

6



PERIODICO OFICIAL

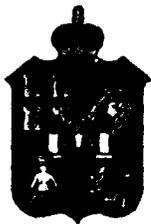
ORGANO DE DIFUSION OFICIAL DEL GOBIERNO
CONSTITUCIONAL DEL ESTADO LIBRE
Y SOBERANO DE TABASCO.

PUBLICADO BAJO LA DIRECCION DE LA SECRETARIA DE GOBIERNO
Registrado como correspondencia de segunda clase con fecha
17 de agosto de 1926 DGC Núm. 0010826 Características 11282816

Epoca 6a.	Villahermosa, Tabasco	24 DE JUNIO DE 2009	Suplemento 6970 D
-----------	-----------------------	---------------------	----------------------

No- 25143

CONTINUACIÓN DE LA PÁG. 518



INSTITUTO ELECTORAL Y DE PARTICIPACIÓN
CIUDADANA DE TABASCO



TU PARTICIPACIÓN, ES
NUESTRO COMPROMISO

CONSEJO ESTATAL

ACUERDO CE/2009/047

ACUERDO QUE EMITE EL CONSEJO ESTATAL DEL INSTITUTO ELECTORAL Y DE PARTICIPACIÓN CIUDADANA DE TABASCO, A PROPUESTA DE LA COMISIÓN DE RADIO Y TELEVISIÓN, MEDIANTE EL CUAL DETERMINA LA AGENCIA PUBLICITARIA DE SERVICIOS QUE REALIZARÁ LA PRODUCCIÓN DE LOS MATERIALES DEL PROYECTO DE COMUNICACIÓN DEL INSTITUTO ELECTORAL Y DE PARTICIPACIÓN CIUDADANA DE TABASCO, PARA EL PROCESO ELECTORAL ORDINARIO 2009.

CONSIDERANDO

1. Que como establece la Constitución Política del Estado Libre y Soberano de Tabasco, en su artículo 9, apartado C, fracción I, inciso a), el Instituto Electoral y de Participación Ciudadana de Tabasco, es un organismo público, autónomo, de carácter permanente, independiente en sus decisiones y funcionamiento, dotado de personalidad jurídica y patrimonio propios, depositario de la autoridad electoral,

5, apartado B, establece: el Instituto Federal Electoral Administrará el tiempo que corresponda al Estado de Tabasco en radio y televisión, destinado para fines electorales y al ejercicio del derecho de los Partidos Políticos en el ámbito estatal, conforme a lo que establece el apartado B, inciso c), del artículo 41 de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos y las Leyes aplicables.



Que el artículo 68, fracción I, de la Ley Electoral del Estado de Tabasco, establece que son prerrogativas de los partidos políticos tener acceso a la radio y televisión en los términos de las disposiciones de la Constitución Federal y las de esta ley.

4. Que el artículo 2, párrafo tercero, de la Ley Electoral del Estado de Tabasco, establece que la promoción de la participación ciudadana para el ejercicio del derecho al sufragio corresponde al Instituto Estatal, a los Partidos Políticos y sus candidatos. El Instituto Estatal emitirá las reglas a las que se sujetarán las campañas de promoción del voto que realicen otras organizaciones.
5. Que la Ley Electoral del Estado de Tabasco, en su artículo 69, dispone lo siguiente:

Los Partidos Políticos tienen derecho al uso de manera permanente de los medios de comunicación social.

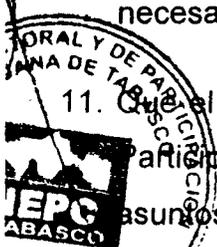
Los Partidos Políticos, precandidatos y candidatos a cargos de elección popular, accederán a la radio y la televisión en términos del apartado B del artículo 41 de la Constitución Federal, en la forma y términos establecidos por el presente capítulo y los lineamientos que al caso emitan el Instituto Federal Electoral y el Instituto Estatal.

Los Partidos Políticos, precandidatos y candidatos a cargos de elección popular, en ningún momento podrán contratar o adquirir, por sí o por terceras personas, tiempos en cualquier modalidad de radio y televisión. Tampoco podrán contratar los dirigentes y afiliados a un Partido Político, o cualquier ciudadano, para su promoción personal con fines electorales.

Ninguna persona física o jurídica colectiva, sea a título propio o por cuenta de terceros, podrá contratar propaganda en radio y televisión dirigida a influir en las preferencias electorales de los ciudadanos, ni a favor o en contra de Partidos Políticos o de candidatos a cargos de elección popular. Queda prohibida la transmisión en territorio estatal de este tipo de propaganda contratada en otros estados o en el extranjero.

Las infracciones a lo establecido en este artículo serán sancionadas en los términos dispuestos en el Libro Sexto de esta Ley y las leyes reglamentarias aplicables.

6. Que la Ley Electoral del Estado de Tabasco, en su artículo 70, párrafo segundo, establece que el Instituto Estatal acordará los documentos técnicos que servirán de base para celebrar el convenio con el Instituto Federal Electoral, para el cumplimiento de lo previsto en el CAPÍTULO SEGUNDO de la citada Ley, denominado "DEL ACCESO A LA RADIO Y LA TELEVISIÓN", que conforme a las disposiciones constitucionales y legales se otorgan a los Partidos Políticos.
7. Que la Ley Electoral del Estado de Tabasco, en su artículo 71, prevé que el Instituto Estatal solicitará al Instituto Federal Electoral el tiempo de acceso a la radio y televisión que requiera para el cumplimiento de sus fines.
8. De conformidad con lo establecido en el artículo 83, fracción III, inciso b), de la Ley Electoral del Estado de Tabasco, el Secretario Ejecutivo actuará como Secretario Técnico de la citada Comisión.
9. Que el artículo 123, de la Ley Electoral del Estado de Tabasco, establece como finalidades del Instituto Electoral y de Participación Ciudadana de Tabasco, las siguientes: Contribuir al desarrollo de la vida pública y democrática; preservar el fortalecimiento del régimen de partidos políticos; asegurar a los ciudadanos el ejercicio de derechos políticos electorales y vigilar el cumplimiento de sus obligaciones; garantizar la celebración periódica y pacífica de las elecciones para renovar a los integrantes de los poderes Legislativo, Ejecutivo y los Ayuntamientos del Estado; velar por la autenticidad y efectividad del voto y llevar a cabo la promoción del voto y coadyuvar en la difusión de la educación cívica y de la cultura democrática.
10. Que el artículo 138, fracción II, de la Ley Electoral del Estado de Tabasco, señala como una atribución del Consejero Presidente establecer los vínculos entre el Instituto Estatal y las Autoridades Federales, Estatales y Municipales, para lograr su apoyo y colaboración en todos los ámbitos de su competencia cuando sea necesario para el cumplimiento de los fines del Instituto.
11. Que el día 7 de enero del año 2009, el Consejo Estatal del Instituto Electoral y de Participación Ciudadana de Tabasco, celebró sesión extraordinaria, y entre otros asuntos, aprobó el acuerdo número CE/2009/005, mediante el cual integró la



Comisión de Radio y Televisión del Instituto Electoral y de Participación Ciudadana de Tabasco.

12. Que en sesión ordinaria de fecha 30 de abril de 2009, la Comisión de Radio y Televisión del Instituto Electoral y de Participación Ciudadana de Tabasco, aprobó los Lineamientos Generales para la producción de materiales del Proyecto de Comunicación del Instituto Electoral y de Participación Ciudadana de Tabasco para el Proceso Electoral Ordinario 2009 denominado "Promoción de la Participación Ciudadana y del Voto Libre, Secreto, Universal, Directo, Personal e Intransferible 2009, así como el procedimiento para la selección del servicio de agencia publicitaria de servicios plenos que realicen la producción de los materiales del proyecto de comunicación de este Instituto para el proceso electoral ordinario 2009.
13. Que la Presidenta de la Comisión de Radio y Televisión, a través de oficios giró atenta invitación a los integrantes de la citada comisión, para realizar la revisión de estructura técnica y humana, así como entrevista con los directivos de las agencias publicitarias.
14. Que la Presidenta de la Comisión de Radio y Televisión, mediante oficios giró atenta invitación a los Consejeros Electorales del Consejo Estatal, así como a los integrantes de la citada comisión, para que asistieran a reunión de trabajo, con la finalidad de observar la presentación de ideas publicitarias, de las empresas invitadas.



Que derivado de las visitas a las agencias publicitarias, se advirtieron los siguientes parámetros que sirvieron como base para determinar las empresas que participaron en la reunión de trabajo de fecha 8 de junio de 2009, en la cual se determinó a la agencia denominada que realizaría la producción de los materiales del proyecto de comunicación del Instituto Electoral y de Participación Ciudadana de Tabasco, para el proceso electoral ordinario 2009:

REPORTE DE ESTRUCTURA TÉCNICA

	√	x	x	x	x	x	x	√	√	x
	√	x	x	x	x	x	x	√	√	x
	√	x	x	x	x	x	x	√	√	√
	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√
	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√
	√	x	x	√	√	√	x	√	√	x
	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√
	√	x	√	√	√	√	x	x	√	x
	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√
	x	√	√	√	√	√	√	√	√	√
	√	√	√	√	√	√	x	x	x	x
	√	x	x	x	x	√	x	x	√	x
	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√

16. Que de la reunión de trabajo efectuada el día 8 de junio de 2009, en la que estuvieron presentes los Consejeros Electorales del Consejo Estatal, esta comisión propone que sea la empresa denominada "Expo Diseño" quien realice la producción de los materiales del proyecto de comunicación del Instituto Electoral y de Participación Ciudadana de Tabasco, para el proceso electoral ordinario 2009.

17. Que la Comisión de Radio y Televisión del Instituto Electoral y de Participación Ciudadana de Tabasco, celebró sesión ordinaria el día nueve de junio de 2009, aprobando, entre otros documentos el "proyecto de acuerdo que emite la Comisión de Radio y Televisión para ser enviado al Consejo Estatal, mediante el cual determina la agencia publicitaria de servicios plenos que realice la producción de los materiales del proyecto de comunicación del Instituto Electoral y de Participación Ciudadana de Tabasco, para el proceso electoral ordinario 2009", remitiéndolo al Presidente del Consejo Estatal mediante oficio número CRT/P/171/2009, signado por la Presidenta de la citada Comisión.



18. Que por disposición de la fracción XXX, del artículo 137, de la Ley Electoral del Estado de Tabasco, el Consejo Estatal tiene entre sus atribuciones, dictar los acuerdos necesarios para hacer efectivas sus atribuciones.

Por lo expuesto, el Consejo Estatal del Instituto Electoral y de Participación Ciudadana de Tabasco emite el siguiente:

ACUERDO

Primero.- Se determina que la empresa denominada "Expo Diseño" sea quien realice la producción de los materiales del proyecto de comunicación del Instituto Electoral y de Participación Ciudadana de Tabasco, para el proceso electoral ordinario 2009.

Segundo.- Publíquese en el Periódico Oficial del Estado, de conformidad con lo dispuesto en el artículo 136 de la Ley Electoral del Estado de Tabasco y agréguese a la página de internet del Instituto.

El presente acuerdo fue aprobado por el Consejo Estatal del Instituto Electoral y de Participación Ciudadana de Tabasco, en sesión ordinaria efectuada el día quince de junio del año dos mil nueve.



ENRIQUE GALLAND MARQUEZ
CONSEJERO PRESIDENTE



ARMANDO XAVIER MALDONADO ACOSTA
SECRETARIO EJECUTIVO

EN LA CIUDAD DE VILLAHERMOSA, CAPITAL DEL ESTADO DE TABASCO, A LOS DIECISÉIS DÍAS DEL MES DE JUNIO DEL AÑO DOS MIL NUEVE, EL SUSCRITO MAESTRO ARMANDO XAVIER MALDONADO ACOSTA, SECRETARIO EJECUTIVO DEL INSTITUTO ELECTORAL Y DE PARTICIPACIÓN CIUDADANA DE TABASCO, CON FUNDAMENTO EN LO DISPUESTO POR EL ARTÍCULO 139, FRACCIÓN XXIV DE LA LEY ELECTORAL DEL ESTADO DE TABASCO.

CERTIFICA

QUE LA PRESENTE COPIA FOTOSTÁTICA CONSTANTE DE (6) SEIS FOJAS ÚTILES, CONCUERDAN EN TODAS Y CADA UNA DE SUS PARTES CON EL ORIGINAL DEL ACUERDO NÚMERO CE/2009/047 DE FECHA QUINCE DE JUNIO DEL AÑO DOS MIL NUEVE, EMITIDO POR EL CONSEJO ESTATAL DEL INSTITUTO ELECTORAL Y DE PARTICIPACIÓN CIUDADANA DE TABASCO, A PROPUESTA DE LA COMISIÓN DE RADIO Y TELEVISIÓN, MEDIANTE EL CUAL DETERMINA LA AGENCIA PUBLICITARIA DE SERVICIOS QUE REALIZARÁ LA PRODUCCIÓN DE LOS MATERIALES DEL PROYECTO DE COMUNICACIÓN DEL INSTITUTO ELECTORAL Y DE PARTICIPACIÓN CIUDADANA DE TABASCO, PARA EL PROCESO ELECTORAL ORDINARIO 2009; QUE OBRA EN EL ARCHIVO DE ESTA INSTITUCIÓN, MISMO QUE TUVE A LA VISTA LAS QUE SELLO, RUBRICO Y FIRMO.

SE EXPIDE PARA SER ENVIADA A LA SECRETARÍA DE GOBIERNO DEL ESTADO DE TABASCO, PARA SU PUBLICACIÓN EN EL PERIÓDICO OFICIAL, EN CUMPLIMIENTO A LO PREVISTO EN LOS ARTÍCULOS 136 Y 139 FRACCIÓN VI DE LA LEY ELECTORAL DEL ESTADO DE TABASCO.

DOY FE



ARMANDO XAVIER MALDONADO ACOSTA
SECRETARIO EJECUTIVO

**INSTITUTO ELECTORAL Y DE PARTICIPACIÓN
CIUDADANA DE TABASCO**TU PARTICIPACIÓN, ES
NUESTRO COMPROMISO**CONSEJO ESTATAL**

No.- 25144

ACUERDO CE/2009/048

ACUERDO QUE EMITE EL CONSEJO ESTATAL DEL INSTITUTO ELECTORAL Y DE PARTICIPACIÓN CIUDADANA DE TABASCO, A PROPUESTA DE LA COMISIÓN DE RADIO Y TELEVISIÓN, MEDIANTE EL CUAL APRUEBA EL PLAN DE MEDIOS DE COMUNICACIÓN DEL INSTITUTO ELECTORAL Y DE PARTICIPACIÓN CIUDADANA DE TABASCO, PARA EL PROCESO ELECTORAL ORDINARIO 2009.

