Registrar of Voters

RivCo VOTE

Your Voice. Every Vote. Our Future.

Registro de Votantes del Condado de Riverside
Informe de Divulgación y Educación para la Comunidad
Elecciones Primarias Presidenciales del 5 de marzo de 2024

Índice

1. Resumen de los Gastos de la Divulgación del Acuerdo de Conciliación 4
2. Resumen de los Gastos de las Elecciones Primarias Presidenciales del 5 de marzo de 2024 2

Resumen de los Fondos Gastados 15

Publicidad 16

Relaciones con los Medios 29

Redes Sociales 33

Actualización del Sitio Web 37

Divulgación a la Comunidad 40

Tarjetas 44

Recorrido para los Observadores Electorales 46

Recorrido para los Medios 50

Sección 1

1.

Resumen de los Gastos de la Divulgación del Acuerdo de Conciliación

Resumen del Plan de Educación y Divulgación del Registro de Votantes

El Condado de Riverside es el cuarto condado más grande en el estado de California. El Condado de Riverside se compone de 28 ciudades que incorporan comunidades urbanas y rurales. El Registro de Votantes lleva a cabo todas las elecciones federales, estatales, del condado, de la ciudad, de los distritos escolares y especiales para los ciudadanos del Condado. El ROV es responsable de llevar a cabo elecciones precisas, transparentes, y justas y brindar un medio para que todos los ciudadanos elegibles en el Condado ejerzan su privilegio y derecho al voto, como lo indican las leyes y regulaciones que rigen las elecciones en California. El ROV trabaja con organizaciones basadas en la comunidad para aumentar los esfuerzos de divulgación a la comunidad y correr la voz sobre el registro de votantes y el proceso de votación.

El Plan de Divulgación y Educación para los Votantes extiende los esfuerzos del Registro de Votantes para aumentar la divulgación a aquellas áreas en las que la votación es más baja en comparación con el Condado en general. El Plan se enfoca en:

- La divulgación y educación dirigidas a los votantes que se llevará a cabo tanto en inglés como en español
- Traducción al español de los documentos para el público del ROV
- Interpretación al español de las reuniones y audiencias del ROV
- Boletas y materiales electorales en español

Plan de Educación y Divulgación para los Votantes del Ciclo Electoral de 2024

El Plan de Educación y Divulgación para los Votantes funciona como la hoja de ruta de las Elecciones Generales y las Primarias Presidenciales de 2024 del Condado de Riverside ***y*** describe cómo el ROV interactuará con la comunidad, para lograr los objetivos de divulgación en el acuerdo de conciliación en *Inland Empire United, et al v. County of Riverside, et al.*

Este Plan de Educación y Divulgación proporciona un resumen de las estrategias y herramientas de las Elecciones Primarias de 2024 utilizadas para implementar el plan de educación y divulgación para los votantes, el cual se enfoca en las áreas del Condado de Riverside en las que la votación es más baja.

Requisito de los Gastos de la Divulgación del Acuerdo de Conciliación

Gasto Requerido

$1.75 (*por votante registrado)	X	**279,153** (**votantes registrados en las áreas en las que la votación es más baja en los Distritos 1 y 3)	=	**$488,517.75** (gasto requerido)

Para cada distrito supervisor en el cual haya una elección que se dispute para la Junta de Supervisores del Condado de Riverside, el Condado financiará los esfuerzos de divulgación y educación de los votantes previos a la elección con un nivel mínimo de por lo menos un dólar y setenta y cinco centavos ($1.75) por cada *votante registrado que viva en una ciudad, en un lugar designado por el censo ("CDP"), u otra área no incorporada del censo dentro del distrito supervisor cuya tasa de votación para la elección primaria de todo el estado más reciente en un año donde no hubo elecciones presidenciales (medido como el porcentaje de votos emitidos de votantes registrados, según la Declaración de Votos del Registro de Votantes del Condado) fue más baja que la tasa de votación de todo el condado para esa elección. La cantidad de $1.75 por cada votante registrado se acordó según el acuerdo de conciliación.

Las comunidades (ciudades, CDP y otras áreas no incorporadas del censo) se identificaron como áreas que deben ser designadas para los esfuerzos de divulgación para los votantes según la información de las votaciones anteriores. La Declaración de Voto del Condado de Riverside para la elección general de 2022 se usó para calcular las tasas más baja y alta de votación. La tasa de votación promedio para el Condado en su totalidad fue del 28.79%, por lo que todas las comunidades que tuvieron una tasa de votación menor al 28.79% se incluirán en la lista de comunidades que están designadas para los esfuerzos de divulgación y educación de votantes para los ciclos electorales de 2024 y 2026.

Requisito de los Gastos de la Divulgación del Acuerdo de Conciliación

RECUENTO TOTAL DE VOTANTES REGISTRADOS

Durante la revisión posterior a las elecciones primarias, el ROV encontró un total de 27,407 votantes registrados en el Distrito 2 en Jurupa Valley que se incluyeron de manera incorrecta en el Plan de Educación y Divulgación para los Votantes (Plan) del ROV. Además, el ROV encontró un total de 5,646 votantes registrados en el Distrito 5 en Valle Vista que también se incluyeron de manera incorrecta en el Plan. El recuento de votantes registrados revisado de Jurupa Valley es de 23,611 y de Valle Vista es de 1,668.

El recuento total de votantes registrados ***correcto*** en los Distritos 1 y 3 es de 279,153.

Localidad	Distrito	Tipo	Votantes Registrados	Votos Emitidos (Elecciones Primarias de 2022)	Votos Emitidos como % del Reg. Votantes
LAKE RIVERSIDE	3	No incorporada	1	-	0.00%
RANCHO CALIF	3	No incorporada	6	-	0.00%
SBDO NF	3	No incorporada	1	-	0.00%
GOOD HOPE	1	CDP	2,739	361	13.18%
PERRIS	1	Ciudad	34,916	4,635	13.27%
AGUANGA	3	No incorporada	7	1	14.29%
MEAD VALLEY	1	CDP	8,666	1,247	14.39%
LAKE ELSINORE /2	1	No incorporada	2,836	511	18.02%
HEMET /5	3	No incorporada	2,132	392	18.39%
HOMELAND	3	No incorporada	1,610	314	19.50%
JURUPA VALLEY	1	Ciudad	23,611	10,529	20.64%
GREEN ACRES	3	No incorporada	1,087	227	20.88%
ANZA	3	No incorporada	19	4	21.05%
HIGHGROVE	1	CDP	5,107	1,162	22.75%
SAGE	3	No incorporada	52	12	23.08%
ALESSANDRO HTS	1	No incorporada	237	55	23.21%
WINCHESTER	3	CDP	3,176	742	23.36%
MEADOWBROOK	1	CDP	805	352	23.96%
CORONA /1	1	No incorporada	717	173	24.13%
MARCH ARB	1	No incorporada	267	65	24.34%
EAST HEMET	3	No incorporada	9,712	2,377	24.47%
PECHANGA RES	3	No incorporada	369	92	24.93%
FRENCH VALLEY	3	No incorporada	11,475	2,895	25.23%
RIVERSIDE	1	Ciudad	160,602	41,737	25.99%
EAST MENIFEE	3	No incorporada	5,746	1,496	26.04%
ROMOLAND	3	No incorporada	1,013	266	26.26%
BOX SPRINGS MTN	1	No incorporada	145	40	27.59%
VALLE VISTA	3	CDP	1,668	567	33.99%
UNIVERSITY CITY	1	No incorporada	319	90	28.21%
LAKE MATHEWS	1	No incorporada	112	32	28.57%
Número Total de Votantes Registrados			**279,153**		

Creamos una División de Divulgación

Para desarrollar e implementar el Plan, el Registro de Votantes se comprometió a crear una división de divulgación que incluyó la participación regular de los líderes del ROV, a emplear a un Funcionario de Información Pública del ROV, a reclutar el apoyo de un consultor en comunicaciones y a varios integrantes del personal del condado con residencia en el Condado de Riverside.

