales sin necesidad de acuerdos con partidos políticos

3. ¿Cuáles son los derechos de los candidatos postulados por los partidos políticos?

a) Financiamiento para sus campañas **b)** Tiempo en radio y T.V.
c) Nombrar a Representantes **d)** Todas las anteriores

4. ¿Cuál es el porcentaje de ciudadanos de la lista nominal que debe respaldar una iniciativa ciudadana?

a) 3% **b)** 5% **c)** 0.13% **d)** 2%

5. ¿Quién es la autoridad encargada de resolver sobre la constitucionalidad del tema de una consulta ciudadana??

a) Instituto Electoral del Distrito Federal b) Instituto Nacional Electoral
c) Suprema Corte de Justicia de la Nación (SCJN) d) Cámara de Diputados

MOVIMIENTO CIUDADANO
HIDALGO

100

EVALUACIÓN FINAL
"INTRODUCCIÓN AL DERECHO ELECTORAL"

	Fecha : 29-09-18
Nombre del cursante:	**CONCEPCION HERNÁNDEZ MONSALVO**

Instrucción: Subraya la respuesta correcta.

1. ¿Cada cuantos años se pueden registrar nuevos Partidos Políticos en México?

a) 4 **b)** 3 **c)** 6 **d)** cada año

2. ¿Las agrupaciones políticas nacionales pueden participar en procesos electorales?

a) si **b)** no **c)** solo en procesos federales mediante acuerdo con un partido político

d) en procesos federales y locales sin necesidad de acuerdos con partidos políticos

3. ¿Cuáles son los derechos de los candidatos postulados por los partidos políticos?

a) Financiamiento para sus campañas **b)** Tiempo en radio y T.V.

c) Nombrar a Representantes **d)** Todas las anteriores

4. ¿Cuál es el porcentaje de ciudadanos de la lista nominal que debe respaldar una iniciativa ciudadana?

a) 3% **b)** 5% **c)** 0.13% **d)** 2%

5. ¿Quién es la autoridad encargada de resolver sobre la constitucionalidad del tema de una consulta ciudadana??

a) Instituto Electoral del Distrito Federal b) Instituto Nacional Electoral

c) Suprema Corte de Justicia de la Nación (SCJN) d) Cámara de Diputados

Ocultar los comentarios

Fuentes: HDMI
Sin Señal