CONSIDERANDO

1. Que como establece la Constitución Política del Estado Libre y Soberano de Tabasco, en su artículo 9, apartado C, fracción I, inciso a), el Instituto Electoral y de Participación Ciudadana de Tabasco, es un organismo público, autónomo, de carácter permanente, independiente en sus decisiones y funcionamiento, dotado de personalidad jurídica y patrimonio propios, depositario de la autoridad electoral, responsable del ejercicio de la función pública de organizar las elecciones, bajo los principios rectores de certeza, legalidad, independencia, imparcialidad y objetividad.
2. Que la Constitución Política del Estado Libre y Soberano de Tabasco, en su artículo 9, apartado B, establece: el Instituto Federal Electoral Administrará el tiempo que corresponda al Estado de Tabasco en radio y televisión, destinado para fines electorales y al ejercicio del derecho de los Partidos Políticos en el ámbito estatal, conforme a lo que establece el apartado B, inciso c), del artículo 41 de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos y las Leyes aplicables.
3. Que el artículo 68, fracción I, de la Ley Electoral del Estado de Tabasco, establece que son prerrogativas de los partidos políticos tener acceso a la radio y televisión en los términos de las disposiciones de la Constitución Federal y las de esta ley.

INSTITUTO ELECTORAL Y DE PARTICIPACIÓN
CIUDADANA DE TABASCO

4. Que el artículo 2, párrafo tercero, de la Ley Electoral del Estado de Tabasco, establece que la promoción de la participación ciudadana para el ejercicio del derecho al sufragio corresponde al Instituto Estatal, a los Partidos Políticos y sus candidatos. El Instituto Estatal emitirá las reglas a las que se sujetarán las campañas de promoción del voto que realicen otras organizaciones.

5. Que la Ley Electoral del Estado de Tabasco, en su artículo 69, dispone lo siguiente:

Los Partidos Políticos tienen derecho al uso, de manera permanente de los medios de comunicación social.

Los Partidos Políticos, precandidatos y candidatos a cargos de elección popular, accederán a la radio y la televisión en términos del apartado B del artículo 41 de la Constitución Federal, en la forma y términos establecidos por el presente capítulo y los lineamientos que al caso emitan el Instituto Federal Electoral y el Instituto Estatal.

Los Partidos Políticos, precandidatos y candidatos a cargos de elección popular, en ningún momento podrán contratar o adquirir, por sí o por terceras personas, tiempos en cualquier modalidad de radio y televisión. Tampoco podrán contratar los dirigentes y afiliados a un Partido Político, o cualquier ciudadano, para su promoción personal con fines electorales.

Ninguna persona física o jurídica colectiva, sea a título propio o por cuenta de terceros, podrá contratar propaganda en radio y televisión dirigida a influir en las preferencias electorales de los ciudadanos, ni a favor o en contra de Partidos Políticos o de candidatos a cargos de elección popular. Queda prohibida la transmisión en territorio estatal de este tipo de propaganda contratada en otros estados o en el extranjero.

Las infracciones a lo establecido en este artículo serán sancionadas en los términos dispuestos en el Libro Sexto de esta Ley y las leyes reglamentarias aplicables.

6. Que la Ley Electoral del Estado de Tabasco, en su artículo 70, párrafo segundo, establece que el Instituto Estatal acordará los documentos técnicos que servirán de base para celebrar el convenio con el Instituto Federal Electoral, para el cumplimiento de lo previsto en el CAPÍTULO SEGUNDO de la citada Ley, denominado "DEL ACCESO A LA RADIO Y LA TELEVISIÓN", que conforme a las disposiciones constitucionales y legales se otorgan a los Partidos Políticos.

7. Que la Ley Electoral del Estado de Tabasco, en su artículo 71, prevé que el Instituto Estatal solicitará al Instituto Federal Electoral el tiempo de acceso a la radio y televisión que requiera para el cumplimiento de sus fines.

8. De conformidad con lo establecido en el artículo 83, fracción III, inciso b), de la Ley Electoral del Estado de Tabasco, el Secretario Ejecutivo actuará como Secretario Técnico de la citada Comisión.



9. Que el artículo 123, de la Ley Electoral del Estado de Tabasco, establece como finalidades del Instituto Electoral y de Participación Ciudadana de Tabasco, las siguientes: Contribuir al desarrollo de la vida pública y democrática; preservar el fortalecimiento del régimen de partidos políticos; asegurar a los ciudadanos el ejercicio de derechos políticos electorales y vigilar el cumplimiento de sus obligaciones; garantizar la celebración periódica y pacífica de las elecciones para renovar a los integrantes de los poderes Legislativo, Ejecutivo y los Ayuntamientos del Estado; velar por la autenticidad y efectividad del voto y llevar a cabo la promoción del voto y coadyuvar en la difusión de la educación cívica y de la cultura democrática.
10. Que el artículo 138, fracción II, de la Ley Electoral del Estado de Tabasco, señala como una atribución del Consejero Presidente establecer los vínculos entre el Instituto Estatal y las Autoridades Federales, Estatales y Municipales, para lograr su apoyo y colaboración en todos los ámbitos de su competencia cuando sea necesario para el cumplimiento de los fines del Instituto.
11. Que el día 7 de enero del año 2009, el Consejo Estatal del Instituto Electoral y de Participación Ciudadana de Tabasco, celebró sesión extraordinaria, y entre otros asuntos, aprobó el acuerdo número CE/2009/005, mediante el cual integró la Comisión de Radio y Televisión del Instituto Electoral y de Participación Ciudadana de Tabasco.
12. Que la Comisión de Radio y Televisión del Instituto Electoral y de Participación Ciudadana de Tabasco, celebró sesión ordinaria el día nueve de junio de 2009, aprobando, entre otros documentos el "proyecto de acuerdo que emite la Comisión de Radio y Televisión para ser enviado al Consejo Estatal, aprueba el plan de medios del Instituto Electoral y de Participación Ciudadana de Tabasco, para el proceso electoral ordinario 2009", remitiéndolo al Presidente del Consejo Estatal mediante oficio número CRT/P/171/2009, signado por la Presidenta de la citada Comisión.



13. Que por disposición de la fracción XXX, del artículo 137, de la Ley Electoral del Estado de Tabasco, el Consejo Estatal tiene entre sus atribuciones, dictar los acuerdos necesarios para hacer efectivas sus atribuciones.

Por lo expuesto, el Consejo Estatal del Instituto Electoral y de Participación Ciudadana de Tabasco emite el siguiente:

ACUERDO

Primero.- En término de los considerandos anteriores, se aprueba el plan de medios de comunicación del Instituto Electoral y de Participación Ciudadana de Tabasco, para el proceso electoral ordinario 2009, mismo que se reproduce como si se insertara a la letra constante de 132 (ciento treinta y dos) fojas que corre agregado al presente acuerdo formando parte del mismo, así como también los lineamientos generales para la producción de materiales del proyecto de comunicación del Instituto Electoral y de Participación Ciudadana de Tabasco para el proceso electoral ordinario 2009, denominados "Promoción de la Participación ciudadana y del Voto Libre, Secreto, Universal, Directo, Personal e Intransferible 2009" constante de 21 (veintiún) fojas.

Segundo.- Publíquese en el Periódico Oficial del Estado, de conformidad con lo dispuesto en el artículo 136 de la Ley Electoral del Estado de Tabasco y agréguese a la página de internet del Instituto.

El presente acuerdo fue aprobado por el Consejo Estatal del Instituto Electoral y de Participación Ciudadana de Tabasco, en sesión ordinaria efectuada el día quince de junio del año dos mil nueve.


L.R.I. ENRIQUE GALLAND MÁRQUEZ
CONSEJERO PRESIDENTE




ARTURO ARMANDO XAVIER
MALDONADO ACOSTA
SECRETARIO EJECUTIVO

EN LA CIUDAD DE VILLAHERMOSA, CAPITAL DEL ESTADO DE TABASCO, A LOS DIECISÉIS DÍAS DEL MES DE JUNIO DEL AÑO DOS MIL NUEVE, EL SUSCRITO MAESTRO ARMANDO XAVIER MALDONADO ACOSTA, SECRETARIO EJECUTIVO DEL INSTITUTO ELECTORAL Y DE PARTICIPACIÓN CIUDADANA DE TABASCO, CON FUNDAMENTO EN LO DISPUESTO POR EL ARTÍCULO 139, FRACCIÓN XXIV DE LA LEY ELECTORAL DEL ESTADO DE TABASCO. _____

CERTIFICA _____

QUE LA PRESENTE COPIA FOTOSTÁTICA CONSTANTE DE (5) CINCO FOJAS ÚTILES Y ANEXOS CONSISTENTES EN CIENTO CINCUENTA Y TRES FOJAS, CONCUERDAN EN TODAS Y CADA UNA DE SUS PARTES CON EL ORIGINAL DEL ACUERDO NÚMERO CE/2009/048 DE FECHA QUINCE DE JUNIO DEL AÑO DOS MIL NUEVE, EMITIDO POR EL CONSEJO ESTATAL DEL INSTITUTO ELECTORAL Y DE PARTICIPACIÓN CIUDADANA DE TABASCO, A PROPUESTA DE LA COMISIÓN DE RADIO Y TELEVISIÓN, MEDIANTE EL CUAL APRUEBA EL PLAN DE MEDIOS DE COMUNICACIÓN DEL INSTITUTO ELECTORAL Y DE PARTICIPACIÓN CIUDADANA DE TABASCO, PARA EL PROCESO ELECTORAL ORDINARIO 2009; QUE OBRA EN EL ARCHIVO DE ESTA INSTITUCIÓN, MISMO QUE TUVE A LA VISTA; LAS QUE SELLO, RUBRICO Y FIRMO. _____

SE EXPIDE PARA SER ENVIADA A LA SECRETARÍA DE GOBIERNO DEL ESTADO DE TABASCO, PARA SU PUBLICACIÓN EN EL PERIÓDICO OFICIAL, EN CUMPLIMIENTO A LO PREVISTO EN LOS ARTÍCULOS 136 Y 139 FRACCIÓN VII DE LA LEY ELECTORAL DEL ESTADO DE TABASCO. _____

DOY FE _____



MAESTRO ARMANDO XAVIER MALDONADO ACOSTA
SECRETARIO EJECUTIVO



Instituto Electoral y de Participación
Ciudadana de Tabasco

Plan de Medios de
Comunicación del
Instituto Electoral y de
Participación Ciudadana
de Tabasco para el
Proceso Electoral
Ordinario 2009



Plan de Medios de Comunicación del Instituto Electoral y de Participación Ciudadana de Tabasco para el Proceso Electoral Ordinario 2009

1. Introducción
2. Objetivo general
3. Objetivos Particulares
4. Plan de Medios Impresos de Circulación Diaria Local
 - 4.1. Descripción de Medios Impresos de Circulación Diaria Local
 - 4.2. Muestreo de Inserciones Publicitarias
 - 4.3. Agenda Mediática
 - 4.4. Tiraje de Medios Impresos
 - 4.5. Tarifa de Medios Impresos
 - 4.6. Presupuesto de Medios Impresos de Circulación Diaria Local
 - 4.7. Calendario de Inserciones
5. Plan de Medios Grupales y Personales
 - 5.1. Introducción
 - 5.2. Objetivo General
 - 5.3. Objetivos Particulares
 - 5.4. ¿Por qué utilizar Medios Grupales y Personales?
 - 5.5. Medios Grupales
 - 5.6. Medios Personales
 - 5.7. Tarifa de Medios Grupales
 - 5.8. Tarifa de Medios Personales
 - 5.9. Presupuesto de Medios Grupales y Personales
 - 5.10. Calendario de Inserciones publicitarias



Plan de Medios de Comunicación del Instituto Electoral y de Participación Ciudadana de Tabasco para el Proceso Electoral Ordinario 2009

Introducción

El Instituto Electoral para la Participación Ciudadana de Tabasco es la autoridad electoral estatal que asegura el cumplimiento de las normas establecidas en la Ley Electoral del Estado de Tabasco, asimismo las sanciones en caso de incumplimiento. Además es la institución encargada de organizar las elecciones y la promoción del Voto Libre, Secreto, Universal, Directo, Personal e Intransferible durante los Procesos Electorales Ordinarios correspondientes a las elecciones del Estado de Tabasco. (Art. 2 y 123 Ley Electoral del Estado de Tabasco).

EL IEPCT a través de la Comisión de Radio y Televisión del Instituto Electoral y de Participación Ciudadana de Tabasco en Sesión Ordinaria Celebrada el 30 de abril de 2009, aprobó por unanimidad los Lineamientos Generales para la producción de materiales del Proyecto de Comunicación del Instituto Electoral y de Participación Ciudadana de Tabasco para el Proceso Electoral Ordinario 2009 denominado "Promoción de la Participación Ciudadana y del Voto Libre, Secreto, Universal, Directo, Personal e Intransferible 2009"

En el documento se incluyó en la foja 19 de la Propuesta de Selección de Medios de Comunicación para la inserción de los mensajes institucionales en los espacios públicos delimitados por los medios de comunicación.

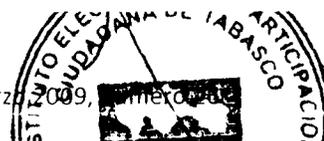
Como parte complementaria a esta disposición de medios de comunicación, se desarrolla el Plan de Medios para el Proceso Electoral Ordinario 2009.

Las teorías contemporáneas de la comunicación publicitaria sobresalientes de los últimos treinta años forman parte indispensable para los mercados estables.

Valiosos aportes teóricos, generados entre los años 60 y 90, como los de Mc Donald, Krugman, John Philip Jones, Erwin Ephron, entre otros grandes doctores de la comunicación, crearon los modelos de la planificación de medios utilizados en el presente, señala Norberto Álvarez Debans en su artículo "Comunicación publicitaria, teorías tradicionales (TTR) y teoría de los cinco sentidos (T5S)"¹

Entendiendo que en Comunicación un medio, es un vehículo que permite hacer llegar un mensaje a un receptor determinado. Es un medio de comunicación: la radio, la televisión, los medios impresos, los teléfonos, etc.

¹ Razón y palabra. Álvarez Debans, Norberto, recuperado de la página www.razonypalabra.org.mx/anteriore/n26/nalvarez.html. Febrero – Marzo 2009.



El plan de Medios es la planificación de la difusión de los mensajes, seleccionando los medios adecuados para obtener una mayor eficacia y rentabilidad de los mensajes. La cantidad de mensajes tal que asegure una correcta recepción, captación y comprensión por la audiencia.

Un plan implica el análisis y evaluación de los medios elegidos en la estrategia, así como la determinación de los medios, horarios, días en donde se colocaran los mensajes y sirve para determinar qué se debe comunicar y cómo comunicar el mensaje, además de que sirve para evaluar los medios genéricamente y en función de que sean los mejores vehículos para llevar el mensaje a la ciudadanía que se desea.

El Plan de Medios del Instituto Electoral y de Participación Ciudadana de Tabasco para el Proceso Electoral Ordinario 2009 se diseñó en base al Acuerdo que señala la optimización de los recursos del Instituto CEE/2007/009 celebrado el 18 de octubre de 2007, En acuerdo antes mencionado se aprobaron medidas de racionalidad, austeridad, ahorro y disciplina para el gasto del Instituto Electoral y de Participación Ciudadana de Tabasco.