Todas estas medidas se completaron en enero de 2024, y el equipo estaba dispuesto para apoyar en el programa de divulgación y educación de las Elecciones Primarias Presidenciales del 5 de marzo de 2024.

Sección 2

2.

Resumen de los Gastos de las Elecciones Primarias Presidenciales del 5 de marzo de 2024

Meta

Aumentar la presencia en la comunidad y cumplir nuestra misión de educar al público sobre la votación y las elecciones, al aumentar la asistencia a juntas, eventos, y festivales que atrajeron a residentes de todo el condado.

Público Objetivo

Residentes del Condado de Riverside

Votantes registrados activos

Votantes potenciales

Votantes jóvenes o de primera vez

Organizaciones asociadas

Líderes comunitarios

Candidatos del condado

Medios

Estrategias

- Se desarrolló una campaña de comunicaciones y de mercadotecnia integrada que incluyó medios pagados (emisiones, en línea, impresos, en exteriores), medios ganados (al trabajar con fuentes de noticias que cubren todo el Condado de Riverside), redes sociales y plataformas propias (sitio web del ROV, videos informativos, materiales educativos para los votantes).
- Se creó una nueva identidad de la marca para el ROV que reforzó los mensajes clave en todas las comunicaciones: RivCo VOTE: Su Voz. Cada Voto. Nuestro Futuro.
- Se llevó a cabo una divulgación innovadora multilingüe, que incluyó todos los servicios de idiomas que cumplen los requisitos del acuerdo de conciliación y que generan la participación de organizaciones y comités comunitarios de habla hispana.
- Se mejoró el programa de divulgación a la comunidad por medio de una participación más robusta en eventos comunitarios y al presentar información en todo el Condado de Riverside; incluido el trabajo con organizaciones basadas en la comunidad, centros para personas de la tercera edad, colegios y universidades, y organizaciones de atención médica.
- Se cultivaron sociedades con organizaciones basadas en la comunidad que representan y llegan a una amplia gama de audiencias.

Programa de Divulgación a la Comunidad de las Elecciones Primarias Presidenciales

TÁCTICA

Para implementar el plan de divulgación y educación para los votantes, se desarrolló y utilizó una amplia gama de herramientas de comunicaciones para las Elecciones Primarias Presidenciales.

Publicidad: Para televisión (emisiones, cable, transmisiones en vivo) audio (transmisiones en vivo), redes sociales (Facebook, Instagram, X, YouTube), periódicos (impresos y en línea), y en exteriores (espectaculares, surtidores en estaciones de gasolina, y tiendas de comestibles)

Relaciones con los Medios: Comunicados de prensa, recorridos para los medios, y entrevistas.

Redes Sociales: Publicaciones en Facebook, Instagram, y X.

Sitio web del ROV: Se rediseñaron con la adición de las secciones de educación para los votantes y de medios.

Divulgación a la Comunidad: Cabinas informativas en eventos, ubicaciones comunitarias, y presentaciones.

Recorrido para los Observadores Electorales: Se proporcionó una vista al interior de nuestro proceso electoral.

Recorrido para los Medios: Se invitó a los integrantes de los medios a visitar el centro de procesamiento del ROV para tener una mirada tras bambalinas de nuestro proceso electoral.

Nueva Marca, Logotipo, Anuncios, y Eslogan para las Elecciones Primarias Presidenciales del 5 de marzo de 2024

Registro de Votantes

RivCo VOTE

Su Voz. Cada Voto. Nuestro Futuro.

Resumen de los Fondos Gastados

Resumen de los Fondos Gastados

Publicidad **$332,799**	**MONTO TOTAL DE FONDOS INVERTIDOS EN LOS DISTRITOS 1 y 3** **$640,557**	**Divulgación a la Comunidad** **$13,087**
Envío de tarjetas por correo **$85,980**	**Rediseño y mantenimiento del sitio web** **$39,921**	**Consultora en Comunicaciones** **$167,328**

Publicidad

Fechas de ejecución: del 5 de febrero de 2024, al 5 de marzo de 2024

El Registro de Votantes trabajó estrechamente con un consultor en comunicaciones para implementar una campaña de publicidad diversa en todo el condado que incluyó fuentes de medios de gran volumen para crear consciencia masiva. El posicionamiento de anuncios se realizó en inglés, español, coreano, chino, tagalo y vietnamita en las plataformas correspondientes.

El costo total de la publicidad para las Elecciones Primarias Presidenciales de 2024 fue de $373,631, de lo cual una parte significativa se dirigió a los votantes en los Distritos de Supervisión 1 y 3, que incluyen las áreas en las que la votación es más baja. El siguiente es un desglose del gasto en publicidad en los Distritos 1 y 3 por categoría de medios.

El posicionamiento de anuncios incluyó (ver la tabla en la siguiente página para consultar las fuentes exactas de los medios):

CATEGORÍA DE MEDIOS	TOTAL
Espectaculares Digitales	$ 22,114.70
Publicidad Programática en Exteriores	$ 7,702.59
TV de Cable	$ 54,227.00
Emisiones de TV	$ 81,200.00
Transmisiones en Vivo de TV	$ 62,500.00
Transmisiones en Vivo de Audio	$ 20,000.00
Periódicos Impresos y En Línea	$ 18,009.00
Redes Sociales	$ 33,000.00
Radio Lineal-inglés	$ 24,746.00
Radio Lineal-español	$ 9,300.00
TOTAL	**$ 332,799.29**

Plan de Compra de Medios el Día de las Elecciones Primarias Presidenciales

Espectaculares digitales
I-215 E/L 1.3 mi. S/O Van Buren Blvd
VAN BUREN EL .1 MI S/O CLAY
RIV- MAGNOLIA & JACKSON
91 FWY SERFAS CLUB-E
91 FWY SERFAS CLUB-W
I-15 WL @ ONTARIO AVENUE
I-215 EL .2 MI N/O ETHANAC
Publicidad Programática en Exteriores (consultar la siguiente tabla para las ubicaciones)
Distrito 1
Distrito 3
TV de CABLE
Cable Linear - General
Cable Linear - Étnica
EMISIONES DE TV
KUNA TV - Étnica
LA TV News -KTLA
LA TV News - KVEA
TRANSMISIONES EN VIVO DE TV/CTV/OTT
Transmisiones en Vivo de TV (CTV/OTT) - Generales
Transmisiones en Vivo de TV (CTV/OTT)- Étnicas
CTV Direccionable/Asiática - Étnica
TRANSMISIONES EN VIVO DE AUDIO
Pandora/SiriusXM,Soundcloud, Stitcher c/Banner Complementario- General
Pandora/SiriusXM,Soundcloud, Stitcher c/Banner Complementario- Étnicas
Audacy _ Transmisiones en Vivo de Audio Locales - General
PERIÓDICOS _IMPRESOS Y EN LÍNEA
Press Enterprise- General
Excélsior (Riverside) - Étnico
Valley News- General
Black Voice - Étnico
REDES SOCIALES
Youtube - General
Youtube - Étnico - inglés
Youtube: Étnico - español, asiático
Facebook/IG- General
Facebook/IG- Étnico
RADIO LINEAL - INGLÉS
KOLA-FM (Éxitos Clásicos) - #1 General
KGGI-FM (Las 40 principales) -General
KFRG-FM (Country) - General
KXFG-FM (Country) - Menifee
KPWK-AM (Fox Sports/Dodgers)- Riv/SB
KATY-FM (Éxitos para Adultos) -Riv/SB
KGGI-FM (Las 40 principales) - Riv/SB
KQIE-FM (Clásicos R&B) - Riv/SB
KHTI-FM (Las 40 principales) - Temecula
KMYT-FM (Rock Alternativo) - Temecula
KTMQ-FM (Rock) - Temecula
RADIO LINEAL - ESPAÑOL
KRQB-FM (Regional Mexicana) - Riv/SB
KAEH-FM (Regional Mexicana) - Riv/SB
KXRS-FM (Éxitos para Adultos en español) - Hemet
KXSB-FM (Regional Mexciana) - Riv/SB

