

**Plan Integral de Difusión Institucional
para el Proceso Electoral Extraordinario
2024-2025 para la Elección de Personas
Juzgadoras del Poder Judicial del
Estado de Tamaulipas**

Instituto Electoral de Tamaulipas

Febrero de 2025

ÍNDICE

1. Presentación	3
2. Normatividad	4
3. Objetivo	5
4. Campañas institucionales 2025	6
4.1 Medios	6
4.1.1 Radio y Televisión	7
4.2 Redes sociales	15
4.3 Medios impresos	16
4.4 Publicidad exterior	17
4.5 Identidad visual	18
4.6 Cronograma	19
5. Anexo	20

1. PRESENTACIÓN

El 25 de noviembre de 2024 el Consejo General del Instituto Electoral de Tamaulipas en la sesión extraordinaria solemne, realizó la declaratoria de inicio del Proceso Electoral Extraordinario 2024-2025 para la renovación de cargos del Poder Judicial en la entidad (PEE 2024-2025).

El próximo domingo 1° de junio de 2025 se llevará a cabo la jornada electoral para la renovación de la totalidad de cargos del Poder Judicial en Tamaulipas: Magistraturas del Pleno del Supremo Tribunal de Justicia de Número; Magistratura Supernumeraria, Magistraturas Regionales, Magistraturas del Tribunal de Disciplina Judicial, Juezas y Jueces de Primera Instancia; Juezas y Jueces Menores.

Al tratarse de una elección inédita, a través de diversos canales de comunicación, la autoridad electoral local buscará sensibilizar a la ciudadanía, garantizándole información clara y oportuna acerca del ejercicio de los derechos político-electorales y de los mecanismos de participación ciudadana.

En este sentido, lo que aquí se presenta son cinco campañas institucionales que se ejecutaran durante el proceso extraordinario. Su implementación se realizará con base en un modelo integral de comunicación basado en los principios rectores del IETAM: certeza, legalidad, independencia, imparcialidad, máxima publicidad y objetividad; así como los principios de igualdad, inclusión, no discriminación y no violencia.

Los hitos más importantes del proceso electoral en curso tendrán verificativo en las siguientes fechas:

- Periodo de campaña: del 30 de marzo al 28 de mayo de 2025.
- Periodo de reflexión: del 29 de mayo al 31 de mayo de 2025.
- Jornada Electoral: 1° de junio de 2025.

2. NORMATIVIDAD

El 18 de noviembre de 2024 se publicó en el Periódico Oficial del Estado el Decreto No. 66-67 mediante el cual se reforman, adicionan y derogan diversas disposiciones de la Constitución Política del Estado de Tamaulipas, en materia de reforma al Poder Judicial, entrando en vigor al día siguiente de su publicación.

El Decreto señala que la renovación de la totalidad de los cargos de elección del Poder Judicial del Estado se realizará en la elección local extraordinaria de 2025, a celebrarse el domingo 1 de junio de 2025.

El artículo 397 de la Ley Electoral del Estado de Tamaulipas (LEET), así como el artículo 518 de la Ley General de Instituciones y Procedimientos Electorales (LGIPE) hacen referencia al acceso de las candidaturas a los tiempos del Estado en materia de radio y televisión; así como a la competencia del IETAM de prever espacios digitales para difundir mensajes en redes sociales o Internet.

El artículo 407 de LEET señala que la difusión y promoción de la participación ciudadana en el proceso de la elección, se privilegiará el uso de los medios electrónicos, como lo son la página de Internet, medios electrónicos o digitales institucionales y periódicos de mayor circulación y cobertura en la entidad, entre otros.

Finalmente, en la sesión extraordinaria No. 3 celebrada el miércoles 29 de enero, las y los Consejeros Electorales del IETAM aprobaron la creación, integración, facultades y temporalidad de la Comisión Especial de Difusión Institucional y Foros de Debates en el Proceso Electoral Extraordinario 2024-2025 para la elección de personas juzgadoras del Poder Judicial del Estado de Tamaulipas.

3. OBJETIVO Y CANALES DE COMUNICACIÓN

El presente instrumento busca guiar la implementación de las campañas, sus canales de comunicación, periodos de difusión y los insumos requeridos; tiene como objetivo promover la participación ciudadana, la educación cívica y el ejercicio de los derechos político-electorales de la ciudadanía.

