



Promoción del Voto 2009

**FUNDACIÓN
NUEVO
MILENIO**



1

FUNDACIÓN
NUEVO
MILENIO



**CONCURSO NACIONAL DE CAMPAÑAS
CIUDADANAS DE PROMOCIÓN DEL VOTO 2009
EN IGUALDAD DE OPORTUNIDADES
ENTRE MUJERES Y HOMBRES**

- DATOS DE LA ORGANIZACIÓN.

1. FUNDACION NUEVO MILENIO, A. C.

Nombre o denominación social: Fundación Nuevo Milenio A. C.

Domicilio: Galicia No. 253, Local, Col. Álamos

Delegación Benito Juárez, C.P. 03400, México D.F.

Entidad Federativa: México D.F.

Fecha de Constitución: 6 de diciembre de 1999

Teléfono (Lada): 55 5590 7507

Correo Electrónico: fnuevomilenio@hotmail.com

R.F.C.: FNM 991206914

CLUNI: FNM9912060901B

Oficina de Administración Local de Recaudación: 14

2. OBJETO SOCIAL:

1. Ayuda a las clases más desprotegidas, discapacitados o personas en alto riesgo, para un mejor desarrollo político, ecológico, comunitario, cultural y de participación social, a través de la realización de eventos.
2. La promoción y apertura de centros de estudio e investigación sin fines lucrativos, centros de enseñanza y cualquier otro que estén encaminados al fomento de la cultura y el bienestar de los mexicanos.
3. La realización de congresos, simposios o eventos culturales, recreativos y de promoción de la democracia, para lograr una mejor convivencia social, humana y política de los mexicanos.
4. La impartición de recursos enfocados a enriquecer el acervo cultural, profesional, político y humano de los mexicanos.
5. La publicación de ensayos, artículos, revistas y libros culturales, así como la realización de programas televisivos, radiofónicos, computacionales o cualquier otra forma de comunicación social.
6. La realización de festivales, eventos artísticos, exposiciones industriales.
7. La promoción de viajes culturales, de aprendizaje con finalidades investigadoras.

8. La observancia de procesos políticos electorales en el país o en el extranjero.
9. La adquisición de bienes inmuebles por donación o compra para el logro del objeto.
10. La adquisición de bienes o servicios para el logro del objeto.
11. El diseño, la promoción y ejecución de planes y programas de políticas públicas de acuerdo a las necesidades e intereses de los ciudadanos y grupos sociales.

3. DATOS GENERALES DE LA ORGANIZACIÓN:

¿Qué es la Fundación Nuevo Milenio?

Es una organización de ciudadanos que trabaja por causas del nuevo milenio: democracia, medio ambiente, tercera edad, apoyo a discapacitados, apoyo a migrantes y equidad de género, entre otras.

MIEMBROS:

Presidente: José Antonio Piña Arena.

Vigencia: 2006

Domicilio: Galicia 253, Depto. 201 Col. Álamos.

Delegación: Benito Juárez, C.P. 03400, México D.F.

Teléfono: 5 5590 7507

Correo Electrónico: pepe_pina2003@yahoo.com.mx

CURP: PIAA650319HDFXRN05

Documento que acredita su representación legal: Testimonio Notarial

41,128 Notario 164

Distrito Federal.

Secretario: Doña Leonor Segura Vizcarra.

Tesorero: Doña Alejandra Mendoza Frías.

Vocal: Doña Analaura Montero Suárez.

¿Quiénes formamos parte de ella?

- Ciudadanos, profesionistas y jóvenes que estamos convencidos que “dar ejemplo no es la principal manera de influir sobre los demás... es la única manera.”

- Formamos parte de una generación que ha vivido la transición del cambio de milenio en México, marcada entre otras cosas por la recomposición del sistema político mexicano y el fortalecimiento de la participación ciudadana.
- El trabajo comunitario de los sismos 85; la lucha por la defensa del medio ambiente y los derechos humanos; la observancia electoral; la defensa de los pueblos indígenas; los movimientos urbanos o el activismo por la equidad de género, dan muestra clara de ello
- Estamos conscientes de que la verdadera democracia va más allá del ejercicio del voto.
- Tiene que ver con la participación de todos en los asuntos públicos, en asuntos que nos son comunes como seres humanos, como habitantes de las grandes ciudades, como padres de familia, como personas que padecemos problemas.

MISIÓN INSTITUCIONAL.