Los Tres Indicadores de Rendimiento Clave Principales

Impresiones y Alcance: Metas Superadas	Asignación de las Áreas en las que la Votación es Más Baja: Impacto Dirigido en Distritos Clave	Participación: Estándares de la Industria Rebasados
• Se conectó de manera efectiva tanto con el mercado general como con grupos de audiencias objetivo, superando las metas de impresión por un 14.8%, en todo el condado, mientras se mantuvo una frecuencia óptima en las plataformas correspondientes. • El exceso de impresiones entregadas se debió en gran medida a los espacios publicitarios adicionales y al valor añadido en los exteriores y en la radio, y a un cambio en la estrategia de oferta en las plataformas Facebook e Instagram que resultaron en un Costo Por Mil más bajo.	• $332,799 del presupuesto para publicidad invertido en áreas en las que la votación es más baja; lo que enfatizó nuestro apoyo dedicado a estas áreas clave. • Impresiones entregadas en las áreas en las que la votación es más baja por medio de estrategias dirigidas a códigos postales en plataformas de transmisiones en vivo de TV, audio, y redes sociales, con apoyo añadido de los periódicos y radios comunitarios con servicio en esas áreas.	• Facebook, Instagram, YouTube y Pandora surgieron como plataformas destacadas, al superar los estándares de la industria para la participación de la audiencia en todo el condado. • Estas plataformas fueron particularmente efectivas en generar la participación de grupos demográficos cruciales, incluidos adultos entre 18 y 34 años, comunidades de habla hispana, y residentes dentro de las áreas en las que la votación es más baja.

Anuncios Digitales

- Los anuncios en inglés y español se ejecutaron en diversos espectaculares digitales en autopistas y en 140 paneles digitales dirigidos a las áreas en las que la votación es más baja en los Distritos 1 y 3.
- El posicionamiento de paneles digitales incluyó: Tiendas de comestibles, estaciones de gasolina, espectaculares en calles y paneles urbanos. Paneles urbanos se refiere a pantallas digitales en exteriores en áreas con mucho tráfico para capturar el tráfico peatonal.

Periódicos

Los anuncios impresos o en línea de alto impacto entregaron 2,139,077 impresiones en ocho periódicos regionales, comunitarios y étnicos con servicio en el Condado de Riverside.

Los principales posicionamientos incluyeron:

Press Enterprise (franja en la portada)

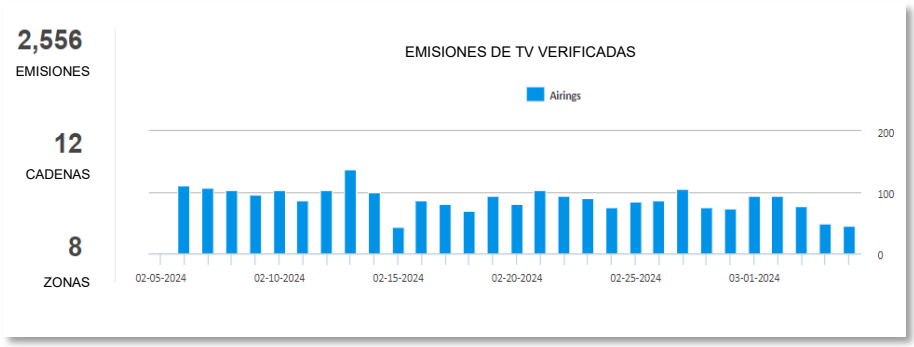
Excélsior
En Línea (control completo de la página principal)

Emisiones de TV

La programación incluyó espacios publicitarios de 30 segundos en inglés y en español y Anuncios Breves en Noticias sin costo en KTLA.

TV de Cable

Los espacios publicitarios en inglés y español se ejecutaron en programas de noticias, entretenimiento y deportes con mayores audiencias dirigidos al Mercado General, poblaciones Étnicas hispanas y no hispanas. De acuerdo con la designación del censo de 2020, “las poblaciones Étnicas no hispanas” incluyen las poblaciones negras, afroestadounidenses, indias estadounidenses y nativas de Alaska, nativas de Hawái y Otros isleños del Pacífico, así como Algunas Otras Razas.



Transmisiones en Vivo de TV

Las impresiones se ejecutaron en transmisiones en vivo de TV dirigidas a audiencias que hablan inglés entre 18 y 34 años, Hispanas y étnicas en todo el Condado de Riverside, con impresiones adicionales entregadas en Áreas en las que la Votación es Más Baja. Las audiencias étnicas incluyen hispanas no blancas, asiáticas, latinas, afroestadounidenses/negras (que hablan inglés).

La programación incluyó espacios publicitarios de 30 segundos en inglés, español, mandarín, vietnamita, coreano y tagalo.

CÓDIGOS POSTALES PRINCIPALES

Geografía	Impresiones
92553	42,801
92507	40,421
92562	32,270
92545	30,919
92530	29,441
92592	28,663
92584	28,630
92544	27,034
92563	25,759
92571	25,594
92503	21,285
92570	19,349
92201	19,286
92591	18,348
92253	16,758

DISPOSITIVOS PRINCIPALES

DISPOSITIVO	CONTRIBUCIÓN
ROKU	43.98%
CTV	15.37%
SAMSUNG SMART TV	12.41%
XUMO TV	9.76%
FIRE TV	7.67%
ANDROID	2.57%
APPLE TV	1.76%

Medios Digitales y Redes Sociales

Los Medios Digitales y las Redes Sociales entregaron 4,488,621 impresiones en todos los canales “clicables” en línea y resultaron en 1,070,944 participaciones (clics + vistas + interacciones sociales) Los anuncios en inglés, español, mandarín, vietnamita, coreano y tagalo aparecieron en Pandora / SXM, Facebook, Instagram y YouTube.

Aspectos destacados

- Los banners complementarios de audio en Pandora lideraron todos los medios digitales en tasa de clics, con una CTR de .28%, muy por encima de los estándares de la industria de .10%.
- Meta (Facebook e Instagram) entregó la cantidad más alta de clics en general, con 3,465 clics en todas las demostraciones.
- YouTube entregó 1,064,323 vistas de videos en siete Idiomas. El video en español tuvo la tasa de vistas más alta.