En ese orden de ideas, la distribución de las inserciones publicitarias se realizó conforme a la realidad social que vive la nación en su economía y a los principios rectores del instituto:

- Certeza y Legalidad en la distribución de los mensajes que se insertarán en los medios de comunicación.
- Imparcialidad: las distribuciones realizadas representan el análisis de los medios de comunicación, en cuanto a su audiencia, cobertura, tarifas, comercialización.
- Objetividad: La elección de los medios de comunicación no deja dudas la posición del instituto frente a la ciudadanía.

Fundamento Legal

Por lo tanto, conforme a lo dispuesto en la Ley Electoral del Estado de Tabasco y en la legalidad de dicha ley; el artículo 123 en sus fracciones I, III, V y VI señala que la finalidad del Instituto Estatal son: Contribuir al desarrollo de la vida pública y democrática; asegurar a los ciudadanos el ejercicio de derechos políticos electorales y vigilar el cumplimiento de sus obligaciones; velar por la autenticidad y efectividad del voto; y llevar a cabo la promoción del voto y coadyuvar en la difusión de la educación cívica y de la cultura democrática.

De igual manera, el artículo 84 menciona que el Instituto Estatal contará con los recursos presupuestarios, técnicos, humanos y materiales que requiera para el ejercicio directo de sus facultades y atribuciones en materia de radio y televisión.

El Instituto Estatal dispondrá, de los medios necesarios para el cumplimiento de las pautas de transmisión que apruebe el Instituto Federal Electoral, así como de las normas aplicables respecto de la propaganda electoral que se difunda por radio o televisión.

La razón de ser de este Proyecto del Instituto Electoral y de Participación Ciudadana de Tabasco está dada por las funciones propias de la institución, señaladas en la Ley Electoral del Estado de Tabasco.

Líneas de acción:

El Proyecto del Plan de Medios 2009, estipulado en el Lineamiento General para la Producción de Materiales del Proyecto de Comunicación del Instituto electoral y de Participación Ciudadana de Tabasco para el Proceso Ordinario 2009 denominado Promoción de la Participación Ciudadana y el Voto Libre, Secreto, Universal, Directo, Personal e Intransferible 2009 contempla la realización de proyectos referidos a la difusión del mensaje institucional.



Elaboración del Plan de Medios para el Proceso Electoral Ordinario 2009

- **Plan de Medios Impresos:** Distribución para la difusión del mensaje institucional a través de la inserción de cintillos en los Medios impresos de Circulación Diaria Local.
- **Plan de Medios Grupales:** Distribución para la difusión del mensaje institucional mediante la utilización de Medios Grupales.
- **Plan de Medios Personales:** Distribución para la difusión del mensaje institucional mediante la utilización de Medios Personales.

Objetivo General:

Promover la participación ciudadana y el voto libre, secreto, directo, universal, personal e intransferible para el Proceso Electoral Ordinario 2009, mediante la inserción del mensaje del Instituto Electoral y de Participación Ciudadana de Tabasco en los espacios públicos delimitados por los medios de comunicación social mediante la ejecución de un Plan de Medios.

Objetivos Particulares:

- Determinar la rentabilidad de los medios de comunicación propuestos en el Lineamiento para la inserción del mensaje institucional.
- Proponer conforme a la rentabilidad la proporción que se debe emplear para el uso de los medios de comunicación social propuestos en el Lineamiento General para la Producción de Materiales del Proyecto de Comunicación del Instituto electoral y de Participación Ciudadana de Tabasco para el Proceso Ordinario 2009 denominado Promoción de la Participación Ciudadana y el Voto Libre, Secreto, Universal, Directo, Personal e Intransferible 2009.
- Adopción de medidas de austeridad según el acuerdo CEE/2007/009.



Instituto Electoral y de Participación Ciudadana de Tabasco

Proyecto de Plan de Medios Impresos de Circulación Diaria Local



Medios de Impresos de Circulación Diaria Local

Introducción

En el Instituto Electoral y de Participación Ciudadana de Tabasco existe la convicción de que es importante la relación con los medios de comunicación locales. Una relación que debe ser fincada en los mismos términos que rige el contrato que con la sociedad establece este órgano colegiado, sustentado en los principios que rigen la vida de la institución: certeza, equidad, legalidad, independencia e imparcialidad.

El producto y resultado de esta relación es el mensaje que se enviará a la ciudadanía en los próximos comicios locales, a través de los diferentes medios de comunicación. Para ello, es necesario transmitir y difundir un mensaje claro y sin margen a ambigüedades.

En consecuencia, es preciso establecer el criterio que se tomará en cuenta para la distribución del mensaje y los instrumentos que se utilizarán, es de vital importancia conocer la situación en la que se encuentran en estos tiempos los medios de comunicación impresos de circulación diaria local, para aplicar de manera sustantiva los espacios que requerirá el Instituto para la difusión de su mensaje.

Objetivo General

Determinar en qué medios de comunicación impresos de circulación diaria se insertarán los cintillos propuestos en los Lineamientos Generales para la producción de materiales del Proyecto de Comunicación del Instituto Electoral y de Participación Ciudadana de Tabasco para el Proceso Electoral Ordinario 2009 denominado "Promoción de la Participación Ciudadana y del Voto Libre, Secreto, Universal, Directo, Personal e Intransferible 2009".

Objetivos Particulares

- Conocer como empresas a los medios impresos de circulación diaria local del estado de Tabasco en base a la descripción de su contenido de sus páginas (Tabasco Hoy, El Criollo, Diarió Presente, El Sol, Novedades de Tabasco, Milenio Tabasco, El Heraldó de Tabasco, La Verdad del Sureste, Diario Olmeca, Rumbo Nuevo, Diario Avance, Tabasco al Día, El Correo de Tabasco, Diario de la Tarde, ABC de la Tarde.)
- Describir la oferta informativa de los Medios Impresos de Circulación Diaria Local con base en la presentación de su agenda temática.
- Establecer el lugar específico que ocupan los medios impresos de circulación diaria en el mercado de medios.

Los Instrumentos

Las bases científicas en la que se establece este estudio, son tesis de modernos teóricos de la Comunicación como son:

Teoría de la Construcción del Mensaje Estructurado de Antonio Sánchez Bravo Cenjor y la Teoría del Establecimiento de la Agenda o Agenda-Setting de Maxwell McCombs y Donald Shaw.

Estas teorías enuncian principalmente que ningún mensaje es inocente. La estructura periodística es puramente política. También es una forma de control social y establece que existe una relación directa entre los distintos acontecimientos porque guardan una vinculación estrecha entre sí.

Esta teoría señala que los medios informativos pueden no acertar al decirnos cómo pensar sobre un determinado tema, pero sí cuando nos dicen sobre qué pensar.

Los medios masivos de comunicación tienen la capacidad para graduar la importancia de la información que se va a difundir, dándole un orden de prioridad para obtener mayor audiencia, mayor impacto y una determinada conciencia sobre la noticia. Del mismo modo, deciden qué temas excluir de la agenda.

Los medios de comunicación de masas tienen una gran influencia sobre el público al determinar qué historias poseen interés informativo y cuánto espacio e importancia se les da.

La teoría del establecimiento de la agenda dice que la agenda mediática, conformada por las noticias que difunden los medios informativos cotidianamente y a las que confieren mayor o menor relevancia, influye en la agenda del público.

La agenda de los medios, la agenda pública y la agenda política, están íntimamente relacionadas.

Herramientas y Base Metodológica

Para determinar los espacios publicitarios en los medios impresos de circulación diaria local se utilizaron las siguientes herramientas:

1. Análisis descriptivo de los medios impresos de circulación diaria local. Comprende parámetros tales como, tiraje, circulación, audiencia, cobertura, contenido editorial. Tabasco Hoy, El Criollo, Diario Presente, El Sol, Novedades de Tabasco, Milenio Tabasco, El Heraldo de Tabasco, La Verdad del Sureste, Diario Olmeca, Rumbo Nuevo, Diario Avance, Tabasco al Día, El Correo de Tabasco, Diario de la Tarde, ABC de la Tarde.
2. Muestreo aleatorio de Inserciones Publicitarias de 5 diarios del estado, de acuerdo al tiraje. Tabasco Hoy, Presente, Olmeca Diario, Milenio, Novedades.

3. Agenda Mediática. Seguimiento informativo de las portadas de los diarios Tabasco Hoy, Presente, La Verdad del Sureste, el Criollo y el Sol del Sureste.
4. Comparativo de tarifas comerciales de cintillos publicitarios horizontales.

Resultados

La posición veraz y objetiva que se pretende en un medio de información cuyo contenido cumpla los objetivos mediáticos de informar (la radio), mostrar (TV) y explicar (prensa), se ven subordinados a intereses mercadológicos que buscan tanto plusvalía económica como un posicionamiento de intereses representados por diferentes actores políticos.

Es decir, la función primordial de proponer, negociar, pactar y acordar, cae en un periodismo de réplica o contrarréplica, de demanda y contra demanda como si se estuviera en sólo dos bandos.

Hoy se vive una crisis económica mundial que afecta a las empresas periodísticas de nuestro país. Instituciones periodísticas, como Le Monde, de París, reciben un fuerte apoyo económico por parte del Estado; el emblema de la prensa estadounidense, The New York Times, El Corriere della Sera, en Italia, por mencionar algunos, se encuentran en una verdadera crisis que se ve aumentada por el avance de los diarios electrónicos.

La prensa tabasqueña y la nacional viven esta realidad, por ello la lucha por la supervivencia económica encuentra terreno fértil en la arena política. Ahí es donde los diarios participan en la lucha entre poderes fácticos: para obtener ganancias económicas.

El año previo a esta elección, el 2008, el mercado de los medios de comunicación impresos en Tabasco tuvo claras definiciones políticas. Una lucha por el poder público se gestó al interior de estas empresas al replantearse sus líneas editoriales.

En el seguimiento informativo que se realizó durante ese año se presentaron diferentes temas exponiendo sus puntos de vista encontrados de una misma noticia.

De la observancia de 127 portadas o primeras planas, como se le conoce en el lenguaje de medios, opiniones de la aplicación de una misma política pública. De este universo, 40 % (51 primeras planas o portadas) expusieron su visión crítica a las políticas públicas, en tanto que el 59.9 % (76 primeras planas o portadas) argumentaron las bondades de las políticas públicas.

Es evidente que este enfrentamiento mediático es el reflejo de una verdadera batalla al interior de nuestro estado, entre dos poderes fácticos.

Como muestra de esta lucha por el poder, la Agenda Mediática que se manejó en la prensa, fue concreta, con pocos tópicos, pero manejados con la intensidad y la importancia que estos diarios dieron a la agenda de los actores políticos.

Los resultados del muestreo aleatorio de inserciones publicitarias de los 5 principales diarios del Estado, colocaron en un primer lugar al diario Tabasco Hoy, como líder en ventas de espacios publicitarios, seguido muy de cerca por el Diario Presente. Los diarios de menor circulación, no cuentan con una cartera de clientes lo suficientemente completa para subsistir por ellos mismos, por lo que se deduce que el apoyo gubernamental es vital para sobrevivir y ser productivos. La misma tendencia se aplica en los demás rubros, circulación, cobertura, tarifas. Una incongruencia en el rubro de tarifas, nos la muestra Rumbo Nuevo, que mantiene una tarifa comercial incluso más alta que el diario Tabasco Hoy, a pesar de tener una menor circulación y bajo nivel de anunciantes.

Como se pudo observar en los diarios analizados no hay neutralidad ideológica; las opiniones que maneja cada diario tienen posiciones a favor o en contra. Las noticias están en función de las relaciones comerciales establecidas.

Conclusión

Con base en los datos arrojados en el resultado de este estudio se propone la distribución de las órdenes de inserción en los Medios Impresos de Circulación Diaria Local considerando su posición en el mercado de medios.

Independientemente del costo de las tarifas comerciales que manejan estas publicaciones, la distribución se realizó en base a un estudio, con el que se pretende cubrir la necesidades del Instituto, con objeto de ejercer el gasto asignado de una manera tal, que no deje lugar a dudas la posición del Instituto, recogiendo los valores de equidad e imparcialidad, que lo norman.



Instituto Electoral y de Participación Ciudadana de Tabasco

Análisis de las características de
Medios Impresos de Circulación Diaria
para la distribución de la inserción de
cintillos para el Proceso Electoral
Ordinario 2009



Análisis de características de Medios Impresos de Circulación Diaria Local para la distribución de la inserción de cintillos, para el Proceso Electoral Ordinario 2009.

Con motivo del Proceso Electoral, y atención a los Lineamientos Generales para la producción de materiales del Proyecto de Comunicación Institucional Proceso Electoral Ordinario 2009 "Promoción de la Participación Ciudadana y el Voto 2009" el cual contempla el diseño del Plan de Medios; se incluye un estudio de las características de los Medios Impresos de Circulación Diaria Local, como lo son número de páginas, tiraje, secciones, tarifa de cintillos, audiencia, cobertura e inserciones publicitarias comerciales; parámetros que fueron tomados como base para la distribución del mensaje institucional.

Dicho análisis muestra los rasgos particulares con los que cuenta cada diario observado y que harán llegar el mensaje institucional a nuestra audiencia, en este caso son todas aquellas personas de los sectores de población que cuentan con la mayor presencia en el listado nominal del IFE, estos son: Mujeres, Adultos Mayores y Jóvenes.

A continuación se presenta los resultados obtenidos de los 15 Medios Impresos de Circulación Diaria Local. Se establecieron rangos del 1 al 3; donde 3 es la calificación más alta, porque cubre con el parámetro establecido en el Plan Anual de Trabajo para el Proceso Electoral Ordinario 2009 de la Comisión de Radio y Televisión al contrario del 1, todas las características son rubros que nos interesan para que la imagen institucional este presente y consolidada en el territorio tabasqueño.

El cuadro muestra el análisis que se determinó para la distribución de inserciones del Proyecto de Plan de Medios 2009 en cuanto a los Medios Impresos de Circulación Diaria Local, los parámetros son el número de páginas, las inserciones publicitarias, tiraje y circulación, la audiencia a la que llegan y las tarifas comerciales que ofrecen al Instituto para publicitarse.

Durante la observación se pudo apreciar que existen diarios con mayor publicidad, audiencia y cobertura lo cuales significa que en sus precios comerciales publicitarios eleven por la cantidad de personas a las que llega, garantizando así a sus clientes efectividad en sus inserciones, lo que los hace más atractivo a la vista comercial.

Medios impresos de Circulación Diaria Local para la inserción del mensaje institucional

Medio	Paginas	Tiraje	Publicidad	Tarifas	Audiencia	Total
Diario Presente	3	3	3	2	3	14
Tabasco Hoy	3	3	3	1	3	13
El Sol del Sureste	2	3	2	3	3	13
El Criollo	1	3	2	3	3	12
Novedades de Tabasco	2	2	3	3	2	12
Milenio de Tabasco	3	1	3	3	2	12
El Heraldo de Tabasco	3	2	2	3	2	12
Diario Olmeca	2	1	3	3	2	11
La Verdad del Sureste	1	1	2	2	3	9
Rumbo Nuevo	3	1	2	1	2	9
Diario Avance	1	1	1	3	1	7
Tabasco al Día	1	1	1	3	1	7
El Correo de Tabasco	1	1	1	3	1	7
ABC de la Tarde	1	1	1	3	1	7
Diario de la Tarde	1	1	1	2	1	6

Las posiciones en que resultaron los diarios, representan la distribución del presupuesto que le corresponde al medio impreso.