- Ser una Organización Social que contribuya al desarrollo sustentable, económico, social, cultural y democrático de las personas marginadas, rurales o urbanas, en riesgo, discapacitados o vulnerables a través de la construcción de ciudadanía.

VISIÓN INSTITUCIONAL

- Ser una Organización Nacional e Internacional que contribuya al mejoramiento en la calidad de vida de los mexicanos de manera sustentable, construyendo una mejor ciudadanía y en especial de las clase más desprotegidas rurales y urbanas, en riesgo, discapacitados, o vulnerables a través de la cooperación con instituciones nacionales o internacionales para el diseño, desarrollo e implementación de planes y programas de políticas públicas.

EXPERIENCIA CURRICULAR:

La organización social tiene presencia en el Distrito Federal y a nivel nacional en los siguientes Estados de la República Mexicana:

1. CHIAPAS
2. OAXACA
3. PUEBLA
4. GUERRERO
5. ESTADO. DE MEXICO

Así como en:

Aguascalientes, Baja California, Campeche, Chihuahua, Coahuila, Durango, Hidalgo, Morelos, Nuevo León, Querétaro, San Luis Potosí, Sinaloa, Tabasco, Tamaulipas, Tlaxcala, Veracruz, Yucatán, Zacatecas.

- Observadores electorales desde 1994, en:
 - Fundación Nuevo Milenio es una organización reconocida en por programas de observancia electoral por la ONU, el IFE, TEPJF, FEPADE
- Observación electoral federal.
 - 1994 (Universitarios por la Legalidad)
 - 2000 y 2003 con financiamiento y reconocimiento de la ONU-IFE
 - Fundador Ciudadanos Unidos para la Observación Electoral 2006
- Observación electoral local.
 - Chiapas (Conjuntamente con la Fundación Rigoberta Menchú)
 - Querétaro, San Luis Potosí y Tlaxcala
 - Oaxaca (Mega Red), Chiapas y Veracruz
 - Observación electoral 2006 ONU PNUD IFE.
 - Observación electoral EN Chiapas 2006.
 - Observación Electoral 2007. Yucatán, Michoacán, Baja California procesos para la gubernatura
- Programa de Radio "Romper el Silencio" (Puebla, Querétaro, SLP, Tlaxcala, Monterrey).
- Proyecto Tienda de la Mujer (INDESOL).
- Medio ambiente: reforestaciones e Investigación sobre deforestación
- Capacitación Federal y Local.
 - Diplomado de Fortalecimiento de Osc con el PBP 15 Ciudades del país.
 - Cadenas Productivas Agroalimentarias.
 - Puebla, Veracruz y Chiapas SRA, SAGARPA.
- Cursos de capacitación: liderazgo, medio ambiente, reforestación, trabajo comunitario, etc., Puebla.

- Elaboración del Directorio Nacional de ONG's conjuntamente con el Consejo Nacional de ONG's.
- Trabajo comunitario: en diversas entidades: Puebla y Distrito Federal, Oaxaca, Estado de México, Veracruz, etc.
- Actividades de apoyo a discapacitados en Puebla.
- Foros sobre diversos temas: Cámara de Diputados, UNAM, UIA, UAM, UAP, UAO, UAEM, etc.
- Actividades culturales y recreativas: día internacional de la mujer, día del niño, etc.
- Organizadores del primer plebiscito ciudadano en el Distrito Federal sobre el Segundo Piso del periférico.
- Representación en México de la Asociación Mundial de Migrantes Mexicanos en el Exterior.
- Mención honorífica Premio Transparencia y Equidad México 2004
- Organización Invitada de 1° Seminario regional de Gestión Pública para Resultados del PRODEV del BID septiembre 2006.
- Organizador del Primer Seminario Internacional de Observación Electoral Cocoyoc diciembre 2006.
- Colaborador Radiofónico de Radio Ciudadana, IMER, Radio 13, y ACIR.
- Miembro del Consejo del Observatorio Ciudadano para la Reforma del Estado.
- Miembro del observatorio Ciudadano Por la Discapacidad en México.
- Organizador de la Feria de Arte Contemporáneo Emergente FACE.
- Colaborador del Programa de Observación Electoral del PNUD en México.
- Miembro del Comité Organizador de la marcha contra la Inseguridad "iluminemos México "30 agosto 2008.