4.5M

Impresiones En Línea Entregadas

1M +

Participaciones

CTR de .28%

Banner Complementario en Pandora

3,465

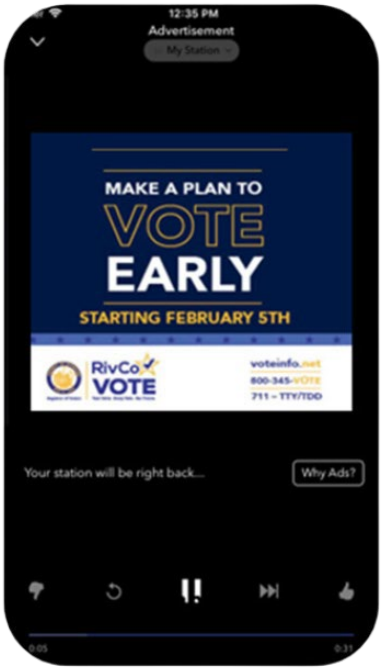
Clics en META

1M +

Vistas Principales de Videos en YouTube

Transmisiones en Vivo de Audio con Banners

Se entregaron 1,372,233 impresiones de audio con banners complementarios a oyentes en las plataformas Pandora / SXM y Audacy. Los espacios publicitarios de audio de 30 segundos del ROV se dirigieron a audiencias seleccionadas en inglés, español, chino, vietnamita, tagalo, y mandarín.



CTR principal por Grupo Objetivo*

- Edades de 18 a 34: .61%
- Áreas en las que la votación es más baja 18+: .34%
- Español 18+: .22%
- Étnico 18+: .18%

META: Facebook e Instagram

Resultados Principales de la Campaña

Participaciones en las Publicaciones	Reacciones en las Publicaciones	Comentarios en las Publicaciones	Guardados de Publicaciones	Compartidos de Publicaciones
1,747	377	12	12	35
Clics (Todos)	**CTR (Todos)**	**Clics en enlaces**	**CTR de enlaces**	**Tasa de Participación**
3,465	0.12%	1,311	0.05%	0.19%

Impresiones	Alcance	Frecuencia	CPM
2,803,629	**1,061,203**	**2.64**	**$4.28**

Redes Social: YouTube

Videos Más Vistos

PAGADAS + ORGÁNICAS + GANADAS

Vistas del anuncio	Vistas orgánicas	Vistas ganadas
531K	29	9

Inglés

Vistas del anuncio	Vistas orgánicas	Vistas ganadas
241K	15	0

Español

Vistas del anuncio	Vistas orgánicas	Vistas ganadas
74.7K	5	1

Tagalo

Relaciones con los Medios

Relaciones con los Medios

Trabajar con y mantener relaciones con los medios locales y regionales ha sido una prioridad principal para el Registro de Votantes. El Registro de Votantes contrató a un Funcionario de Información Pública y reclutó el apoyo de un consultor en comunicaciones local.

Tareas Clave de las Relaciones con los Medios Realizadas Durante las Elecciones Primarias Presidenciales de 2024

- 14 comunicados de prensa y avisos públicos creados, publicados y distribuidos en inglés y español
- Se respondió a 200 consultas de los medios
- Se organizaron 10 entrevistas de los medios con expertos en la materia del ROV
- Se recibieron a los medios como parte de las Pruebas de Lógica y Precisión el 2 de febrero de 2024
- Se organizó un Recorrido para los Medios del centro de procesamiento de boletas el 20 de febrero de 2024
- Informes de los medios Del Día de las Elecciones desde el centro de procesamiento de boletas del ROV

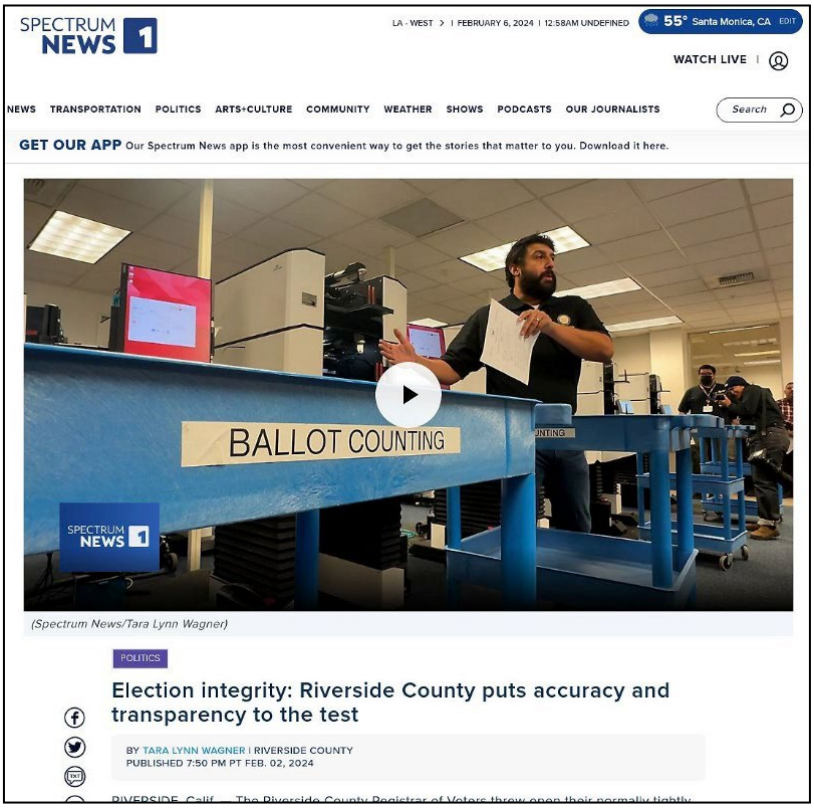
Aspectos Destacados de los Medios: Cobertura de 25 Noticias / Alcance de una Audiencia de 61.2M

Cobertura Mediática Asegurada Durante el Ciclo de las Elecciones Primarias Presidenciales de 2024

Un informe integral sobre los resultados en los medios está disponible en:
https://westboundcommunications.coveragebook.com/b/1eaecc8d0bece956

KESQ-TV (ABC)	Spectrum News 1	Hoodline
Press Enterprise	Valley News	The Riverside Record
City News Group	San Bernardino Sun	
KVCR-FM	Yucaipa / Calimesa News Mirror	
K-NEWS 94.3 y 104.7 FM	Patch	
HEY SOCIAL	Estación La Nueva Radio	
Telemundo 52	Uken Report	

Enfoque en la Precisión y la Transparencia



Redes Sociales

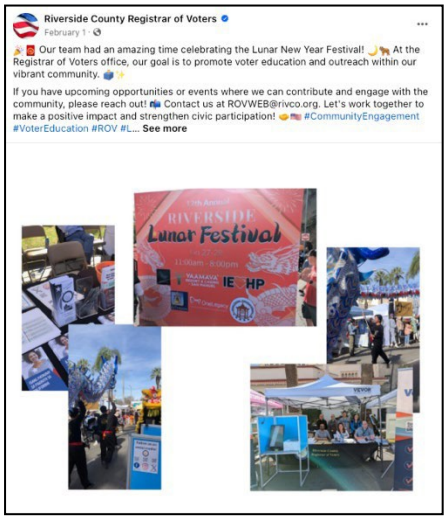
Redes Sociales

El ROV hizo un esfuerzo conjunto para utilizar de forma regular sus plataformas de redes sociales Facebook, Instagram, y X para aumentar la presencia en línea como se describe en el Plan de Educación y Divulgación para los Votantes para el ciclo electoral de 2024.