Diario	Numero de Cintillos	Monto
Diario Presente	16 inserciones	\$128,800.00
Tabasco Hoy	9 inserciones	\$129,375.00
El Sol del Sureste	22 inserciones	\$126,500.00
El Criollo	36 inserciones	\$125,784.00
Novedades de Tabasco	86 inserciones	\$251,034.00
Milenio de Tabasco	48 inserciones	\$248,400.00
El Herald de Tabasco	40 inserciones	\$253,000.00
Diario Olmeca	38 inserciones	\$119,301.00
La Verdad del Sureste	14 inserciones	\$120,750.00
Rumbo Nuevo	7 inserciones	\$129,806.25
Diario Avance de Tabasco	25 inserciones	\$79,350.00
Tabasco al Día	70 inserciones	\$80,500.00
El Correo de Tabasco	31 inserciones	\$80,212.50
ABC de la Tarde	23 inserciones	\$79,350.00
Diario de la Tarde	11 inserciones	\$79,062.50
Total:	476 inserciones	\$2,031,225.25

Para la distribución se desarrollaron estudios por separados de las características que se necesitan para desarrollar con éxito la "Promoción de la Participación Ciudadana y el Voto Libre, Secreto, Universal, Directo, Personal e Intransferible 2009" en nuestros tres grupos que cuentan con la mayor presencia en los listados nominales, sin dejar a un lado a los que no cuentan con la participación que se desea.

Características de Medios Impresos de Circulación Diaria Local

Medio	Formato	Páginas	Tiraje	Audiencia	Circulación
El Herald de Tabasco	Tabloide	72	18,650	Clase media y alta, estudiantes universitarios.	Estado de Tabasco y norte de Chiapas
Milenio de Tabasco	Tabloide	70-76	15,250	Universitarios, profesionistas y ejecutivos.	Estado de Tabasco, Cd del Carmen, Campeche.
Tabasco Hoy	Tabloide	52-68	49,923	Todas las clases sociales	Estado de Tabasco, Sur de Veracruz, norte de Chiapas y Plazas principales de Campeche.
Rumbo Nuevo	Tabloide a color	52-80	4,500	Clase media y alta	Todo el Estado de Tabasco, Palizada, Campeche y Reforma, Chiapas.
Diario Novedades	Gran Formato a color	44-48	29,100	Clase media y alta	Estado de Tabasco, Palenque, norte de Chiapas, Cd del Carmen, Campeche y sur de Veracruz.
Diario Presente	Gran Formato y Tabloide	40-75	35,000	Clase alta, media alta, zona urbana y comercial.	Estado de Tabasco, Coatzacoalcos, Minatitlán, Veracruz; Cd del Carmen, Campeche; Reforma, Palenque, Chiapas.
Diario Olmeca	Tabloide	40	10,000	Familiar, empresarial, político, Clase media y alta.	Estado de Tabasco
El Sol del Sureste	Tabloide	32	40,000	Clase media y baja.	Estado de Tabasco, Reforma y Palenque, Chiapas
El Correo de Tabasco	Tabloide	32	5,000	Clase media	Villahermosa, Cárdenas, Cunduacán, Comalcalco, Paraíso
Diario de la Tarde	Tabloide	32	7,500	Todos los estratos sociales	Todo el Estado de Tabasco
El Criollo	Tabloide	28	38,000	Clase media y baja	Estado de Tabasco, Chiapas (Reforma, Juárez, Palenque y Tuxtla Gutiérrez) Campeche (Palizada, Cd. Del Carmen)
Tabasco al Día	Tabloide	24	3,000	Clase media y baja	Villahermosa, Cárdenas, Comalcalco, Cunduacán y Paraíso
ABC de la Tarde	Tabloide	16	3,000	Clase media	Zona Centro, Sierra y Chontalpa
La Verdad del Sureste	Tabloide	16	10,500	Popular, clase media e intelectual.	Estado de Tabasco, Chiapas (Palenque, reforma y Pichucalco) y Campeche.
Diario Avance de Tabasco	Tabloide	12-24	10,000	Estudiantes, iniciativa privada, sector público.	Estado de Tabasco, y Norte de Chiapas (Reforma, Juárez, Pichucalco.)

En base, a cálculos estadístico y aplicando fórmulas se agruparon las características de los medios impresos.

Ordeñación de datos: es una colocación de los datos numéricos tomados en orden creciente a decreciente de magnitud. La diferencia entre el mayor y el menor de los números se llama rango o recorrido de datos.

Cálculo de tamaño de clase: para calcular el tamaño de clase es necesario calcular primeramente el número de clases utilizando la regla de Sturges y después se obtiene el tamaño de clase dividiendo el rango entre el número de clases.

*No. De clases (Regla de Sturges): $1 + 3.332 \log N$

*Tamaño de clase = $\text{Rango} / \text{No. De clases}$

Límites de clase: representan el tamaño de cada clase. El límite inferior de la primer clase toma el valor de el dato menor de la colección de datos, para obtener el límite inferior de la clase siguiente, se suma al límite inferior de la clase anterior el tamaño de clase.

Estableciendo los rangos generados, se calificaron a los medios impresos de la siguiente manera:

En base a número de páginas

Rango	Medio	Puntaje
58-80 páginas	Tabasco Hoy Diario Presente El Heraldo de Tabasco Milenio de Tabasco Rumbo nuevo	3
35 - 57 páginas	El Sol del Sureste Diario Novedades Diario Olmeca	2
12 - 34 páginas	El Criollo La Verdad del Sureste Diario Avance Tabasco al Día El Correo de Tabasco Diario de la Tarde ABC de la Tarde	1

En base a la circulación y el tiraje

El cuadro presenta el número de impresiones que se distribuyen en el estado de Tabasco, lo que representa el número de personas que leen el diario, sin tener en cuenta que otras persona también lo leen sin comprarlo, lo que marca la cobertura que posee el medio y la cantidad de personas a las que llega.

Lo que indica que a mayor tiraje mayor audiencia, además indica el posicionamiento que tiene el diario en el mercado.

Rango	Medio	Puntaje
Entre 34,000-50,000 ejemplares	Tabasco Hoy El Sol del Sureste El Criollo Diario Presente	3
Entre 18,640 – 34,281 ejemplares	Novedades de Tabasco El Heraldo	2
Entre 3,000 -18,639 ejemplares	Milenio de Tabasco La Verdad del Sureste Diario Olmeca Diario de la Tarde El Correo de Tabasco Rumbo Nuevo ABC de la Tarde Tabasco al Día Diario Avance	1

En base a la agenda temática

De acuerdo a la temática política que manejaron los medios impresos durante el 2008 se agruparon en clases que informan las tendencias que muestran estos con respecto a las políticas públicas. Realizando un equilibrio para observar la postura de estos medios, en cuanto a sus publicaciones en contra y en pro de la política pública que se divulga en nuestro estado, teniendo en cuenta lo siguiente:

- A Totalmente a favor de las políticas públicas
- B Con tendencias a favor de las políticas públicas
- C Ni a favor ni en contra de las políticas públicas
- D Con tendencias en contra de las políticas públicas



A

B

C

D

- Diario Presente
- Novedades de Tabasco
- Correo de Tabasco
- Diario de la Tarde
- Tabasco al día
- ABC de la tarde
- Diario Avance

- El Criollo
- El Sol del Sureste
- El Heraldo de Tabasco
- Milenio de Tabasco
- Diario olmeca

- La Verdad del Sureste
- Tabasco Hoy



La tabla muestra la postura de los medios impresos de circulación diaria local de acuerdo a las inserciones gubernamentales, portadas y/o notas informativas que se encuentran en el contenido de sus publicaciones.

Se considera un medio impreso a favor de las políticas públicas, aquellos que cuentan con un mayor número de inserciones gubernamentales, así como información compatible con las políticas públicas en la portada y en notas informativas; en contraste, aquellos medios impresos que no cuentan con inserciones gubernamentales, presentan portadas y notas informativas incompatibles con las políticas públicas se consideran como en contra.

Sin importar la postura que los medios impresos de circulación diaria local presentan en sus publicaciones, el Instituto Electoral y de Participación Ciudadana de Tabasco siguiendo con los lineamientos y principios rectores de certeza, legalidad, independencia, imparcialidad y objetividad; los tomará en cuenta para la distribución de inserciones publicitarias, ya que la información que se divulgará no presenta ningún tipo de idealismos políticos.

En base a tarifas

Rango	Medio	Puntaje
Entre \$1,148 - \$ 6,948	El Heraldo de Tabasco El Sol del Sureste Milenio de Tabasco El Criollo ABC de la Tarde Diario Avance Diario Olmeca Novedades de Tabasco El Correo de Tabasco Tabasco al Día	3
Entre \$6,949 - \$12,749	La Verdad del Sureste Diario Presente Diario de la Tarde	2
Entre \$12,750 - \$18,550	Rumbo Nuevo Tabasco Hoy	1

Lo cual significa que cuando un diario posee mayor cantidad de inserciones publicitarias indica que existe una mayor audiencia.

(Muestreo realizado en los meses de mayo, junio y julio de 2008)

Medio	Numero de Inserciones comerciales
Tabasco Hoy	757
Diario Presente	661
Olmeca Diario	520
Milenio	280
Novedades	231





Instituto Electoral y de Participación Ciudadana de Tabasco

Calendario de Inserciones de Medios Impresos de Circulación Diaria Local





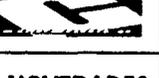
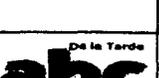
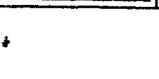
INSTITUTO ELECTORAL Y DE PARTICIPACIÓN CIUDADANA DE TABASCO
DEPARTAMENTO DE COMUNICACIÓN

Medios Impresos

Medio	Lunes	Martés	Miércoles	Jueves	Viernes	Sábado	Domingo
Mes: Julio	6	7	8	9	10	11	12
		cintillo					
	cintillo						
	cintillo						
	Cintillo	Cintillo			Cintillo	Cintillo	
				cintillo			cintillo
			cintillo				
				cintillo		cintillo	
			cintillo				
			cintillo				
		cintillo					
	cintillo		cintillo	cintillo	cintillo		cintillo
						cintillo	
		cintillo					

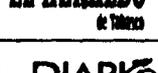
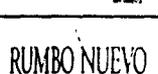
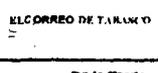
[Handwritten signature and stamp]

Medios Impresos

Medio	Lunes	Martes	Miércoles	Jueves	Viernes	Sábado	Domingo
Mes: Julio .	13	14	15	16	17	18	19
						cintillo	
							
				cintillo			
					cintillo		
	Cintillo			Cintillo		Cintillo	
		cintillo					cintillo
						cintillo	
				cintillo			
	cintillo						
							
				cintillo			
	cintillo		cintillo		cintillo		cintillo
						cintillo	
					cintillo		
		cintillo					

ELECTORAL Y (ADANA DE)

Medios Impresos

Medio	Lunes	Martes	Miércoles	Jueves	Viernes	Sábado	Domingo
Mes: Julio	20	21	22	23	24	25	26
						cintillo	
							
		cintillo					
				cintillo			
	Cintillo	Cintillo			Cintillo	Cintillo	
				cintillo		cintillo	
			cintillo				cintillo
					cintillo		
	cintillo						
							
			cintillo				
	cintillo		cintillo	cintillo	cintillo		cintillo
						cintillo	
		cintillo					
							

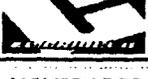
X

SECRETARÍA DE ECONOMÍA
ESTADO DE TABASCO

Medios Impresos

Medio	Lunes	Martes	Miercoles	Jueves	Viernes	Sábado	Domingo
Mes: Julio/Agosto	27	28	29	30	31	1	2
			cintillo				
					cintillo		
	Cintillo		Cintillo		Cintillo		Cintillo
			cintillo				cintillo
	cintillo					cintillo	
		cintillo					
				cintillo			
				cintillo			
	cintillo		cintillo		cintillo	cintillo	cintillo
					cintillo		
			cintillo				

SECRETARÍA DE ECONOMÍA
SECRETARÍA DE FISCALÍA Y DE POLÍTICA

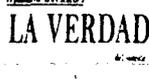
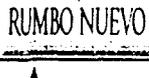
Medio	Lunes	Martes	Miércoles	Jueves	Viernes	Sábado	Domingo
Mes: Agosto	3	4	5	6	7	8	9
			cintillo				
							
		cintillo					
					cintillo		
NOVEDADES <small>Revista de Actualidad y Opinión</small>	Cintillo		Cintillo		Cintillo	Cintillo	Cintillo
MILENIO DIARIO DE TABASCO		cintillo		cintillo			
EL HERALDO de Tabasco				cintillo		cintillo	
DIARIS OLMECA						cintillo	
<small>Revista de Actualidad</small> LA VERDAD <small>de Tabasco</small>					cintillo		
RUMBO NUEVO							
Avance TABASCO		cintillo					
	cintillo		cintillo		cintillo		cintillo
EL CORREO DE TABASCO					cintillo		
<small>De la Tarde</small> abc <small>Revista de Actualidad y Opinión</small>						cintillo	
<small>de la</small> TARDE				cintillo			

Medios Impresos

Medio	Lunes	Martes	Miercoles	Jueves	Viernes	Sábado	Domingo
Mes: Agosto	10	11	12	13	14	15	16
			cintillo				
	Cintillo		Cintillo		Cintillo	Cintillo	
	cintillo			cintillo		cintillo	
		cintillo					cintillo
				cintillo			
				cintillo			
	cintillo	cintillo	cintillo		cintillo		cintillo
				cintillo			
					cintillo		

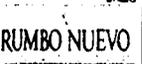
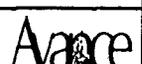
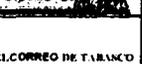
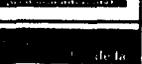
[Handwritten signature]

ELECTORAL
ADANA D

Medio	Lunes	Martes	Miercoles	Jueves	Viernes	Sábado	Domingo
Mes: Agosto	17	18	19	20	21	22	23
							
							
	cintillo						
		cintillo		cintillo			
	Cintillo		Cintillo		Cintillo	Cintillo	Cintillo
	cintillo		cintillo			cintillo	
			cintillo			cintillo	cintillo
		cintillo					
							
							
							
	cintillo		cintillo		cintillo		cintillo
		cintillo				cintillo	
				cintillo			
							

CC/DRA
CC/NA

Medios Impresos

Medio	Lunes	Martes	Miércoles	Jueves	Viernes	Sábado	Domingo
Mes: Agosto	24	25	26	27	28	29	30
	cintillo						
							
		cintillo			cintillo		
	cintillo			cintillo		cintillo	
	Cintillo	Cintillo	Cintillo	Cintillo	Cintillo	Cintillo	Cintillo
		cintillo			cintillo		
	cintillo		cintillo			cintillo	
							
						cintillo	
							
		cintillo					
	cintillo		cintillo		cintillo		cintillo
		cintillo			cintillo		
			cintillo			cintillo	
							