Lo que aquí se presenta es un amplio plan integral de difusión que hace uso de diferentes medios, como radio, televisión, redes sociales, medios impresos y publicidad exterior.

La ejecución de las acciones que a continuación se presentan, están sujetas a la disponibilidad presupuestal con la que cuente el Instituto.

Los medios tradicionales como la radio y la televisión siguen siendo de gran impacto en la era del mundo digital. En datos aportados por la encuesta del *Comparative National Election Project* (Proyecto Comparativo de Elecciones Nacionales CNEP), realizada en México tras las elecciones de 2024 muestran como la radio y la televisión siguen teniendo una fuerte presencia como fuentes informativas (CNEP, 2024). En ese sentido, mientras que el 55% de las personas encuestadas señalaron informarse por las redes sociales entre uno y siete días a la semana, el 31% señaló utilizar la radio y el 69% por la televisión, siendo este el de mayor uso durante la campaña.¹

El párrafo anterior refiere un estudio realizado posterior a la campaña presidencial del año 2024, en donde se expone el alcance que siguen teniendo los medios tradicionales como radio y televisión.

Por otra parte, se estima que unos 90 millones de mexicanos usan plataformas de redes sociales de manera activa. De acuerdo con la firma especializada DataReportal y su reporte 2024 sobre el entorno digital en México, la cifra de usuarios en el país se incrementó en 6.5 millones de personas del año anterior a este. El análisis concluye que es relativamente difícil encontrar a una persona en nuestro país que no use al menos una

¹ Muñiz, C. (2024). Framing de la campaña electoral presidencial mexicana de 2024: impacto de las candidaturas y fases de campaña en el uso de encuadres . *Revista Panamericana De Comunicación*, 6(2). <https://doi.org/10.21555/rpc.v6i2.3300>

red social. En términos porcentuales, más o menos el 70 % de la población las usa regularmente.²

El mismo análisis señala que datos publicados en los recursos publicitarios de Meta indican que Facebook contaba con 90.20 millones de usuarios en México a inicios de 2024.

Cifras publicadas en las propias herramientas de Meta indican que el alcance publicitario potencial de Facebook en México aumentó en 6.5 millones (+7.7 por ciento) entre enero de 2023 y enero de 2024.

Finalmente, se han considerado canales adicionales o complementarios a los medios exteriores como carteles y calcomanías, los anuncios publicitarios de gran tamaño como panorámicos, vallas y pantallas; o bien la publicidad móvil. Los cuales permiten ubicar los mensajes en lugares estratégicos en donde se supone hay concentración de audiencias. Además, funcionan como complemento a las acciones de difusión a través de otros canales.

4. CAMPAÑAS INSTITUCIONALES 2025

Durante el Proceso Electoral Extraordinario 2024-2025 para la renovación de cargos del Poder Judicial del Estado de Tamaulipas se implementarán cinco campañas, a saber:

ETAPA	CAMPAÑA
PEEX 2024-2025	Convocatoria para la integración de los Consejos Distritales y Municipales del IETAM
	Observadoras y Observadores Electorales
	Convocatoria para participar como Supervisor/a Electoral Local y Capacitador/a Electoral Local
	Promoción y difusión de educación cívica y de la participación ciudadana
	Sistema Personas Candidatas a Juzgadoras Conóceles Tamaulipas

² Reporte 2024 sobre el entorno digital en México (2024, 23 de febrero). DataReportal. <https://datareportal.com/reports/digital-2024-mexico>

4.1 MEDIOS

Los medios considerados para la instrumentación de las acciones del Plan Integral de Difusión 2025 son: radio y televisión, redes sociales, medios impresos y publicidad exterior.

4.1.1 Radio y Televisión

El Instituto Nacional Electoral es la autoridad única encargada de la administración de los tiempos del Estado en radio y televisión correspondientes a la prerrogativa de los partidos políticos y candidaturas independientes, así como de la asignación de tiempos para las demás autoridades electorales.

A través del Acuerdo INE/CG04/2025 el Consejo General del Instituto Nacional Electoral aprobó los criterios de distribución del tiempo del estado en radio y televisión. Así mismo, determinó los mensajes genéricos como una medida factible.

[...]