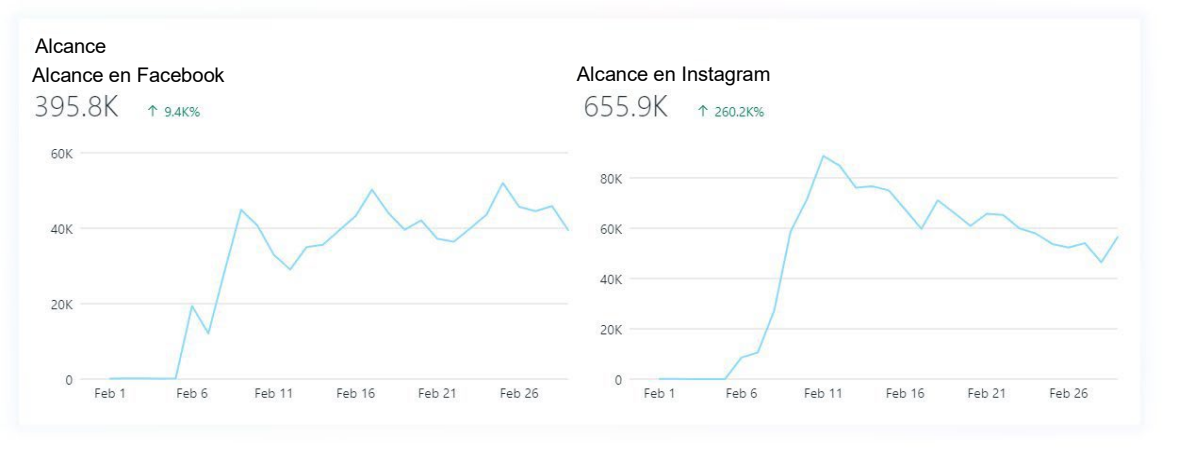
Metas de Comunicación en las Redes Sociales

- Información oportuna sobre las elecciones
- Cómo registrarse para votar
- Fechas clave
- Perspectivas sobre el proceso electoral y cómo participar
- Dónde el ROV estaría presente en la comunidad

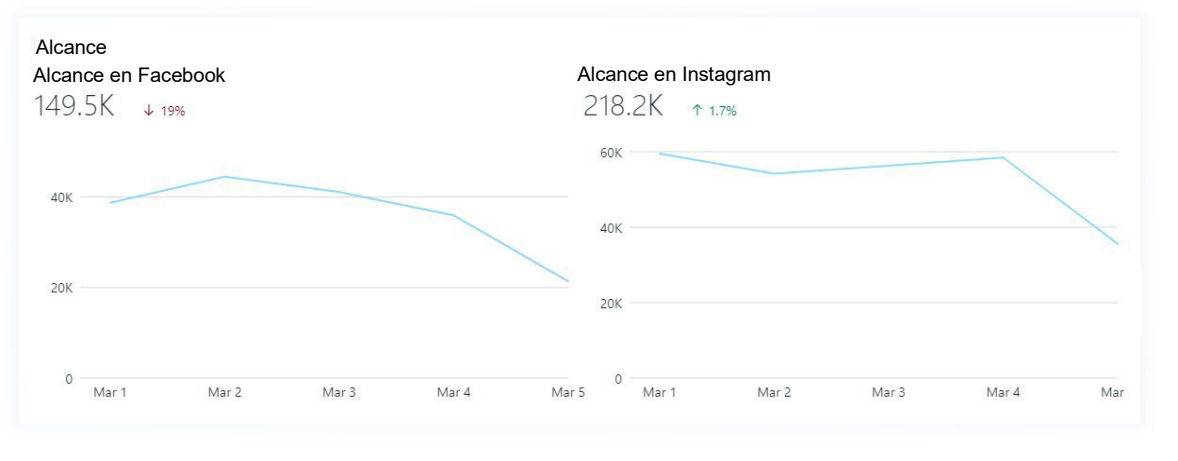
Entre diciembre de 2023 y marzo de 2024, el amplio contenido en redes sociales se produjo y publicó en inglés y contenido seleccionado en español.



Redes Sociales: Alcance en Facebook e Instagram

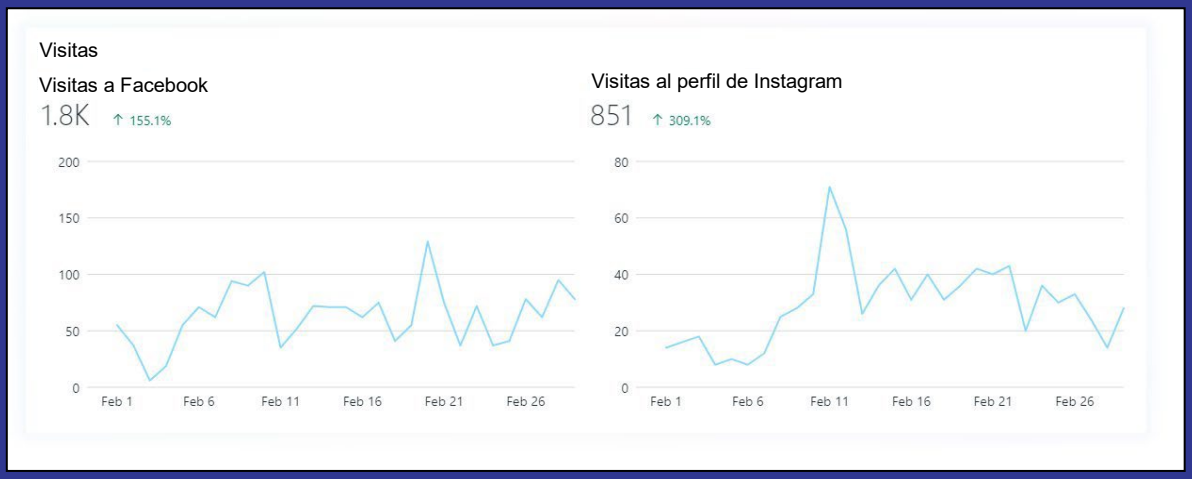


545,300 Residentes del Condado de Riverside alcanzados en Facebook.

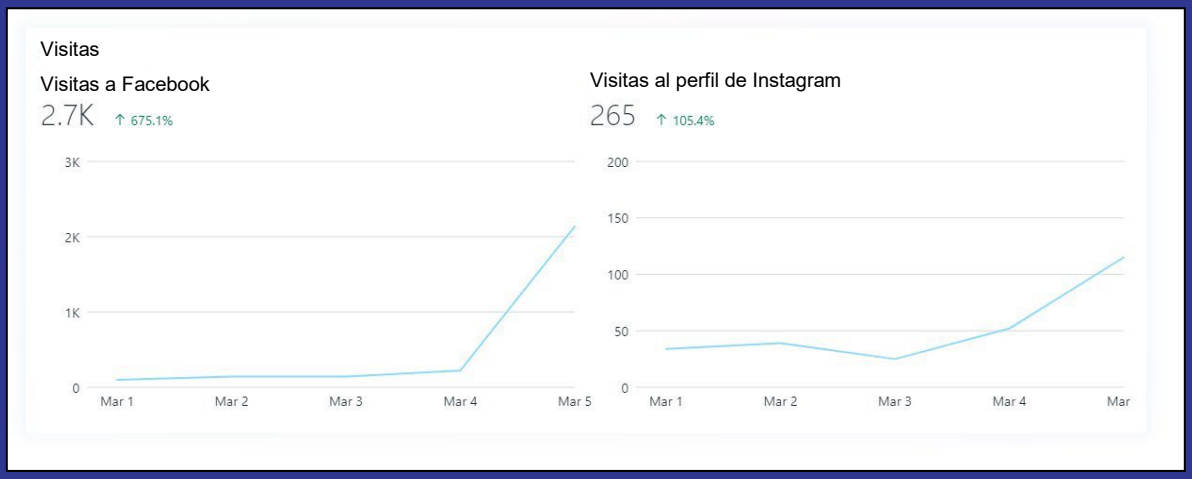


874,100 residentes del Condado de Riverside vieron nuestras publicaciones en Instagram.