COMISIÓN ELECTORAL Y DE
CIUDADANA DE TABASCO

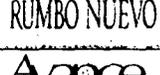
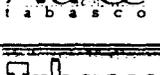
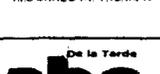
medios impresos

Medio	Lunes	Martes	Miercoles	Jueves	Viernes	Sábado	Domingo
Mes: Agosto-Septiembre	31	1	2	3	4	5	6
	cintillo						
						cintillo	
		cintillo					
	cintillo		cintillo		cintillo		
NOVEDADES <small>de Tabasco</small>		Cintillo	Cintillo	Cintillo	Cintillo	Cintillo	Cintillo
MILENIO DIARIO DE TABASCO	cintillo				cintillo		cintillo
EL HERALDO de Tabasco		cintillo		cintillo	cintillo		cintillo
DIARIO OLMECA							
<small>Diario de la Verdad</small> LA VERDAD <small>del norte</small>			cintillo				
RUMBO NUEVO				cintillo			
Avance tabasco				cintillo		cintillo	
Tabasco	cintillo		cintillo		cintillo		cintillo
EL CORREO DE TABASCO		cintillo				cintillo	
<small>De la Tarde</small> abc <small>(un diario diferente)</small>					cintillo		
Diario de la TARDE		cintillo					

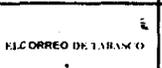
(Handwritten mark)

(Handwritten mark)
GENERAL Y DE

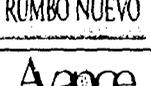
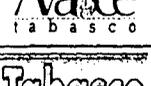
Medios Impresos

Medio	Lunes	Martes	Miercoles	Jueves	Viernes	Sábado	Domingo
Mes: Septiembre	7	8	9	10	11	12	13
		cintillo					
	cintillo						
	cintillo				cintillo		
	cintillo	cintillo		cintillo		cintillo	
	Cintillo	Cintillo	Cintillo	Cintillo	Cintillo	Cintillo	Cintillo
		cintillo		cintillo	cintillo		cintillo
			cintillo		cintillo		cintillo
			cintillo	cintillo		cintillo	
	cintillo						
							
		cintillo		cintillo		cintillo	
	cintillo		cintillo		cintillo		cintillo
	cintillo		cintillo			cintillo	
			cintillo				
							

ELECTORAL Y DE PARTICIPACIÓN CÍVIL DEL ESTADO DE TABASCO

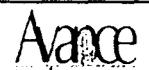
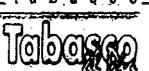
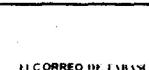
Medio	Lunes	Martes	Miercoles	Jueves	Viernes	Sábado	Domingo
Mes: Septiembre	14	15	16	17	18	19	20
			cintillo				
		cintillo					
		cintillo			cintillo		
	cintillo		cintillo		cintillo	cintillo	
	Cintillo	Cintillo	Cintillo	Cintillo	Cintillo	Cintillo	Cintillo
		cintillo	cintillo	cintillo			cintillo
				cintillo			cintillo
		cintillo		cintillo		cintillo	
	cintillo						
							
	cintillo			cintillo		cintillo	
	cintillo		cintillo	cintillo	cintillo		cintillo
	cintillo			cintillo		cintillo	
		cintillo		cintillo			
			cintillo				

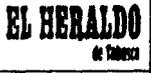
Handwritten signature
TORAL Y

Medio	Lunes	Martes	Miercoles	Jueves	Viernes	Sábado	Domingo
Mes: Septiembre	21	22	23	24	25	26	27
	cintillo						cintillo
				cintillo			
				cintillo		cintillo	
	cintillo		cintillo		cintillo	cintillo	
	Cintillo	Cintillo	Cintillo	Cintillo	Cintillo	Cintillo	Cintillo
	cintillo		cintillo	cintillo		cintillo	
		cintillo		cintillo		cintillo	
		cintillo			cintillo		
				cintillo			
							
	cintillo		cintillo		cintillo		
	cintillo	cintillo	cintillo		cintillo		cintillo
	cintillo		cintillo		cintillo		
		cintillo			cintillo		
				cintillo			

TO ELECTORAL
 UPADANA DI

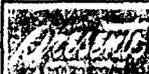
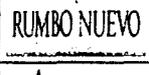
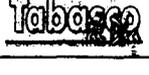
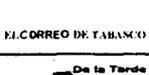
medios impresos

Medio	Lunes	Martes	Miercoles	Jueves	Viernes	Sábado	Domingo
Mes: Septiembre/Octubre	28	29	30	1	2	3	4
			cintillo				
	Cintillo			Cintillo			
			cintillo			cintillo	
			cintillo		cintillo	cintillo	
	Cintillo	Cintillo	Cintillo	Cintillo	Cintillo	Cintillo	Cintillo
		cintillo	cintillo		cintillo		cintillo
	cintillo		cintillo	cintillo		cintillo	
	cintillo	cintillo		cintillo			
					cintillo		
				cintillo			
		cintillo				cintillo	
	cintillo	cintillo	cintillo		cintillo		cintillo
	cintillo		cintillo		cintillo		
		cintillo		cintillo			
			cintillo				

Medio	Lunes	Martes	Miercoles	Jueves	Viernes	Sábado	Domingo
Mes: Octubre	5	6	7	8	9	10	11
	cintillo					cintillo	
	Cintillo						cintillo
			cintillo			cintillo	
		cintillo		cintillo		cintillo	
	Cintillo	Cintillo	Cintillo	Cintillo	Cintillo	Cintillo	Cintillo
	cintillo	cintillo		cintillo		cintillo	
	cintillo		cintillo			cintillo	
		cintillo			cintillo		
						cintillo	
							
		cintillo			cintillo		
	cintillo		cintillo	cintillo	cintillo		cintillo
	cintillo		cintillo		cintillo		
	cintillo					cintillo	
		cintillo		cintillo			

ITO ELECTORA
UDADANA

medios impresos

Medio	Lunes	Martes	Miércoles	Jueves	Viernes	Sábado	Domingo
Mes: Octubre	12	13	14	15	16	17	18
	cintillo						cintillo
				cintillo			cintillo
	cintillo						
	cintillo		cintillo			cintillo	
	Cintillo	Cintillo	Cintillo	Cintillo	Cintillo	Cintillo	Cintillo
		cintillo	cintillo		cintillo	cintillo	cintillo
	cintillo			cintillo	cintillo		cintillo
	cintillo			cintillo			cintillo
		cintillo		cintillo			
						cintillo	
			cintillo			cintillo	
	cintillo	cintillo		cintillo	cintillo		cintillo
	cintillo		cintillo		cintillo		
	cintillo	cintillo			cintillo		
				cintillo	cintillo		

Medio	Lunes	Martes	Miércoles	Jueves	Viernes	Sábado	Domingo
Mes: Octubre	19	20	21				
	cintillo						
	cintillo						
							
		cintillo					
NOVEDADES	Cintillo		Cintillo				
MILENIO DIARIO DE TABASCO		cintillo	cintillo				
EL HERALDO de Tabasco		cintillo					
DIARIS OLMECA			cintillo				
LA VERDAD	cintillo						
RUMBO NUEVO		cintillo					
Avance TABASCO			cintillo				
Tabasco	cintillo		cintillo				
EL CORREO DE TABASCO		cintillo					
De la Tarde abc			cintillo				
de la TARDE	cintillo						

(Handwritten mark)

TO ELECTORAL Y DE
CIUDADANA DE TAB



Instituto Electoral y de Participación Ciudadana de Tabasco

Proyecto de Plan de Medios Grupales y Medios Personales 2009



Medios Grupales y Medios Personales

Introducción

En atención a los Lineamientos Generales para la producción de materiales del Proyecto de Comunicación Institucional para el Proceso Electoral Ordinario 2009, "Promoción de la Participación Ciudadana y el Voto Libre, Secreto, Universal, Directo, Personal e Intransferible 2009", contempla el uso de Medios Grupales y Medios Personales de difusión para garantizar la cobertura amplia de la campaña publicitaria a su audiencia, por tanto, se propone el uso de los Medios Grupales y Personales a utilizar en una campaña publicitaria es una decisión de suma importancia que repercute directamente en los resultados que se obtienen con ella.

Objetivo General

Determinar en qué medios de comunicación Grupales y Personales, se insertarán los espacios audiovisuales en el Lineamiento General Lineamientos Generales para la producción de materiales del Proyecto de Comunicación del Instituto Electoral y de Participación Ciudadana de Tabasco para el Proceso Electoral Ordinario 2009 denominado "Promoción de la Participación Ciudadana y del Voto Libre, Secreto, Universal, Directo, Personal e Intransferible 2009" para la difusión del mensaje del Instituto rumbo al Proceso Electoral Ordinario 2009.

Objetivos particulares

- Conocer el mercado de medios de comunicación, Grupales y Personales, que existen en el Estado de Tabasco, sus tarifas y precios.
- Establecer la programación y rol de inserciones para la campaña publicitaria del proceso ordinario 2009.
- Establecer la Ruta Crítica, Cronograma.
- Determinar los productos que se utilizarán en esta campaña. Proceso de Selección de los proveedores.
- Establecer las herramientas que se utilizarán para realizar el seguimiento y supervisión del programa.
- Establecer el criterio de selección de proveedores.

Los Medios Grupales y Personales que se utilizarán son los siguientes:

- Perifoneo
- Spot en Cine
- Espectaculares
- Parabuses
- Lonas y Vallas Móviles
- Pantallas Electrónicas
- Flyers
- Estructura Prisma
- Half Banner

¿Por qué utilizar medios Grupales y Personales?

Los Medios Grupales y Personales ofrecen varias ventajas sobre los medios tradicionales entre las que encontramos gran accesibilidad, mayor alcance, frecuencia, flexibilidad geográfica, flexibilidad demográfica, menor costo, flexibilidad creativa, ubicación y mayor impacto, llegando a ser casi perfectos.

Existen varios medios que se han beneficiado considerablemente gracias a este tipo de publicidad en donde encontramos a la televisión por cable, televisión por satélite, la publicidad exterior, vallas, publicidad en tránsito, espectaculares móviles, letreros electrónicos y tableros de exhibición, parquímetros y teléfonos públicos, medios de exhibición, empaques de producto, stands y exhibidores en exposiciones industriales, publicidad de promocionales, directorios y sección comercial del directorio telefónico y medios emergentes como: videocintas, publicidad en salas cinematográficas, colocación de producto y cajero automático.

La publicidad exterior es uno de los medios más explotados en la actualidad encontramos más de 30 tipos de anuncios, y sabemos que generan ingresos aproximadamente de 3 700 millones de dólares por año, además de contar con la gran ventaja de transmitir el mensaje las 24 horas del día, siete días a la semana, día y noche y sin ninguna interrupción.

Este tipo de publicidad tiene varias ramas entre las que encontramos: La publicidad en tránsito se encuentra dentro de la categoría de medios exteriores y abarca lo que se realiza en taxis, carteles en las paradas, terminales y metros. Este tipo de publicidad es adecuada para llegar a los consumidores urbanos de ingresos medianos y bajos. Dentro de esta publicidad también encontramos una división:

- **Espectaculares:** Grandes letreros electrónicos que incorporan movimiento, color y gráficas intermitentes.
- **Paradas de autobuses:** Está llega a todos los consumidores que estén en el aire libre.
- **Espectaculares móviles:** Son una combinación entre los espectaculares tradicionales y la publicidad en tránsito.
- **Letreros electrónicos:** Su función es la de transmitir mensajes comerciales en las tienda que es en donde el público los ve.
- **Publicidad en salas cinematográficas:** En la cual el 77% de los espectadores recuerdan el anuncio al día siguiente en comparación al 20% de los anuncios en televisión.

Los Medios Grupales y Personales son considerados el futuro de la publicidad ya que han demostrado causar una mayor impacto y destreza para llegar a un público objetivo mayor al que llegan los medios tradicionales, ya que se combinan estrategias *offline* y *online* las cuales cumplen de manera directa con los objetivos, convirtiendo a los clientes en embajadores de marca. Además de reforzar y mejorar el branding, permitiendo un marketing directo de forma original, y logrando una mayor fidelidad por parte del consumidor.

Sus ventajas son: Flexibilidad alta; exposición repetida; bajo costo; baja competencia de mensajes; buena selectividad por localización. Algunas de sus desventajas son: No selectivo en cuanto a edad, sexo y nivel socioeconómico.



Instituto Electoral y de Participación Ciudadana de Tabasco

Propuesta de Presupuesto de Medios Grupales y Medios Personales




INSTITUTO ELECTORAL Y DE PARTICIPACIÓN CIUDADANA DE TABASCO
DEPARTAMENTO DE COMUNICACIÓN
MEDIOS GRUPALES Y PERSONALES (PROPUESTA)

Perifoneo en Villahermosa, Mercados		105 días por spots diarios por 4 mercados	Mercados: Pino Suárez, Tamulté, Atasta y Gaviotas	\$19,320.00
Perifoneo en Municipios	Jpublicidad Comunicación en Movimiento	34 días por 6 horas diarias	Municipios 2 días por semana	\$28,152.00
Pantalla Electrónica	ETV	480 spots diarios durante 1 mes	* Malecón y 27 de febrero * pantalla en Paseo Tabasco y Ruíz Cortines * Pagés Llargo y Méndez	\$93,840.00
Spots en cines	Grupo Cuatro	4 semanas	MMCinemas Cárdenas	\$133,630.00
	CIE Comercial	12 salas 6 semanas	Cinepolis Las Américas	\$331,200.00
		19 salas 6 semanas	Cinepolis Villahermosa	\$524,400.00
Parabuses	Grupo Imán	60 caras por 4 catorcenas	Paradas de autobuses en Villahermosa	\$800,400.00
Banner		1.60m. * 0.60 m	100 lonas	\$47,093.00
Lona Front		2m * 3m	100 lonas Universidades	\$34,500.00
Half Banner Box ad Login	Prodigy MSN	2 meses 10 millones de impactos	Messenger y Hotmail	\$514,280.00