*“En consecuencia, dadas las consideraciones normativas relativas al acceso al financiamiento de las candidaturas, los espacios disponibles en la pauta y el número de posibles candidaturas, los plazos que se requieren para la elaboración, aprobación y notificación de las pautas específicas, así como las consideraciones técnico-operativas relacionadas con la capacidad de los sistemas, generación de usuarios y contraseñas, tiempo para la capacitación de las candidaturas sobre el uso del Sistema de Recepción de materiales, infraestructura para dictaminación de promocionales y la misma generación de estrategias de transmisión, este Consejo General estima necesario que el propio Instituto **paute mensajes genéricos por tipo de cargo con mensajes que promuevan entre la ciudadanía la consulta de los perfiles de las personas candidatas** a través de las plataformas digitales habilitadas para tal efecto, tal y como lo establece el artículo 518, de la LGIPE. Asimismo, para administrar los tiempos en radio y televisión de los PEE de los PJL que, en su caso, se celebren en las entidades federativas, este Consejo General estima que para hacer armónico el modelo de comunicación propuesto, en el ámbito territorial de su competencia, los OPLE deberán pautar mensajes genéricos sobre las candidaturas locales de las personas juzgadoras en consonancia con lo dispuesto para el PEEPJF.”*

[...]

Así mismo, en el acuerdo en cita se estableció que los Organismos Públicos Locales deberán atender un Plan de Difusión para implementar los mecanismos oportunos

eficientes y eficaces en la difusión de las candidaturas, y aprobar un plan para la difusión de los promocionales.

Distribución de los tiempos en radio y televisión

Para garantizar el uso de las prerrogativas, la autoridad nacional estableció las pautas para la asignación de los mensajes durante los períodos que comprendan los procesos electorales y fuera de ellos.

En la siguiente tabla se han resaltado con recuadros en color rojo los porcentajes, minutos (20) y número de impactos diarios (41) a los que tendrá acceso el IETAM durante el periodo de campaña durante el proceso extraordinario. Aproximadamente 41 impactos diarios.

Distribución de tiempo en entidades federativas en periodo ordinario coincidente con el PEEPJF y el PEE del PJJ

Escenario	Tiempo total	Periodo	Porcentajes de distribución		Radio comercial		Televisión comercial		Radio y televisión pública y social			
					Minutos	Impactos	Minutos	Impactos*	Minutos	Impactos*		
C	100% 48 minutos diarios	12% de acceso permanente	50% Autoridades electorales (INE y locales)		6	3	6	2.25	4.5	1.75	3.5	
			50% Partidos políticos (nacionales y locales)		6	3	6	2.25	4.5	1.75	3.5	
		Tiempo restante para el PEEPJF y PEE del PJJ 2024-2025	15% Autoridades electorales		3	4	8	3.3	16	3.3	16	
			70% Autoridades federales		2	2	4	2	4	2	4	
			30% Autoridades locales		42	23	84	46	43.5	23	87	46
			63% Candidaturas del ámbito nacional y por circunscripción		36	6.5	72	13	37	7	74	14
			85% Candidaturas del PJJ		6.5	6.5	13	7	14	7	14	
			37% Candidaturas adscritas a circuitos judiciales y PJJ		6.5	6.5	13	7	14	7	14	
		50% Elección federal										
		50% Elección local										
Total					48	48	48	96	96	96	96	

Fuente: página 54 del Acuerdo INE/CG04/2025 aprobado el 13 de enero de 2025.

Proyección de promocionales diarios por emisora para promover a las candidaturas del Proceso Local Extraordinario en Tamaulipas	
Tipo de emisora	Número de impactos diarios
Radio comercial	13
Radio y televisión pública y social	14
Televisión comercial	14

El punto tercero del Acuerdo INE/CG04/2025 refiere que los Organismos Públicos Locales deberán atender el Plan de Difusión para los promocionales de las candidaturas. En el mismo acuerdo se señala que, a fin de garantizar el acceso de las candidaturas a esta nueva modalidad de prerrogativa constitucional, se aprueba la elaboración de promocionales genéricos.

Es así como, con el propósito de hacer factible y operable técnicamente lo dispuesto en el artículo 397 de la LEET, el cual refiere que, para el acceso a los tiempos del Estado en radio y televisión, así como su monitoreo se estará a lo dispuesto en la Ley General y los lineamientos que emita el Consejo General del INE; el Instituto Electoral de Tamaulipas, atenderá la producción bajo los siguientes criterios:

1. Los mensajes deben ser genéricos.
2. Promover los cargos, no personas.
3. Cerrar con la invitación para conocer las candidaturas a través del sistema o micrositio que se desarrollará.