Redes Sociales: Visitas en Facebook e Instagram



Las visitas a la página de Facebook aumentaron un 770% a 2,700 al mes.



Las visitas a Instagram aumentaron un 149%.

Actualización del Sitio Web

Actualización del Sitio Web

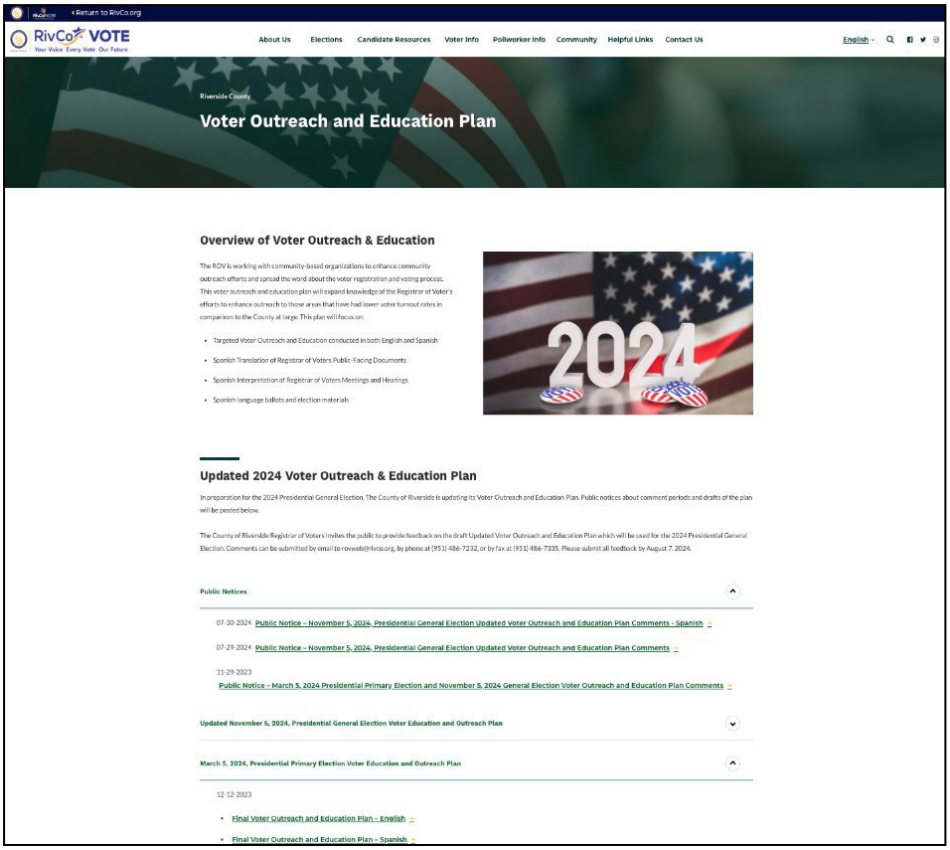
La renovación del sitio web resultó de una aportación del público y de los observadores electorales sobre la necesidad de mejorar la experiencia general de los visitantes. Se asignó una inversión total de $39,921 para el rediseño del sitio web que incluyó entre otros los servicios de implementación, las licencias de software, la migración del sitio web, y las tarifas de mantenimiento.

La modernización de voteinfo.net ofrece muchas herramientas para ayudar a que los votantes obtengan información clave que incluye:

- Elecciones
- Recursos de los Candidatos
- Información para el Votante
- Información para los Trabajadores Electorales
- Comunidad
- Enlaces Útiles
- Cómo comunicarse con el ROV

Todo el sitio web está disponible en español.

Actualización del Sitio Web: Secciones Nuevas

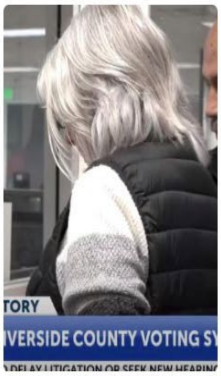


Medios

Patch: Se Acerca la Fecha Límite del Registro de Votantes para las Elecciones Primarias del 5 de marzo

KCAL News: Centros de Votación Abiertos en el Condado de Riverside

Riverside Record: Esto es Todo lo que Debe Saber sobre las Votaciones en las Primarias del 5 de marzo



KESQ: El Registro de Votantes del Condado de Riverside hace pruebas al sistema de votación previo a las Primarias Presidenciales del 5 de marzo

Divulgación a la Comunidad

Divulgación a la Comunidad

Un esfuerzo robusto de divulgación a la comunidad para apoyar la educación de los votantes contó con personal del ROV (incluidos hablantes bilingües – español, mandarín, coreano, tagalo, chino y vietnamita) viajando por todo el Condado de Riverside para participar en una amplia variedad de eventos comunitarios – desde pequeños y medianos hasta de gran escala. La educación para los votantes incluye la información sobre el modelo de los Centros de Votación del Condado, opciones de voto, y otra información electoral oportuna y relevante. El personal interactuó con los asistentes para responder a sus preguntas, demostrar los dispositivos de marcación de boletas que se utilizan en los Centros de Votación, y ayudar a llenar los formularios del registro de votantes.

Además, el ROV estuvo activo al realizar presentaciones virtuales y en persona a grupos que incluyeron, entre otros:

Organizaciones Gubernamentales y No Gubernamentales	Organizaciones Basadas en la Comunidad	Preparatorias y Universidades	Organizaciones de Servicio	Organizaciones Religiosas	Centros para Personas de la Tercera Edad

Divulgaciones en los Distritos 1 y 3

Además de llevar a cabo una divulgación extendida en todo el Condado, el ROV investigó e identificó oportunidades para participar en eventos y dar presentaciones que alcanzaron a residentes en los Distritos 1 y 3. Se realizó una inversión total de $13,087 que incluyó tarifas de registro en eventos, materiales impresos distribuidos a visitantes de la cabina, suministros y tiempo del personal. Este costo se aplica a los eventos de divulgación, a los kits de divulgación, al Recorrido para los Observadores, y al Recorrido para los Medios.