E s p e c t a c u l a r e s	IFC	Medidas 7.2 * 7.2	Carr. Huimanguillo-Cárdenas Km	\$34,535.88
		Medidas 7.2 * 7.2 mts.	Carlos Ramos 274 col. Centro Teapa	\$34,535.88
		Medidas 7.2 * 7.2 mts.	Calle Principal Macuspana Eda. A Buergos	\$71,565.88
		Medidas 7.2 * 7.2	carr. Vecinal Comalcalco-Paraíso	\$89,022.88
		Medidas 6 * 12.81 mts.	Av. Universidad 371 Col. El Recreo	\$50,195.43
		4.27 * 14.63 mts.	Carr. Cárdenas-Villahermosa Km. 161 + 700 Loma de Caballo	\$43,552.11
		4.27 * 12.81 mts.	Periferico Carlos Pellicer s/n Col. Carrizal	\$42,479.67
		7 * 12.81 mts.	Paseo Usumacinta a 50 mts de Gasolinera. Col. Guayabal	\$75,250.71
		4.27 * 12.81 mts.	Av. Gregorio Méndez 3811 B Col. Tamulté	\$58,897.34
		Medidas 4.27 * 14.63 mts.	Carr. Villahermosa-Frontera Km. 6 + 700	\$43,552.11
	Vendor.	Medidas 4.27 * 15 mts.	Carr. Macuspana-Villahermosa Km. 9+800 Col. Dos Montes	\$43,770.15
		Medidas 4.27 * 2.81	Carr. E. Zapata - Tenosique Km 1 col. Zona Centro	\$29,351.22
		Medidas 4 * 12 mts.	Bld. Adolfo Ruíz Cortinez 501 Col. Casa Blanca	\$53,199.00
		Medidas 4.27 * 12.81 mts.	Carr. Nacajuca-Jalpa	\$29,351.22
		Medida 4.27 * 12.81	CUANDUACAN-VIA CORTA A VHS.A. (DEPORTIVA)	\$27,109.92
Sonido Nocturno	Grupo Muvit	26 días. Lona Back 2.40 * 3.70 m. imantado	Villahermosa	\$38,007.50
Total:				\$3,291,191.90





Instituto Electoral y de Participación Ciudadana de Tabasco

Proyecto de Plan de Medios 2009:

- Medios Impresos
- Medios Grupales
- Medios Personales



Monto total de Inserciones Publicitarias

Medio	Monto
Inserciones de Medios Impresos (476 inserciones de cintillos)	\$2,031,225.25
Medios Grupales y Personales	\$3,291,191.90
Total	\$5,322,417.15





Instituto Electoral y de Participación Ciudadana de Tabasco

Anexos





Instituto Electoral y de Participación Ciudadana de Tabasco

Descripción de Medios Impresos de
Circulación Diaria Local



Características Generales**Contenido**

- I. **Tabasco Hoy**
- II. **El Criollo**
- III. **Diario Presente**
- IV. **El Sol del Sureste**
- V. **Novedades de Tabasco**
- VI. **Milenio Tabasco**
- VII. **El Heraldo de Tabasco**
- VIII. **La Verdad del Sureste**
- IX. **Diario Olmeca**
- X. **Rumbo Nuevo**
- XI. **Diario Avance de Tabasco**
- XII. **Tabasco al Día**
- XIII. **El Correo de Tabasco**
- XIV. **Diario de la Tarde**
- XV. **ABC de la Tarde**



Medios Impresos de Circulación Diaria Local**I. Tabasco Hoy****Ficha Técnica****Director:** Miguel Cantón Zetina**Formato:** Tabloide**Periodicidad:** Diaria**Número de páginas:** Entre 52-68 páginas**Página web:** www.tabascohoy.com.mx**Secciones**

1. De Entrada
2. De Portada
3. Política
4. Ciudad
5. Centro
6. El País
7. Ombudsman
8. Análisis
9. Aeropuerto
10. Municipios
11. Justicia
12. Dinero
13. Clasificados de Hoy
14. Mundo
15. Deportes
16. Espectáculos
17. Entretenimiento
18. Expresión

Suplementos

1. Élite
2. Vida y Salud

Columnas Locales

Esquina Neutral: Editorial

Política de Hoy: Samuel Cantón Zetina

Doble Filo: Homero T. Calderón



Cuarto Poder: José Saúl Pérez Galicia
Cáscara Amarga: Laureano Naranjo Cobián
Nauyaca: Juan Urcola

Transición Política: Pepe Zurita
Opinión: Francisco Peralta Burelo
Opinión: Sergio Antonio Reyes Ramos

Opinión: Jorge Lamoyi
Opinión: Víctor Manuel Barceló
Línea Económica: Javier Lagunas C.

Inventario: Ariel Lemarroy

En elecciones abren sus páginas a Líderes de Opinión de diversas tendencias políticas. También abren un espacio considerable a las elecciones federales y locales (Vota Libre), y la caricatura política "La Mapachera de Quevedo")

Columnas Nacionales

Astillero: Julio Hernández López. Periódico La Jornada
Indicador Político: Carlos Ramírez. Periódico El Financiero
Estrictamente Personal: Raymundo Rivapalacio. Periódico El Universal.
Historias de Reportero: Carlos Loret De Mola
Itinerario Político: Ricardo Alemán
Serpientes y Escaleras: Salvador García Soto. El Universal
Empresa: Alberto Barranco Chavarría

Y diversas opiniones de diversos actores y analistas nacionales de tendencia liberal.

Columnistas

- Samuel Cantón Zetina. Política de Hoy
- Homero T. Calderón. Doble Filo
- José Saúl Pérez Galicia. Cuarto Poder
- Laureano Naranjo Cobián. Cáscara Amarga
- Juan Urcola. Nauyaca
- Pepe Zurita. Transición Política
- Francisco Peralta Burelo. Opinión
- Jorge Lamoyi. Opinión
- Víctor Manuel Barceló. Opinión

Editorial

La posición editorial del diario generalmente emite críticas hacia programas y personajes de la política pública.

Información que destaca el diario

El periódico *Tabasco Hoy* combina en sus primeras planas la publicación de información nacional y local.

Utiliza siempre la página tres para ampliar la información de primera plana, misma que contiene "Esquina Neutral" cintillo superior que expresa su posición editorial.

En su contraportada, privilegia el impacto visual sobre temas de espectáculo, violencia o entretenimiento.

Sus titulares y sumarios son impactantes a la vista del lector.

Géneros periodísticos

Emplea como fundamento de su contenido la nota informativa para reflejar los acontecimientos locales, regionales y nacionales.

Incluye la entrevista, el reportaje y los artículos.

Debe destacarse que utilizan el periodismo de investigación, además de otros complementos informativos como el fotorreportaje y las infografías.

Asimismo, el periódico marca su propia agenda informativa incluyendo temas distintos a los de la agenda informativa local, sin dejar de abordar los sucesos de interés diario.

Publicidad

Es posible que el periódico sea sustentable en términos de ventas, ya que tiene marcada una clara estrategia comercial que incluye publicidad empresarial e institucional que genera un gran dinamismo en las ediciones diarias. Es líder en ventas de espacios publicitarios en Tabasco.

Las secciones informativas permanentes del diario contienen entre 52 y 68 páginas diarias, que sumadas a los suplementos permanentes y eventuales que intercala durante la semana, de las que un 30 por ciento, aproximadamente, están puestas a la venta de publicidad comercial.

Página web

www.tabascohoy.com

Permite el acceso gratuito a la generalidad de la información y cuenta con hemeroteca que concede acceso a ediciones pasadas.

La edición on-line se actualiza durante el día.

II. El Criollo



Ficha Técnica

Director: Ysidro Morales Montejo

Formato: Tabloide

Periodicidad: Diaria

Número de Páginas: 28

Es una extensión del diario Tabasco Hoy, su perfiles de nota roja y espectáculos. No hay secciones definidas. No hay contenido editorial.

III. Diario Presente



Ficha Técnica

Subdirector General: Carlos A. Pineda Calcáneo

Formato: Combinación de gran formato y tabloide

Periodicidad: Diaria

Número de páginas: Entre 40 y 75

Página web: www.diariopresente.com.mx

Secciones

1. Las Últimas Noticias
2. Municipios
3. Nacional
4. Política
5. Opinión
6. Capitales
7. Mundo
8. Policía
9. Al Cierre
10. Resumen
11. Clasificados
12. Pasión Deportiva
13. Vé (Sociales, espectáculos y cultura)
14. Fama

En época de elecciones locales difunde profusamente las actividades electorales de diferentes tendencias políticas y abre un espacio especial "La Gran Elección").

Suplementos

1. Magazine
2. Dominicales punto por punto

Editorial

El diario fija su postura sobre el tema de mayor actualidad e interés, ya sea local o nacional.

Columnas Locales

Escala Crítica: Víctor M. Sámano
De Alto Nivel: Antonio Caraveo Maldonado
Real Politik: Ignacio Rodríguez Ceballos (Ignacio Rodríguez Castro)
Cosa Pública: Víctor Manuel Acosta
Caña Brava: Rodolfo González
Fax Privado: Mario Ibarra Lizárraga
Tizón Petrolero: Francisco Alfaro Ruiz
Hombre Político: Miguel Pérez Morales
Observatorio Global: Humberto Hernández
Tabscoob: El Emperador
Opinión: Jorge Sáenz Jurado
Opinión: José Rodríguez Castro
Y otros periodistas y analistas locales de tendencia oficial.

Columnas Nacionales

Jaque Mate: Sergio Sarmiento
En Privado: Joaquín López Dóriga
Campos Elíseos: Katia D'Artigues
¿Cómo Dijo?: Ricardo Espinosa
De Política y Cosas Peores: Catón
Opinión: Juan Francisco Escobedo
Opinión: Leopoldo Mendivil
Otros líderes de opinión y columnistas nacionales.

Información que destaca el diario

El periódico *Presente* generalmente destaca información de interés estatal con la presencia de actores y sucesos políticos de carácter local, nacional y mundial. La contraportada de la parte principal (la de gran formato) del diario utiliza su espacio como plana completa para publicidad, reportajes e información.

Sus titulares y sumarios abordan temas de interés general, de coyuntura local y nacional que muestran imágenes y contenidos muy diversos, mezclando actores políticos y sociales múltiples.

Géneros periodísticos

Emplea como fundamento de su contenido la nota informativa para reflejar los acontecimientos locales, regionales y nacionales.

Da mucha importancia a la entrevista y utiliza el reportaje, el artículo y la crónica.

Ocasionalmente incluye las infografías como soporte de la información, así como foto reportajes.

Publicidad

Los espacios de propaganda ocupan aproximadamente el 15 por ciento de publicidad comercial.

En los últimos 3 años este diario ha transformado su diseño, su imagen y su formato.

Los cambios logrados le dan una mayor competitividad y lo colocan en un lugar preponderante de la oferta informativa local. Se coloca en un seguro segundo lugar en ventas de espacios publicitarios.

Página web

www.diariopresente.com.mx

La página web del diario permite el acceso gratuito a la generalidad de la información y cuenta con hemeroteca que concede acceso a ediciones pasadas.

IV. El Sol del Sureste



Ficha Técnica

Director Editorial: Mary Fé Díaz Izquierdo

Formato: Tabloide

Periodicidad: Diaria

Número de páginas: 32 páginas

Este diario resalta el manejo de nota roja y espectáculos. No tiene secciones establecidas, tiene un solo columnista de amplia trayectoria, Jesús Sosa con su colaboración El Tecolote.

V. Novedades de Tabasco

NOVEDADES
DE TABASCO

Ficha Técnica

Director: Alfonso Aznar y Luebbert

Formato: Gran formato

Periodicidad: Diaria

Número de páginas: entre 44 y 48

Página web: www.novedadesdetabasco.com.mx

Secciones

1. Especial
2. Local
3. Municipios
4. Nacional
5. Opinión
6. Política
7. Torre De Control
8. Negocios
9. Mundo
10. Al Cierre
11. Tema Del Día
12. Play
13. Clase
14. Escena

Suplementos

En la actualidad han desaparecido suplementos habituales, han sustituido a éstos suplementos especiales conmemorativos con sentido comercial.

Columnas Locales

Teléfono Rojo. José Ureña

Columnas Nacionales

Letras de Cambio: Isabel Arvide

Editorial

La postura que se maneja en su editorial es a favor de las políticas públicas.
Se publica de lunes a sábado en el espacio principal de la sección de Opinión.

Ha desaparecido, quizá debido a la crisis económica, gran parte de su plantilla editorial local y nacional. Lo cual le resta cobertura de tópicos importantes del quehacer político y financiero nacional.

Información que destaca el diario

El diario destaca en sus primeras planas eventos nacionales y locales, poniendo especial énfasis al tema de seguridad pública.

Aborda los temas de coyuntura social y política, con un perfil netamente informativo, ponderando los eventos más relevantes del día.

Géneros periodísticos

Funda su estructura en la nota informativa para abordar los acontecimientos del día, tanto a nivel estatal como nacional.

Utiliza el reportaje para el análisis de diversos temas de actualidad, así como problemas socioeconómicos nacionales y locales.

Hasta ahora, el periódico no utiliza el género de entrevista en sus publicaciones.

De igual forma, tiene una sección de fotoreportaje utilizado para mostrar problemas sociales, así como temas de cultura, ecología y ecoturismo.

Publicidad

Emplea aproximadamente 5 planas para publicidad comercial.

www.novedadesdetabasco.com.mx

Muestra la información que publica en el medio impreso y en su hemeroteca permite el acceso sólo a ediciones de los últimos 10 días.

VI. El Heraldo de Tabasco

EL HERALDO

de Tabasco

Ficha Técnica

Director: José Chablé Ruiz

Formato: Tabloide

Periodicidad: Diaria

Número de páginas: 72

Página web: www.oem.com.mx

Secciones

1. Sumario
2. Política
3. Ciudad
4. Opinión

5. Finanzas
6. Escenario
7. Celebridades (Sociales)
8. Cultura
9. Tabasco
10. Municipios
11. Oportunos
12. Seguridad
13. Deportes
14. Nacional
15. Opinión
16. Última Hora

Columnas Locales

Entorno: Javier Marín Rodríguez

De Primera Mano: Rodolfo Reyes

Tabasco Político: Juan Ochoa Vidal

Vector X: Luis Antonio Vidal

Tabasco Político: José Luis Gutiérrez

Opinión: Laura Virginia Ocaña Zurita

Guayabera Político: Guillermo Hubner Díaz

Sin Remitente: Víctor Ulín

Vivir Consciente: Rodrigo Fuentes

Erwin Macario

Editorial

El diario no cuenta con editorial que fije la postura de la empresa ante los acontecimientos relevantes.

En su sección de opinión, publica artículos de fondo de analistas locales y está desprovista de articulistas nacionales.

Información que destaca el diario

Destaca en sus primeras planas información sobre diversos temas de actualidad.

Reproduce entrevistas que su director, José Chablé, realiza a distintos actores políticos para las emisiones de "Radionoticias" que transmite la cadena EXA.

Asimismo, dedica algunos espacios a notas informativas de instituciones educativas, organizaciones populares y gobierno federal.

Géneros periodísticos

Este diario se distingue por sus amplios reportajes sobre la realidad social del estado y la ciudad de Villahermosa, mismos que incluye —según su relevancia— en su primera plana.

Emplea la entrevista con personajes de la política y los negocios de Tabasco. La nota informativa, basada en boletines, entrevistas informales y discursos, ofrece diversidad de temas destacando la información de las políticas públicas.

Publicidad

Diariamente maneja 3.5 planas comerciales en promedio.

Página web

www.oem.com.mx//elheraldodetabasco/

Es la página de la Organización Editorial Mexicana para todo el país.

Publica la información más relevante de la edición impresa en el estado, combinándola con noticias nacionales. Ofrece los servicios del periódico deportivo de circulación nacional ESTO y del buscador on-line google.