4. CARTA DE EXPOSICIÓN DE MOTIVOS:

Como Organización Civil y como observadores durante varios años en diferentes campañas políticas, es importante para nosotros realizar una promoción del voto con el fin de crear en la población principalmente femenil, sin excluir a los hombres, fomentando una cultura cívica. Cuyo público será de entre 18 a 40 años con el fin de formar conciencia cívica y crear en ellos la importancia de ejercer su derecho por el voto.

Llevar a cabo una campaña de promoción del voto en tianguis, mercados fijos y mercados sobreruedas de mayor afluencia en las 16 Delegaciones Políticas del Distrito Federal. Porque esta campaña ayudará a coadyuvar una cultura cívica que los hará corresponsables socialmente.

II: ESPECIFICACIONES DE LA PROPUESTA.

1. Nombre de la Campaña.

Vótale

Realización de un Radioclip que será transmitido (de ser posible) en los tiempos oficiales del IFE a través de la radio.

El Radioclip se transmitirá a través de equipo de sonido en los mercados, tianguis, mercados sobreruedas de mayor afluencia de las 16 Delegaciones Políticas en zonas donde existe un bajo número de votantes.

Se llevarán a cabo algunas acciones conjuntas con la transmisión del radioclip, ya que se entregarán postales, en las que por la parte de enfrente estarán las leyendas de invitación a votar el 5 de julio, y en el reverso una receta casera con el propósito que no la tiren y la tengan presente en sus hogares con el fin de recordarles la fecha del día de voto.

2.- Justificación.

Escenario 2009

- Apatía e indiferencia de los jóvenes y adultos maduros sobre la política.
- El mayor abstencionismo es el de los jóvenes 18-33, se da en un 23%.
- Elecciones complicadas con un nuevo esquema y marco legal.
- Problemas hacia el interior de los partidos.
- IFE cuestionado y debilitado.
- Irregularidades en procesos electorales.
- Reforma electoral inacabada.

- Posible involución por compra y coacción del voto por exceso de dinero en los Partidos Políticos.

Ante ello Fundación Nuevo Milenio otras Organizaciones Civiles o particulares como: Tu Rock es Votar, Habanero Films, o instituciones como el IFE y el PNUD sumamos esfuerzos para llevar a cabo diversas campañas con un mismo fin: invitar y promover el voto para fomentar una cultura cívica ante el voto.

3. Objetivos Generales y Especificos.

OBJETIVO

- Promover la participación y Voto de los jóvenes (principalmente mujeres) entre 18 y 40 años en el proceso electoral federal 2009, con el fin de coadyuvar con una cultura cívica que los haga corresponsables socialmente.
- Realizar un radioclip.

4. Metas.

Realizar 4 eventos por Delegación Política en donde se visitarán 2 tianguis, un mercado fijo y un mercado sobreruedas en cada una. Difundiendo en promedio a 300 personas por evento. Llegando con el mensaje a un promedio de 2000 ciudadanos por Delegación, dando un total aproximado de más de 20 mil personas.

El programa se llevará a cabo desde el lunes 4 de mayo al viernes 3 de julio, dando un total de 32 días con dos eventos en cada uno de los 32 días. En total son 64 eventos de promoción del voto. En el punto del Cronograma se presentan detalladamente las fechas.

5. Población del Objetivo.

El programa va dirigido principalmente a amas de casa de bajos y medianos recursos en edades de 18 a 40 años de edad. Sin descuidar a los hombres jóvenes o adultos.

La población será heterogénea ya que en los mercados la gente es flotante y muy diversa pero en su gran mayoría de escasos recursos.

6. Lugar de realización.

Mercados fijos, tianguis y mercados en avenidas del Distrito Federal (3 por delegación política). Tratando de que sean los de mayor afluencia. Nuestra población son principalmente mujeres de entre 18 y 40 años de edad, sin descuidar a la población varonil, que viven en zonas de baja participación en los procesos electorales de las 16 Delegaciones Políticas del Distrito Federal.

7 Cobertura.

Seis visitas semanales. (64 eventos en total, 4 por cada una de las Delegaciones Políticas)
Cuatro promotores, divididos en dos equipos, con tres lugares cada uno. Realizando 2 eventos por día.

Trescientas personas invitadas a votar

8. Eslogan o lema de campaña.

Vótale.

9. Mensaje a difundir.

A través de un radioclip, que fungirá como una especie de perifoneo pero fijo y directo se les hará conciencia de que para todos es muy importante ejercer nuestro derecho al voto y que no importa la clase social sino que es el único derecho que todos los ciudadanos tenemos ese derecho.