27 de enero de 2024 al 28 de enero de 2024:	12.° Festival Lunar Anual de Riverside de 2024
10 de febrero de 2024:	Centro Comunitario de Mead Valley
10 de febrero de 2024:	Festival Multicultural
13 de febrero de 2024:	Trilogy at Glen Ivy, Temescal Valley
15 de febrero de 2024:	Centro Comunitario de Good Hope
22 de febrero de 2024:	Centro para Personas de la Tercera Edad de Mead Valley
2 de marzo de 2024:	Feria Comunitaria de French Valley

Divulgaciones en los Distritos 1 y 3

El equipo del ROV recopiló y distribuyó kits de divulgación para la educación de los votantes en todo el condado. Los kits incluían información sobre:

- Cómo registrarse para votar
- Maneras de votar
- Formularios de registro de votantes
- Folletos informativos en todos los idiomas
- Aplicaciones del Funcionario Electoral
- Información de empleos

Las siguientes son las ubicaciones de los Distritos 1 y 3 donde se entregaron los kits de divulgación:

- Pechanga (Reserva)
- East Hemet (Biblioteca Pública de Hemet)
- Anza (Biblioteca de Anza)
- Lake Elsinore (Biblioteca Conmemorativa Altha Merrifield)
- Jurupa Valley (Biblioteca Louis Rubidoux)

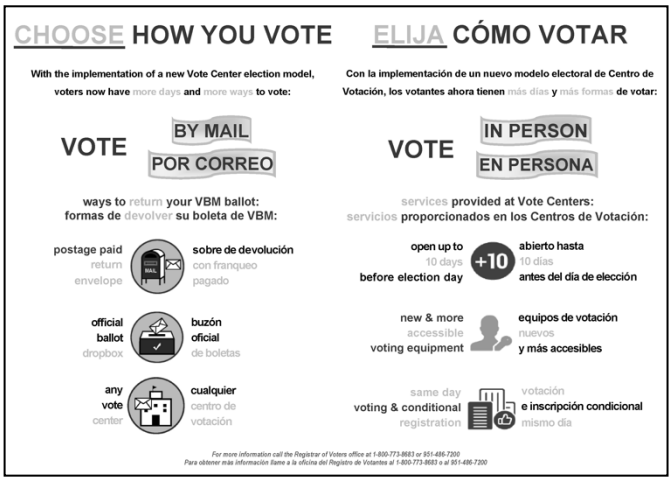
Tarjetas

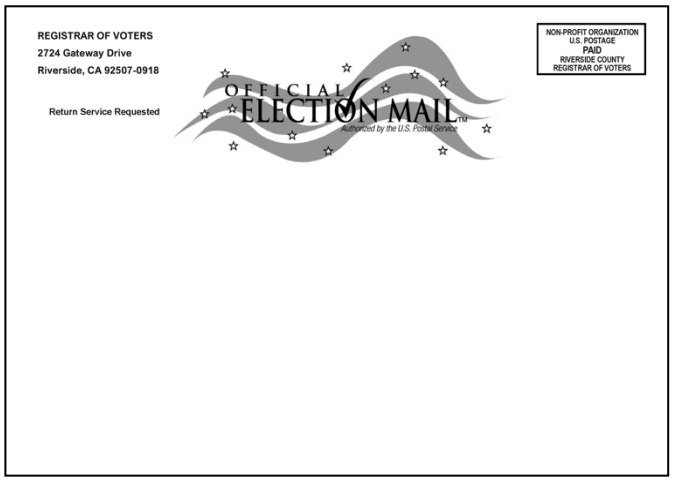
Tarjetas

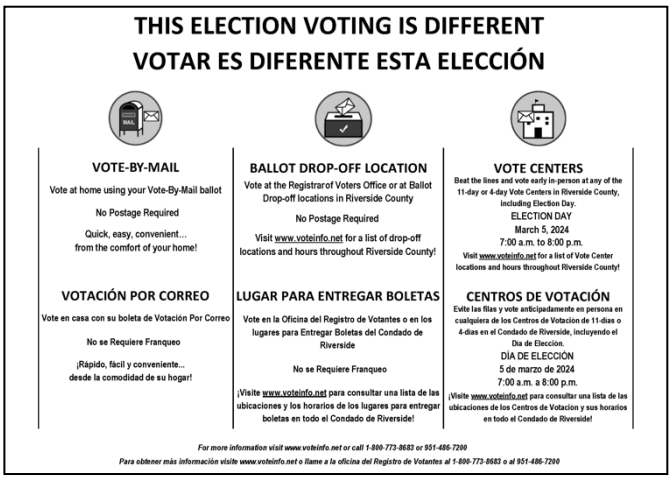
Para las Elecciones Primarias Presidenciales del 5 de marzo de 2024, el Registro de Votantes envió dos tarjetas en inglés y español a más de 1.3 millones de votantes registrados en el Condado de Riverside. La inversión total fue de *$85,980. Los temas en la tarjeta fueron:

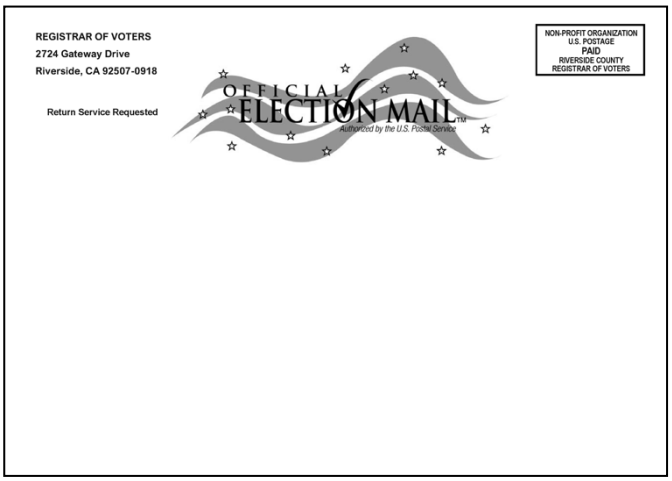
- Elija Cómo Votar
- En Estas Elecciones la Votación es Distinta

*El costo total de ambas tarjetas fue de $401,774. El costo dividido entre la cantidad total de votantes en todo el condado, 1,304,447, es de $0.3080 (costo por votante). El costo total del Distrito 1 y 3 es de $85,980.