VII. Milenio de Tabasco**MILENIO**
DIARIO DE TABASCO**Ficha Técnica**

Director: Alberto Banuet Abhari

Formato: Tabloide

Periodicidad: Diaria

Número de páginas: entre 70 y 76

Página web: www.milenio.com

Secciones

1. Al Frente (Opiniones Nacionales)
2. Tabasco
3. Nacional
4. La Afición
5. Zona Urbana
6. Regiones
7. Hey
8. Cultura
9. Pura Vida
13. Opinión
15. Negocios
16. Fronteras
19. MP
20. QRR

Suplementos

1. Autos
2. Ciberia
3. Laberinto
4. Set-Social
5. No Se Olvida

Columnas Locales

En Voz Alta: Jorge Nuñez
Paradigmas: Antonio Nazar Bolívar

Secreto a Voces: Alberto Banuet
Capicúa: Carlos Sáyago Reyes

Columnas Nacionales

El Asalto a La Razón: Carlos Marín
Día con Día: Héctor Aguilar Camín
Política Cero: Jairo Calixto Albarrán
La Historia en Breve: Ciro Gómez Leyva
Cubículo Estratégico: Carlos Mota
A Puerta Cerrada: Marcela Gómez Salce
Cancionero: Félix Cortés Camarillo
Caja Fuerte: Luis Miguel González
Gente detrás del Dinero: Mauricio Flores
En Privado: Joaquín López Dóriga
Interludio: Román Revueltas
Daños Colaterales: Irene Selser
El Observador: Samuel García
Sobre la Marcha: Roberto Bardini
Doble Fondo: Juan pablo Becerra Acosta
La Calle: Luis González de Alba
Estira Y Afloja: Jesús Rangel.
La Ciencia por Gusto: Martín Bonfil Olivera
Punto Flotante: Horacio Salazar
En Petit Comité: Oscar Mario Beteta
Billete Circular: María Isabel Melchor
A Ciencia Cierta: Arturo Barba
Fuerzas Armadas: Javier Ibarrola
Tecno Empresa: Hugo González
Carta De París: Carlos Tello Díaz
Paralaje: Liébano Saéñz
Historias Del Más Allá: Carlos Puig
Cámara Húngara: Hugo García Michel
Internet: Antulio Sánchez
Vidas Ejemplares: José Luis Durán King
Derechos Y Urbanos: Julián Andrade
Al Acçcho: Juan Gelman
Traza Y Trazos: Laura Martínez
Crónicas Urbanas: Humberto Ríos Navarrete
Neteando Con Fernanda: Fernanda de la Torre
Patente de Corso: Arturo Pérez-Reverte
La Letra Desobediente: Braulio Peralta
Pronóstico del Clímax: Xavier Velasco
Vuelta Prohibida: Néstor Ojeda

La Semana de Román Revueltas: Román Revueltas
Ojo por Ojo: Álvaro Cueva
Maldito Radares Roedores: Arturo Pérez Reverte
EL VISOR INTERNACIONAL: Alberto Peláez

Articulistas nacionales

Carlos Dragonné
Jorge Medina Viedas
José Luis Reyna
Roberto Blancarte
Roberta Garza
Ricardo Monreal Ávila
Carlos Pallán Figueroa
Jorge Medina Viedas
Alejandro Canales
Aristeo Castro Rascón
Maite Reyes-Retana
Héctor Taponar
Eliseo Alberto
Diódoro Carrasco Altamirano
Marco Provencio
Pablo Gómez
Epigmenio Ibarra
Jesús Gómez Fragoso
Juan Gabriel Valencia
Joel Ortega Juárez
Rosario Robles
Federico Berruelo
Luís Petersen Farah
Alán Arias Marín

Editorial

El diario no tiene comentario editorial de la redacción.

Información que destaca el diario

Destaca en sus primeras planas información de temas políticos local y nacional. La información local es mínima. Le conceden mayor importancia a las noticias que se generan en la capital del estado (Villahermosa).

Géneros periodísticos

Las notas informativas y las columnas destacan en el contenido general del diario. Las primeras reflejan los hechos que acontecen a nivel local, regional, nacional e internacional y las segundas se refieren normalmente al análisis de los problemas nacionales de coyuntura y, en menor medida, a temas locales.

Esporádicamente utiliza la entrevista.

La crítica la utiliza para temas diversos, políticos, sociales, económicos y culturales.

Utiliza la crónica para relatar acontecimientos nacionales e internacionales.

Publicidad

La mayor parte de la publicidad que incluye es comercial, para lo que emplea 3.5 planas en promedio.

Página web

www.milenio.com

Presenta información de la edición nacional con acceso a los diarios de toda la república. Aún cuando se tiene el acceso directo a una semana de ediciones anteriores, también se pueden consultar fechas anteriores.

VIII. La Verdad del Sureste

El periódico de la sociedad civil

LA VERDAD
del sureste

Ficha Técnica

Director: Carlos Pérez Mendoza

Formato: Tabloide

Periodicidad: Diaria

Número de páginas: 16

Página web: www.la-verdad.com.mx

Secciones

El diario no cuenta con secciones definidas.

Reproduce en sus páginas notas y artículos del periódico *La Jornada* y la revista *Proceso*

Columnas

Fuego Lento: Rosario Canabal

Opinión: Tiño Vargas

Opinión: Agustín Díaz Lastra

Opinión: Kristian Antonio Cerino

Opinión: Pepe Lex

Editorial

El diario maneja en su portada su comentario editorial que nombra "Rehilete", en el que aborda temas hacia política pública.

Información que destaca el diario

Destaca en sus primeras planas información sobre política pública y ofrece espacios informativos para el estado de Chiapas.

Géneros periodísticos

El principal género periodístico que emplea el diario es la entrevista de temas específicos a personajes tabasqueños.

Ocasionalmente utiliza la entrevista de fondo.

Recurre a la nota informativa para dar a conocer actividades de carácter social que ocurren en los municipios de la entidad.

Utiliza la crónica para destacar los eventos de personajes políticos.

Publicidad

El diario sólo con inserciones de política.

Página web

www.la-verdad.com.mx

Reproduce la información que publica en el medio impreso, la cual se mantiene hasta el día siguiente. No cuenta con hemeroteca.

VII. Diario OlmecaThe logo for 'DIARIO OLMECA' features the word 'DIARIO' in a large, bold, sans-serif font above the word 'OLMECA' in a smaller, bold, sans-serif font. The letters are black and have a slightly distressed or hand-drawn appearance.**Ficha Técnica**

Director: José A. Ancona Rodríguez

Formato: Tabloide

Periodicidad: Diaria

Número de páginas: 40

Página web: www.diarioolmeca.com.mx

Circulación: De lunes a sábado

Secciones

1. Estado
2. Local
3. Marcador
4. Fama
5. Quinta Avenida
6. Internacional
7. Energía Y Ecología
8. Nacional
9. Finanzas
10. Entretenimiento
11. Última Hora

Columnas

LA POSTA: Juan José Sánchez Gálvez

MONITOR DE MEDIOS: Luis Enrique Chablé

Editorial

El diario no cuenta con editorial que fije la postura de la empresa ante los acontecimientos relevantes.

Información que destaca el diario

El diario destaca en sus primeras planas temas de carácter general y de coyuntura social y política, con un perfil netamente informativo, basado en la objetividad y jerarquizando la información en torno a los eventos más relevantes de la jornada.

Destaca por la importancia y amplitud que da a la sección de eventos sociales.

Géneros periodísticos

Recurre con mayor frecuencia a la nota informativa para abordar los acontecimientos estatales y nacionales del día.

Obtiene información sobre temas de coyuntura a través de entrevistas informales ("de banqueta").

Ambos géneros los aborda de manera objetiva y sin emitir calificativos.

Publicidad

Ofrece tres páginas diarias de publicidad comercial.

Página web

www.diarioolmeca.com.mx

Reproduce la información que publica en el medio impreso, la cual se mantiene hasta el día siguiente, y permite acceder a información de números anteriores.

X. Rumbo Nuevo**RUMBO NUEVO****Ficha Técnica**

Director General: Jorge Alberto Javier Quero

Director: Abiúd Pérez Olán

Formato: Tabloide a color

Periodicidad: Diaria

Número de páginas: de 52 a 80

Página web: www.rumbonuevo.com.mx

Secciones

1. Política
2. Editorial

3. Opinión
4. Nación
5. Ciudad
6. Cultura
7. Economía
8. Justicia
9. Región
10. Revista
11. Splendor
12. Deportes

Columnas Locales

Aquí... Tabasco dice: Abiud Pérez Olán
Ojo Visor: Jacinto López Cruz
Proyecto CCC: César Graciano Calvario
El Tío Vivo: José Fernando Valdés Leyva
Para Usted: Mario Gómez González
Entreverado: Francisca Alamilla Ocaña
En las Carpas de la Política: Florentino J. García Alcudia
Transparencia Política: Erwin Macario
El Pulso de las Horas: Francisco Ruiz Rangel

Editorial

Sigue lineamientos y posturas oficiales, reasumiendo temas de relevancia e interés del gobierno federal que se aplican en Tabasco, así como los que surgen a nivel local. Lo escribe el director general del periódico, Jorge Alberto Javier Quero.

Información que destaca el diario

Destaca en sus primeras planas las actividades de la política pública.

Géneros periodísticos

Emplea la nota informativa como recurso para la difusión de las actividades más relevantes.

Publicidad

En promedio se manejan $\frac{3}{4}$ de página para publicidad comercial diariamente y alrededor de 4.6 planas por día para información y propaganda gubernamental.

Página web

www.rumbonuevo.com.mx

Reproduce lo publicado en su edición impresa. Establece enlaces a TVT radio. Permite el acceso a sus columnas y artículos y tiene hemeroteca.

IX. Diario Avance de Tabasco



Ficha Técnica

Director: Lic. Ignacio Cobo González
Formato: Tabloide
Periodicidad: Diaria
Número de páginas: Entre 12 y 24
Página web: www.diarioavancetabasco.com

Secciones

1. Política
2. Urbana
3. Municipios
4. Espectáculos
5. Mundo
6. Avisos
7. El País
8. Deportes
9. Opinión
10. Sucesos
11. Al Cierre

Columnas Locales

Línea de Fuego: Felipa Nery
La Columna: Luis García de la Cruz
Alí Yacamara: Miguel Canseco Cruz
La Pura Grilla: Pako Rojas
Distrito II. Félix Hernández

Columnas nacionales

Plaza Dominical: Miguel Ángel Granados Chapa
Pulso Político: Francisco Cárdenas Cruz

Editorial

El diario no cuenta con editorial que fije la postura de la empresa ante los acontecimientos relevantes.

Información que destaca el diario

Generalmente destaca en sus primeras planas eventos relevantes de la coyuntura política local y nacional.

Géneros periodísticos

El principal género es la nota informativa utilizada para difundir temas de carácter social. También tiene columnas locales y nacionales, así como artículos de fondo sobre temas nacionales.

Publicidad

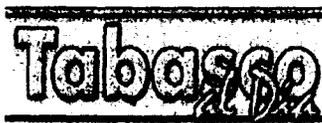
Publica cada día alrededor de seis boletines en dos planas completas y una inserción de plana completa.

Ofrece 2 páginas de publicidad comercial para empresas e instituciones.

Página web

www.diarioavancetabasco.com

Reproduce la información que publica en el medio impreso y permite consultar la hemeroteca aunque guarda la información de sólo una semana atrás.

XII. Tabasco al Día**Ficha Técnica**

Director: Rafael Martínez de Escobar Llera

Formato: Tabloide

Periodicidad: Diaria

Número de páginas: 24

Página web: www.tabascoaldia.com.mx

Secciones

1. Editorial
2. Nacional
3. Deportes
4. Espacio Libre
5. Municipios
6. Zona Sierra
7. Chiapas
8. Pochitoque En Sangre

Columnas

Crónicas del Rumbo: Romeo Zebadúa Gamboa

42 Bajo La Sombra: Gerardo Rivera

Editorial

La editorial del diario plasma una tendencia hacia la política pública a nivel estatal.

Información que destaca el diario

El diario destaca en sus páginas principales información referente a la política pública.

Géneros periodísticos

Basa su estructura en la nota informativa y en la columna para plasmar temas de coyuntura política.

Publicidad

En promedio publica media plana diaria de publicidad comercial.

Página web

www.tabascoaldia.com.mx

Reproduce la información que publica en el medio impreso, la cual se mantiene hasta el siguiente día, no permite acceder a información anterior.

XII. El Correo de Tabasco

ELCORREO DE TABASCO

Ficha Técnica

Director General: Juan José Padilla Herrera

Formato: Tabloide a color

Periodicidad: Diaria Vespertino

Número de páginas: 32

Secciones

1. English Version
2. Buzón Local
3. Buzón Financiero
4. Buzón Nacional
5. Espectáculos, Cartelera Y Cultura
6. Buzón Cultural
7. Deportes
8. Buzón Internacional
9. Al Cierre
10. Reportaje
11. Buzón Oportuno
12. Buzón Justicia

Columnas locales

Pérdidas Y Ganancias: Freddy Izquierdo

Página web

www.elcorreodetabasco.com

Información que destaca el diario.

En su primera plana destaca noticias sobre diversos acontecimientos internacionales y locales. No presenta una faceta fija. Resalta noticias nacionales e internacionales.

Editorial

El diario no cuenta con editorial que fije la postura de la empresa ante los acontecimientos relevantes.

Géneros periodísticos

Başa su estructura en notas informativas, boletines y entrevistas.
Utiliza el reportaje para abordar temas locales, nacionales e internacionales.

Publicidad

1 página de inserción publicitaria comercial.

XIV. Diario de la Tarde**Ficha Técnica**

Director: José Antonio Calcáneo Collado

Formato: Tabloide

Periodicidad: diaria (Vespertino de lunes a viernes)

Número de páginas: 32

Página web: www.diariodelatarde.com.mx

Secciones

1. Editorial
2. Locales
3. Policiaca
4. Municipios
5. Nacional
6. Internacional
7. Deportes
8. Reportaje
9. Sociales
10. Que Tal
11. Entretenimiento
12. Belleza Y Salud

Columnas

Atardecer Político: José Antonio Calcáneo Collado

Shishito: Francisco Gómez Hernández

Tabasco Político: José Luis Gutiérrez

Banderas Al Viento: Vicente Oria Razo

Crónica Íntima: Othón Vilella Sarralde

Chapaleo: Samuel García Villegas

Opinión: Teodoro Rentería Arroyave

Villahermosa Antigua: Antonio Vidal Cruz

Opinión: Jorge Sáenz Jurado

Juego de Ojos: Miguel Ángel Sánchez de Armas

Editorial

Generalmente aborda temas locales.

Información que destaca el diario

En su portada destaca información de coyuntura local, política o noticiosa.

Géneros periodísticos

Emplea básicamente la nota informativa, seguida de la columna y la crónica, esta última para casos de nota roja.

Publicidad

Ofrece entre 2 y 3 páginas de publicidad comercial diariamente.

Página web

www.diariodelatarde.com.mx

Reproduce la información que publica en el medio impreso, la cual se mantiene hasta el día siguiente. No permite acceder a información anterior.