El Consejo General de INE, mediante el Acuerdo INE/CG53/2025 de fecha 6 de febrero de 2025, aprobó el Plan de Difusión para los promocionales sobre las candidaturas. En dicho acuerdo se señala que para la elaboración de los promocionales genéricos, los Organismos Públicos Locales podrán adoptar como directrices lo previsto en el plan.

Es así como este plan atiende a la consideración de elaborar materiales genéricos por tipo de candidatura, y que se encuentren alineados a los objetivos de la “Metodología de Promoción y Difusión de la Participación Ciudadana en el Proceso Electoral Extraordinario para la Elección del Poder Judicial del Estado de Tamaulipas 2024-2025” (MPDPC PEE 2024-2025); así como a las cuatro líneas temáticas delineadas en el Plan de Difusión de Promocionales sobre candidaturas del Proceso Electoral Extraordinario del Poder Judicial de la Federación 2024-2025 aprobado mediante el acuerdo INE/CG53/2025 por el Consejo General del Instituto Nacional Electoral.

No.	Líneas temáticas	Objetivos
1	Posicionamiento de la elección y cargos por elegir	Explicar alcance del cargo (ámbito competencial), número de cargos por elegir, principales funciones. De igual forma, dar a conocer las boletas por tipo de cargo, así como la explicación de cómo votar.
2	Conoce las candidaturas	Invitar a conocer la trayectoria profesional y sus propuestas de mejora para la función jurisdiccional, a través de la plataforma “Conóceles”
3	Conoce las funciones de los cargos por elegir y su relevancia	Explicar las funciones generales del cargo, los recursos y materias que cada uno resuelve, así como el periodo de duración en el cargo.
4	Llamado al voto por las candidaturas	Hacer un llamado a la acción para el ejercicio del voto por las candidaturas y explicar qué derechos le garantiza a la ciudadanía el cargo.

Referencia: Acuerdo INE/CG53/2025

Líneas temáticas y periodos de difusión por tipo de candidatura

Por lo anterior, la planeación de promocionales del proceso local bajo la organización del IETAM, señala el número de materiales específicos con periodos a difundir durante la etapa de la campaña electoral. Además, este documento presenta la ruta que permitirá la producción y transmisión de los promocionales.

Línea temática 1: Posicionamiento de la elección y cargos por elegir			
	Cargos	Objetivo	Número de materiales
1	Magistraturas del Supremo Tribunal de Justicia	Explicar número de cargos por elegir y ámbito de competencia	1
2	Magistratura Supernumeraria	Explicar número de cargos por elegir y ámbito de competencia	1
3	Magistraturas regionales	Explicar número de cargos por elegir y ámbito de competencia	1
4	Magistraturas del Tribunal de Disciplina Judicial	Explicar número de cargos por elegir y ámbito de competencia	1
5	Juezas y Jueces del Poder Judicial	Explicar número de cargos por elegir y ámbito de competencia	1

Línea temática 1:			
Posicionamiento de la elección y cargos por elegir			
	Cargos	Objetivo	Número de materiales
6	Candidaturas en general	Material genérico sobre el proceso y el total de candidaturas a elegir	1
total			6

Línea temática 2:			
Conoce las candidaturas			
	Cargos	Objetivo	Número de materiales
1	Magistraturas	Invitar a conocer la trayectoria profesional y sus propuestas de mejora para la función jurisdiccional a través de la Plataforma "Conóceles"	1
2	Juezas y Jueces	Invitar a conocer la trayectoria profesional y sus propuestas de mejora para la función jurisdiccional a través de la Plataforma "Conóceles"	1
total			2