10. Propuesta de medios, materiales y estrategias de difusión.

Material de audio: Será un radioclip, se presenta el Guión completo literario y técnico.

11. Cronograma.

Serán todos los días de la semana empezando el lunes 4 de mayo y concluyendo en viernes 3 de julio, alternando los días en cada Delegación Política. Con horarios de 10 de la mañana a 3 de la tarde que es cuando mayor afluencia existe. Con el calendario siguiente:

Cronograma.

Del lunes 4 de mayo al viernes 3 de julio del 2009.

MES	DÌA	DELEGACIONES	LUGAR
Mayo	4	Álvaro Obregón y Xochimilco	Tianguis
Mayo	6	Azcapotzalco y Venustiano Carranza	Tianguis
Mayo	8	Benito Juárez y Tlalpan	Tianguis
Mayo	10	Coyoacán y Tláhuac	Tianguis
Mayo	12	Cuajimalpa y Milpa Alta	Tianguis
Mayo	14	Cuauhtémoc y Miguel Hidalgo	Tianguis
Mayo	16	Gustavo A. Madero y Magdalena Contreras	Tianguis
Mayo	18	Iztacalco e Iztapalapa	Tianguis
Mayo	20	Álvaro Obregón y Xochimilco	Mercado fijo
Mayo	22	Azcapotzalco y Venustiano Carranza	Mercado fijo
Mayo	24	Benito Juárez y Tlalpan	Mercado fijo
Mayo	26	Coyoacán y Tláhuac	Mercado fijo
Mayo	28	Cuajimalpa y Milpa Alta	Mercado fijo
Mayo	30	Cuauhtémoc y Miguel Hidalgo	Mercado fijo
Junio	2	Gustavo A. Madero y Magdalena Contreras	Mercado fijo
Junio	4	Iztacalco e Iztapalapa	Mercado fijo
Junio	6	Álvaro Obregón y Xochimilco	Mercado sobreruedas
Junio	7	Azcapotzalco y Venustiano Carranza	Mercado sobreruedas
Junio	9	Benito Juárez y Tlalpan	Mercado sobreruedas
Junio	11	Coyoacán y Tláhuac	Mercado sobreruedas
Junio	13	Cuajimalpa y Milpa Alta	Mercado sobreruedas

Junio	14	Cuauhtémoc y Miguel Hidalgo	Mercado sobreruedas
Junio	16	Gustavo A. Madero y Magdalena Contreras	Mercado sobreruedas
Junio	18	Iztacalco e Iztapalapa	Mercado sobreruedas
Junio	20	Álvaro Obregón y Xochimilco	Tianguis
Junio	21	Azcapotzalco y Venustiano Carranza	Tianguis
Junio	23	Benito Juárez y Tlalpan	Tianguis
Junio	25	Coyoacán y Tláhuac	Tianguis
Junio	27	Cuajimalpa y Milpa Alta	Tianguis
Junio	28	Cuauhtémoc y Miguel Hidalgo	Tianguis
Julio	1	Gustavo A. Madero y Magdalena Contreras	Tianguis
Julio	3	Iztacalco e Iztapalapa	Tianguis

12. Plan de evaluación de impacto y de gestión del proyecto de campaña. Cada uno de los equipos de promotores llevará un control de la gente que se acerque y reciba el mensaje del radioclip, directa o indirectamente, así como la postal que se les obsequiara con las imágenes de promoción de voto y el reverso con una receta típica de cocina mexicana. Así mismo se llevará un registro fotográfico de cada evento.

13. Presupuesto estimado, desglosado con montos y conceptos

COSTO						
1 PARTIDA	CONCEPTO	U.	CANTIDAD	# VECES	TOTAL	
I. PERSONAL						
	Coordinador de Proyecto		8,000	1	2	16,000
	Promotores		4,000	4	2	32,000

	Personal				
	Administrativo	4,000	1	2	8,000
TOTAL					56,000
II.	VIÁTICOS	Y			
MATERIALES	Postales	1.00	10,000		5,000
	Viáticos				18,000
TOTAL					23,000
III.	DIFUSIÓN	Y			
COMUNICACIÓN	Realización de				
	radioclip	25,000	1	1	24,000
	Equipo de sonido	1000	4	1	4,000
TOTAL					TOTAL 29,000
					GRAN T
					OTAL 107,000

Así mismo llevarán un control de preguntas o inquietudes.