Recorrido para los Observadores Electorales

Recorrido para los Observadores Electorales

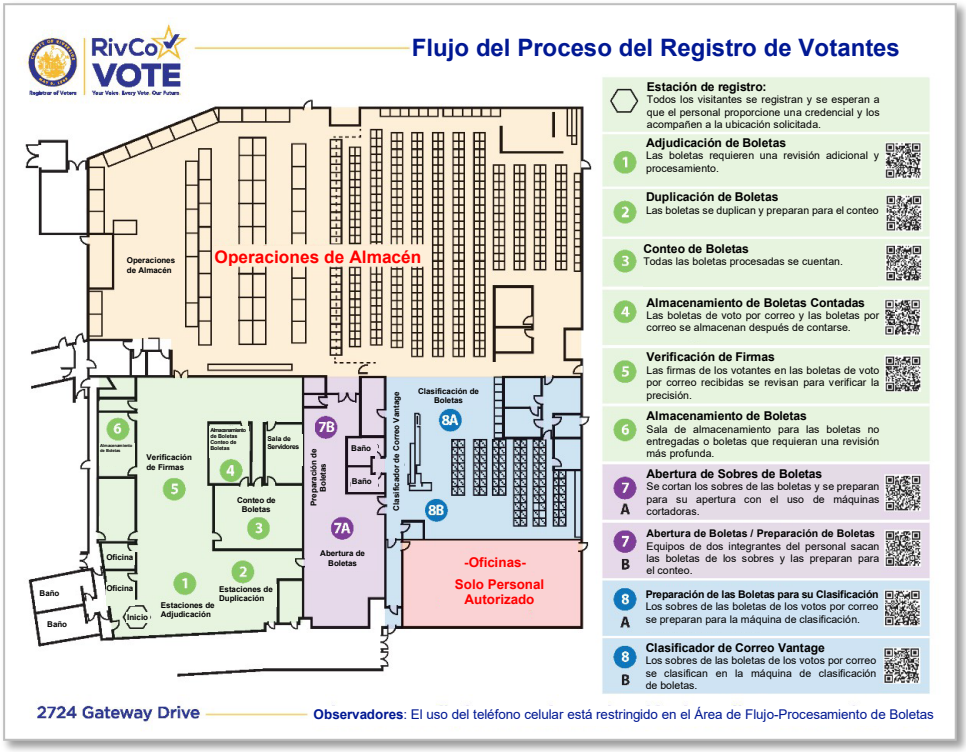
Para aumentar los esfuerzos de educación de los votantes en general y la confianza pública en el proceso electoral, el ROV desarrolló y facilitó un recorrido para los observadores electorales el 15 de febrero de 2024, para que el público pudiera ver y escuchar de primera mano la explicación paso a paso del proceso electoral por parte del personal del ROV, hacer preguntas y dar aportaciones. También fue una oportunidad para resaltar las mejoras realizadas a las instalaciones como un resultado directo de la retroalimentación recibida por parte de los observadores electorales pasados con el fin de crear una mejor experiencia de visualización.

El enfoque de un recorrido de observación facilitado se alinea con la misión y el compromiso general del ROV de ser accesible para las personas y los grupos, y proporcionar oportunidades equitativas de participar en el proceso democrático, del cual las observaciones electorales son una parte integral.

El ROV recopiló una lista de organizaciones incluidas:

- Gran Jurado Civil del Condado de Riverside
- Presidentes de Partidos Políticos
- Comité Asesor para las Elecciones
- League of Women Voters
- Inland Empire United
- Comunidades para la Educación, el Desarrollo Profesional y la Capacitación (TODEC)
- Secretarios Municipales
- Observadores electorales pasados

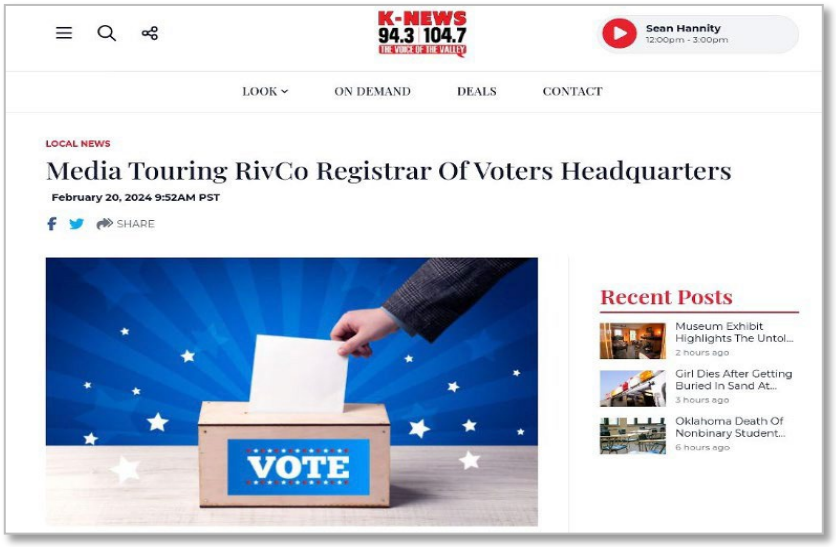
Recorrido para los Observadores Electorales: Diagrama del Flujo del Procesamiento de Boletas



Recorrido para los Observadores Electorales: Fotos

Recorrido para los Medios

Recorrido para los Medios

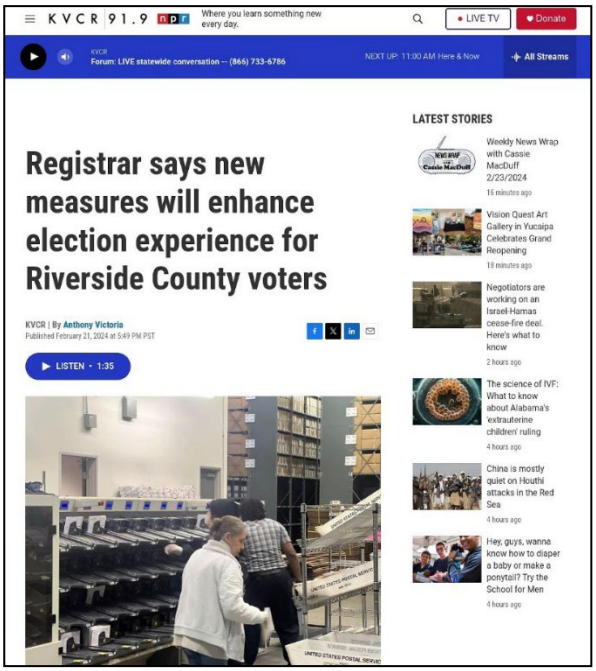


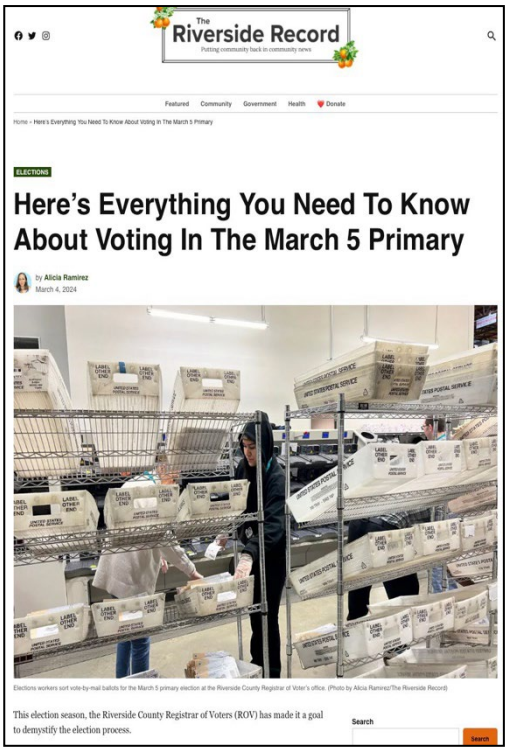
Para ayudar a informar mejor a los votantes del Condado de Riverside sobre las Elecciones Primarias Presidenciales, el ROV facilitó el primer recorrido en la historia dedicado a los medios el 20 de febrero de 2024. El recorrido guiado brindó a los medios una mirada tras bambalinas del centro de procesamiento con acceso directo al personal para responder preguntas sobre el proceso electoral y las Elecciones Primarias Presidenciales.

Cobertura Mediática

KESQ-TV (ABC)	City News Group*	The Riverside Record*
K-NEWS 94.3 y 104.7 FM	KVCR-FM*	

1.5M Impresiones en los Medios





Comuníquese Con Nosotros

Registro de Votantes

RivCo VOTE

Su Voz. Cada Voto. Nuestro Futuro.

(951)486-7200

rovweb@rivco.org

Condado de of Riverside
Registro de Votantes
2720 Gateway Drive
Riverside, CA 92507

(951) 486-7335

RivCo VOTE
Your Voice. Every Vote. Our Future.