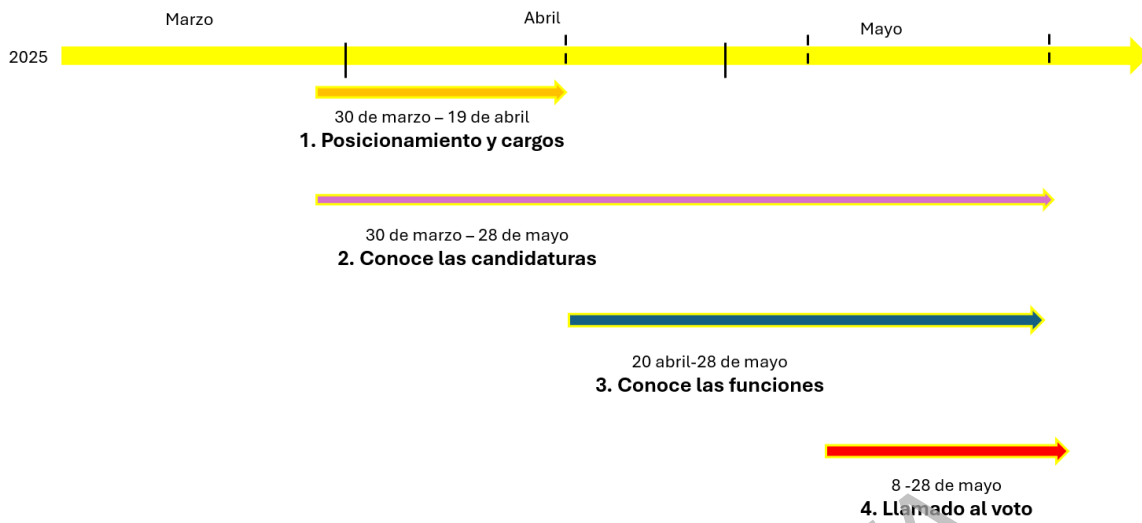
Línea temática 3:			
Conoce las funciones de los cargos a elegir y su relevancia			
	Cargos	Objetivo	Número de materiales
1	Magistraturas del Supremo Tribunal de Justicia Magistratura Supernumeraria	Explicar las funciones generales de cargo	1
2	Magistraturas Regionales	Explicar las funciones generales de cargo	1
3	Magistraturas del Tribunal de Disciplina Judicial	Explicar las funciones generales de cargo	1
4	Juezas y Jueces de Primera Instancia	Explicar las funciones generales de cargo	1
5	Juezas y Jueces Menores	Explicar las funciones generales de cargo	1
total			5

Línea temática 4:			
Llamado al voto por las candidaturas			
	Cargos	Objetivo	Número de materiales
1	Magistraturas del Supremo Tribunal de Justicia y Magistratura Supernumeraria	Hacer un llamado a la acción para el ejercicio del voto por las candidaturas; así como dar a conocer las boletas por tipo de cargo, y la explicación de cómo votar.	1
2	Magistraturas del Tribunal de Disciplina Judicial	Hacer un llamado a la acción para el ejercicio del voto por las candidaturas; así como dar a conocer las boletas por tipo de cargo, y la explicación de cómo votar.	1
3	Magistraturas Regionales	Hacer un llamado a la acción para el ejercicio del voto por las candidaturas; así como dar a conocer las boletas por tipo de cargo, y la explicación de cómo votar.	1
4	Juezas y Jueces	Hacer un llamado a la acción para el ejercicio del voto por las candidaturas; así como dar a conocer las boletas por tipo de cargo, y la explicación de cómo votar.	1
5	Material Genérico	Hacer un llamado a la acción para el ejercicio del voto por las candidaturas, destacando que el mecanismo de votación en la casilla será dinámico.	1
total			5

Calendarización de la difusión de las líneas temáticas

No.	Vigencia de la OT	Línea temática 1	Línea temática 2	Línea temática 3	Línea temática 4
		Posicionamiento de la elección	Conoce a las candidaturas	Conoce las funciones de los cargos	Llamado al voto por las candidaturas
		30 de marzo al 19 de abril	30 de marzo al 28 de mayo	20 de abril al 28 de mayo	08 de mayo al 28 de mayo
OT 1	Domingo 30 de marzo al miércoles 2 de abril				
OT 2	Jueves 3 al sábado 5 de abril				
OT 3	Domingo 6 al miércoles 9 de abril				
OT 4	Jueves 10 al sábado 12 de abril				
OT 5	Domingo 13 al miércoles 16 de abril				
OT 6	Jueves 17 al sábado 19 de abril				
OT 7	Domingo 20 al miércoles 23 de abril				
OT 8	Jueves 24 al sábado 26 de abril				
OT 9	Domingo 27 al miércoles 30 de abril				
OT 10	Jueves 1 al sábado 3 de mayo				
OT 11	Domingo 4 al miércoles 7 de mayo				
OT 12	Jueves 8 al sábado 10 de mayo				
OT 13	Domingo 11 al miércoles 14 de mayo				
OT 14	Jueves 15 al sábado 17 de mayo				
OT 15	Domingo 18 al miércoles 21 de mayo				
OT 16	Jueves 22 al sábado 24 de mayo				
OT 17	Domingo 25 al miércoles 28 de mayo				

Periodos de difusión



Durante los primeros 21 días se pautarán seis materiales en radio y televisión, correspondientes a la primera línea temática referente al posicionamiento de la elección y cargos por elegir, así como su ámbito competencial y materias de competencia.

Para la segunda línea temática del 30 de marzo al 28 de mayo, a través de dos materiales de magistraturas y jueces y juezas, respectivamente; se invitará a conocer acerca de las candidaturas a través del Sistema Personas Candidatas a Juzgadoras Conoceles Tamaulipas.

Posteriormente, del 20 de abril al 28 de mayo, se dará difusión a través de cinco materiales, a los objetivos de la cuarta línea temática que se refiere a la explicación de las funciones generales y específicas de los cargos.

Finalmente, del 8 al 28 de mayo, a través de cinco materiales se hará un llamado a la acción para el ejercicio del voto, y se explicará la boleta de cada uno de los cargos.

De manera general se pautarán 18 materiales relativos a la difusión de las candidaturas por tipo de cargo.

Difusión de convocatorias en radio y televisión

En cuanto hace a la difusión de convocatorias en radio y televisión, se tiene previsto realizar tres producciones para dar a conocer las convocatorias de Observadoras y Observadores Electorales, y la de Supervisor/a Electoral Local y Asistente-Capacitador/a Electoral Local, respectivamente. Así como un material posterior a la Jornada Electoral para agradecer la participación ciudadana.

- **Agenda de medios**

En atención a la línea estratégica 5 de la MPDPC PEE 2024-2025, se abrirán espacios para entrevistas en radio y televisión a partir del lunes 31 de marzo al viernes 30 de mayo, con el objetivo de socializar las temáticas relativas al proceso.

- **Atención a medios de comunicación**

En el transcurso de la semana previa al día primero de junio se llevará a cabo una rueda de prensa. Así mismo, durante el día de la jornada se habilitará una sala de prensa permanente para representantes de los medios de comunicación. En ella se llevarán ruedas de prensa durante la jornada.

Actividad	Cantidad	Indicador
Producción de spots para radio y televisión	21	Materiales producidos y pautados
Agenda de medios	18	Número de entrevistas concretadas
Atención a medios de comunicación	2	Número de actividades

4.2 Redes sociales

El IETAM tiene presencia en las redes sociales de Facebook (Instituto Electoral de Tamaulipas Oficial), X (@TodosSomosIETAM) y en Instagram (IETAM_Oficial). A través de estos canales, y de acuerdo con las líneas estratégicas de la MPDPC PEE 2024-2025 se realizarán materiales digitales como banners, videos y cápsulas. En materia de publicidad digital, se tiene previsto la contratación de servicios para

Facebook e Instagram, con un rango de 5 mil y 7,500 clics³, para atender la transmisión de los mensajes que corresponden a los siguientes temas:

- Promoción y difusión de educación cívica y de la participación ciudadana (Líneas estratégicas 1, 2 y 3: materiales digitales, foros virtuales y micrositio).
- Convocatoria para participar como Supervisor/a Electoral Local y Asistente-Capacitador/a Electoral Local.
- Sistema Personas Candidatas a Juzgadoras Conóceles Tamaulipas.

Actividad	Cantidad	Indicador
Materiales digitales	3 semanales = 27	Materiales diseñados y publicados
Pauta publicitaria	3	Número de clics por campaña

4.3 Medios impresos

Durante el Proceso Electoral Extraordinario 2024-2025 se realizarán insertos en prensa para la difusión de licitaciones y requerimientos de la Dirección de Administración; difusión de la convocatoria para participar como Supervisor/a Electoral Local y Asistente-Capacitador/a Electoral Local.

Bajo este canal también se dará difusión a los contenidos de las líneas estratégicas de la MPDPC PEE 2024-2025.

Actividad	Cantidad	Indicador
Insertos ¼ de plana Convocatorias: SELy CAEL, Conóceles, promoción voto.	4	Orden de inserción para medios
Cintillos 1/8 de página (promoción al voto)	10	Orden de inserción para medios
Media plana periódico nacional y local (Licitaciones)	2	Orden de inserción para medios
Encarte con la integración de la mesa directiva de casilla	11, 500 ejemplares en 4 periódicos	Ejemplares impresos
Dípticos (Difusión Sistema Conóceles)	4,000	Ejemplares impresos

³ Los clics son una métrica de marketing digital que miden el número de veces que una persona interactúa con una publicación.

Actividad	Cantidad	Indicador
Utilitarios: pulseras de tela (difusión Sistema Conóceles)	400	Piezas impresas
Cuadernillo de información general del Proceso Electoral Extraordinario 2024-2025	100	Ejemplares impresos
Materiales de divulgación de información	5000	Ejemplares impresos
UTILITARIOS		
Libretas con logo institucional	150	Ejemplares impresos
Memorias USB	150	Ejemplares impresos
Porta notas	150	Ejemplares impresos

4.4 Publicidad exterior

Se proyecta el diseño, impresión y colocación de aproximadamente novecientos carteles que corresponden a difusión de los siguientes temas:

- Observadores/as Electorales (150)
- Distritación (150)
- Sistema Personas Candidatas a Juzgadoras Conóceles Tamaulipas (300)
- Invitación a votar (150)
- Gracias por participar (150)

Con el objetivo de maximizar la difusión en materia de promoción y difusión de la educación cívica y de la participación ciudadana (tipo de candidaturas, cargos que se eligen) para orientar a la ciudadanía acerca de un proceso electoral que es inédito, se propone la contratación de pantallas, panorámicos y vallas móviles durante los meses de abril y mayo en ciudades de la frontera, centro y sur del estado:

Actividad	Cantidad	Indicador
Carteles	900	Ejemplares impresos
Pantallas (Nuevo Laredo, Matamoros, Reynosa, Ciudad Victoria, Tampico y Ciudad Madero).	6	Número de servicios
Anuncios panorámicos (Nuevo Laredo, Matamoros (2), Reynosa, Ciudad Victoria, Tampico, Ciudad Madero y Altamira).	10	Número de servicios
Vallas móviles (Nuevo Laredo, Matamoros, Reynosa, Ciudad Victoria, Tampico y Ciudad Madero).	6	Número de servicios
Calcomanía (Difusión Sistema Conóceles)	1	Unidad impresa

4.5 Identidad visual

La imagen institucional se refiere a la manera en la que una institución pública o privada es capaz de proyectarse a la ciudadanía. Es decir, se refiere a como la institución se presenta a sí misma.

A través de recursos tangibles e intangibles, que incluyen la identidad visual, mensaje y acciones, así como la calidad del tipo o servicio que ofrecen a las personas, es como se proyecta en la mente de las personas.

A continuación, se presenta el isotipo que diseñado para darle identidad al Proceso Electoral Extraordinario 2024-2025 para la renovación de cargos del Poder Judicial, el cual es un complemento del emblema del IETAM.



Se usan elementos como la boleta electoral y un mazo o malleto, elemento que se ha convertido en uno de los símbolos más representativos en el ámbito judicial.

PARA CONSULTA

4.6 CRONOGRAMA

Campaña	Radio	Televisión	Redes Sociales	Medios Impresos	Medios Exteriores	Enero 2025	febrero 2025	Marzo 2025	Abril 2025	Mayo 2025	Junio 2025	Público Objetivo
Convocatoria para la integración de los Consejos Distritales y Municipales del IETAM			x				x					Ciudadanía en general
Observadoras y Observadores Electorales	x	x	x				x	x	x			Ciudadanía en general
Convocatoria para participar como Supervisor/a Electoral Local y Capacitador/a Electoral Local	x	x	x	x				x	x			Ciudadanía en general
Promoción y difusión de educación cívica y de la participación ciudadana durante el PEE 2024-2025	x	x	x	x	x				x	x		Ciudadanía en general
Sistema Conóceles	x	x	x	x	x				x	x		Ciudadanía en general

PARA CONSULTA

5. ANEXO

Resumen de insumos

Cantidad	Insumo o servicio
12	Spots de 30 segundos para radio y televisión
5	Campañas de publicidad digital en Facebook e Instagram, con un rango de 5 mil y 7,500 clics.
4000	Dípticos
16	Insertos en prensa
900	Carteles
1	Calcomanía
11,500	Ejemplares de encarte
400	Pulseras de tela
100	Cuadernillo de proceso
150	Libretas con logo institucional
150	Memorias USB
150	Porta notas
5000	Materiales de divulgación de información
6	Pantallas tipo LED *
10	Anuncios panorámicos *
6	Servicios de vallas móviles *
9	Spots de radio y televisión *

* Insumos sujetos a disponibilidad presupuestal