XV. ABC de la Tarde



Ficha Técnica

Director: Aureliano Rabelo Cupido

Formato: Tabloide

Periodicidad: Diaria de lunes a sábado, Vespertino

Número de páginas: 16

Secciones

1. Nacional
2. ABC Música y Cine
3. Deportes
4. Política
5. Local
6. Desayunadero Político

Columnas locales

CONFIDENCIAL: Enrique Jiménez Chang.
Jorge Sáenz Jurado, Opina.

Información que destaca el diario

En sus primeras planas destaca la información de los actores políticos y sus posicionamientos.

En sus interiores realiza una miscelánea de noticias nacionales, internacionales y locales.

Editorial

Escrito por el director del diario para abordar una diversidad de temas entre los que destacan los aspectos políticos de la entidad.

Géneros periodísticos

Recurre a la nota informativa cuya fuente principal son boletines, discursos y entrevistas, las cuales, en ocasiones reproducen íntegramente.

Publicidad

En promedio 2 páginas de inserciones publicitarias.

Página web

No tiene página en Internet. Ofrece 3 correos electrónicos.



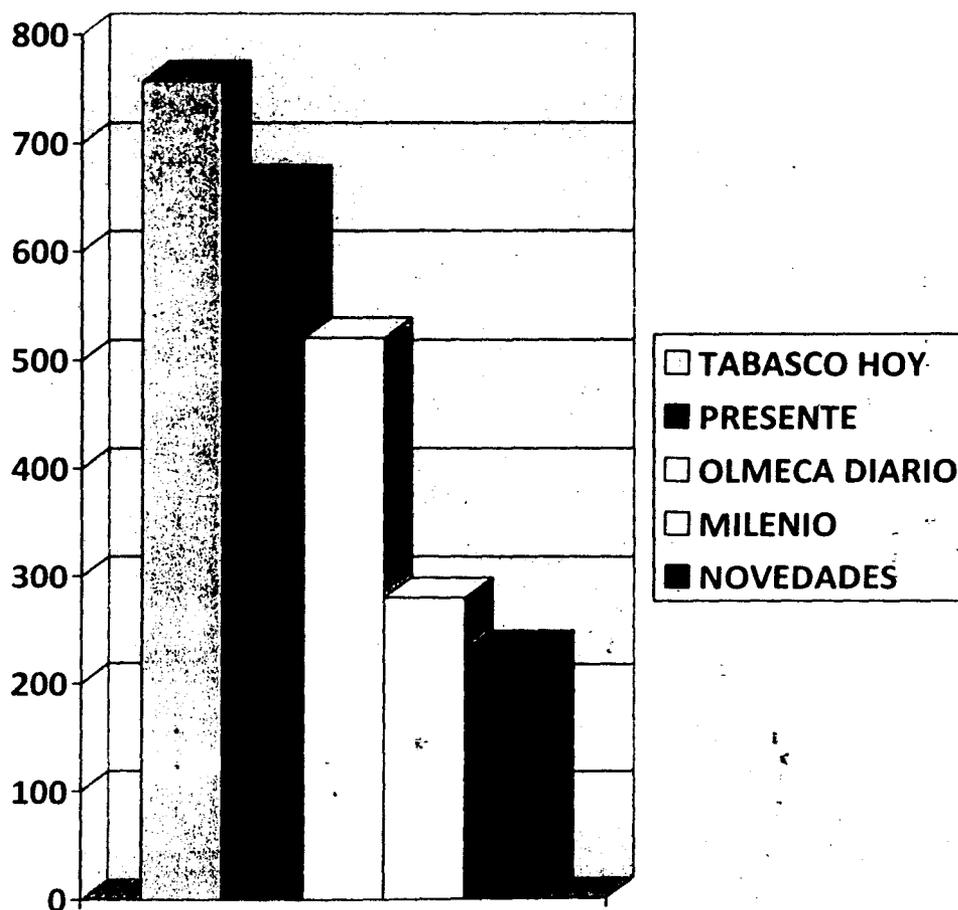
Instituto Electoral y de Participación Ciudadana de Tabasco

Muestreo de Inserciones Publicitaria de
Medios Impresos



Muestreo de inserciones publicitarias de 5 diarios del estado de Tabasco

INSERCIONES PUBLICITARIAS				
Medio	Mayo	Junio	Julio	Total
Tabasco Hoy	133	471	153	757
Presente	153	365	143	661
Olmeca Diario	105	262	153	520
Milenio	71	146	63	280
Novedades	45	143	43	231





Instituto Electoral y de Participación Ciudadana de Tabasco

Agenda Mediática



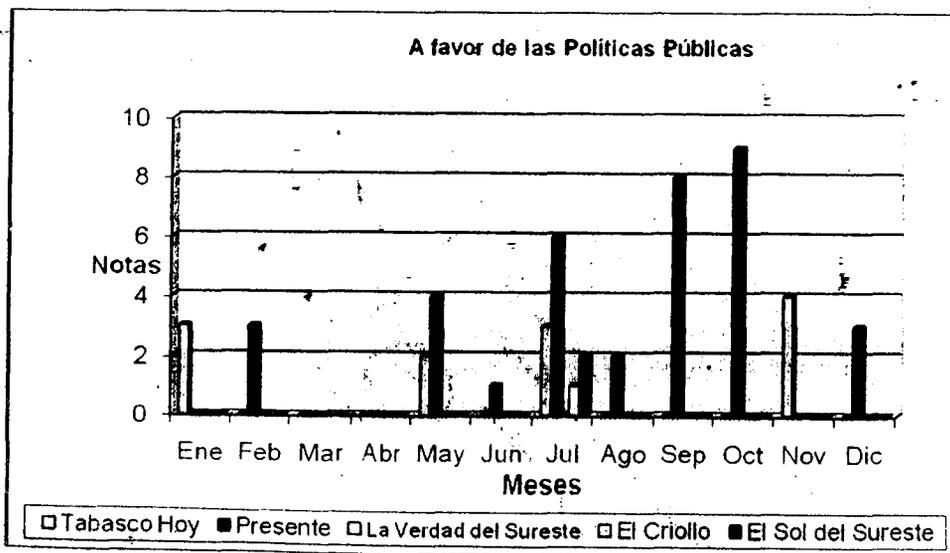
Agenda Mediática

(Primeras planas)

Diarios	A favor de las Políticas Públicas												Total por diarios
	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Sep	Oct	Nov	Dic	
Tabasco Hoy	3	0	0	0	2	0	3	0	0	0	4	0	12
Presente	0	3	0	0	4	1	6	2	8	9	0	3	36
La Verdad del Sureste	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
El Criollo	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1
Sol del Sureste	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	2
Total por mes	3	3	0	0	6	1	12	2	8	9	4	3	51

En el mes de marzo, abril y noviembre no hubo notas de primera plana. Hubo muchas notas de primera plana en los meses de septiembre y octubre.

Gráfica 1



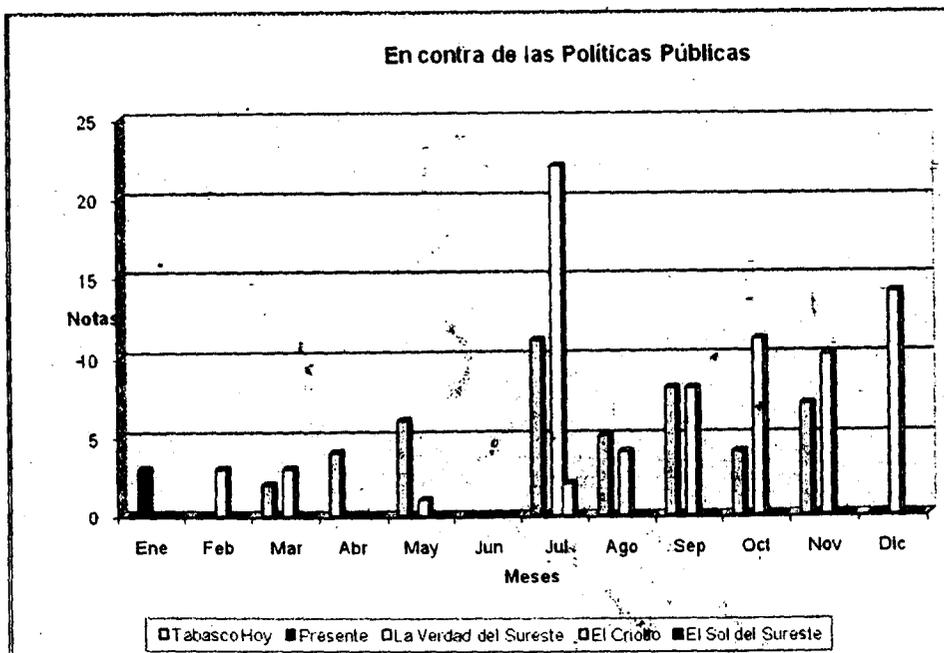
Diarios	En contra de las Políticas Públicas												Total por diarios
	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Sep	Oct	Nov	Dic	
Tabasco Hoy	0	0	2	4	6	0	11	5	8	4	7	0	47
Presente	3	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0		3
La Verdad del Sureste	0	3	3	0	1	0	22	4	8	11	10	14	76
El Criollo	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	2
Sol del Sureste	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Total por mes	3	3	5	4	7	0	35	9	16	15	17	14	128

Hubo más primeras planas en los meses de julio y septiembre. Hubo más primeras planas tanto en diarios como por mes.

En el mes de julio hubo casi una primera plana por día.

En comparación con las políticas públicas hubo más primeras planas en contra de las políticas públicas.

Gráfica 2



TABASCO

Tarifas de Diarios Impresos de Circulación
Diaria Local



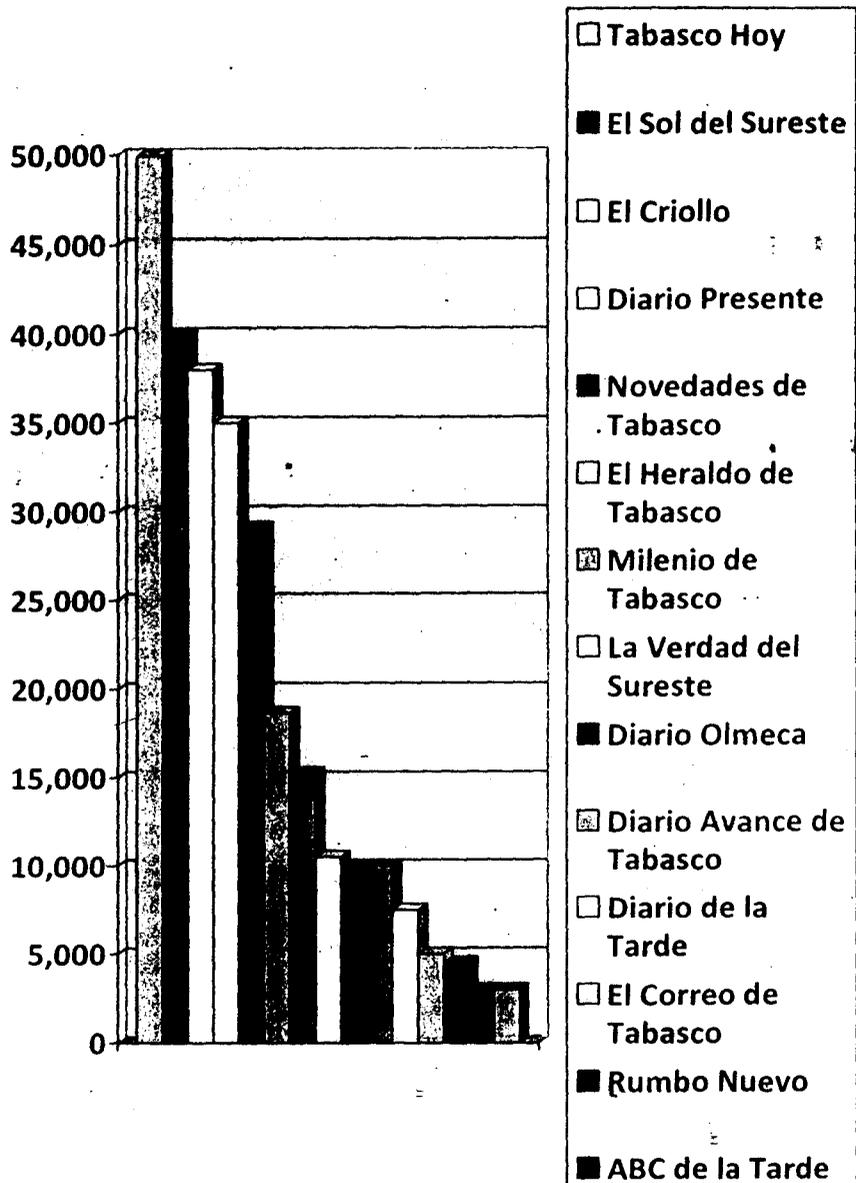


INSTITUTO ELECTORAL Y DE PARTICIPACIÓN CIUDADANA DE TABASCO

DEPARTAMENTO DE COMUNICACIÓN SOCIAL

Gráficas de Tirajes Medios Impresos de Circulación Diaria Local

Medio	Tiraje	Circulación
Tabasco Hoy	49,923	17 Municipios de Tabasco, Sur de Veracruz, norte de Chiapas y Plazas principales de Campeche.
El Sol del Sureste	40,000	Estado de Tabasco, Reforma y Palenque, Chiapas
El Criollo	38,000	Estado de Tabasco, Chiapas (Reforma, Juárez, Palenque y Tuxtla Gutiérrez) Campeche (Palizada, Cd. Del Carmen)
Diario Presente	35,000	Estado de Tabasco, Coatzacoalcos, Minatitlán, Veracruz; Cd del Carmen, Campeche y Reforma y Palenque, Chiapas.
Novedades de Tabasco	29,100	Estado de Tabasco, Ciudad de Palenque, parte del Norte de Chiapas, Cd del Carmen, Campeche y sur de Veracruz.
El Heraldo de Tabasco	18,650	Todo el Estado de Tabasco y norte de Chiapas
Milenio de Tabasco	15,250	Todo el Estado de Tabasco
La Verdad del Sureste	10,500	Todo el Estado de Tabasco, Chiapas (Palenque, reforma y Pichucalco) y Campeche.
Diario Olmeca	10,000	Circulación Local Tabasco
Diario Avance de Tabasco	10,000	17 Municipios de Tabasco, y Norte de Chiapas (Reforma, Juárez, Pichucalco.)
Diario de la Tarde	7,500	Todo el Estado de Tabasco
El Correo de Tabasco	5,000	Villahermosa, Cárdenas, Cunduacán, Comalcalco, Paraíso
Rumbo Nuevo	4,500	17 Municipios del Estado de Tabasco, Palizada, Campeche y Reforma, Chiapas.
ABC de la Tarde	3,000	Zona Centro, Sierra y Chontalpa
Tabasco al Día	3,000	Ciudad de Villahermosa, Cárdenas, Comalcalco, Cunduacán y Paraíso



Tarifas de Diarios Impresos de Circulación
Diaria Local



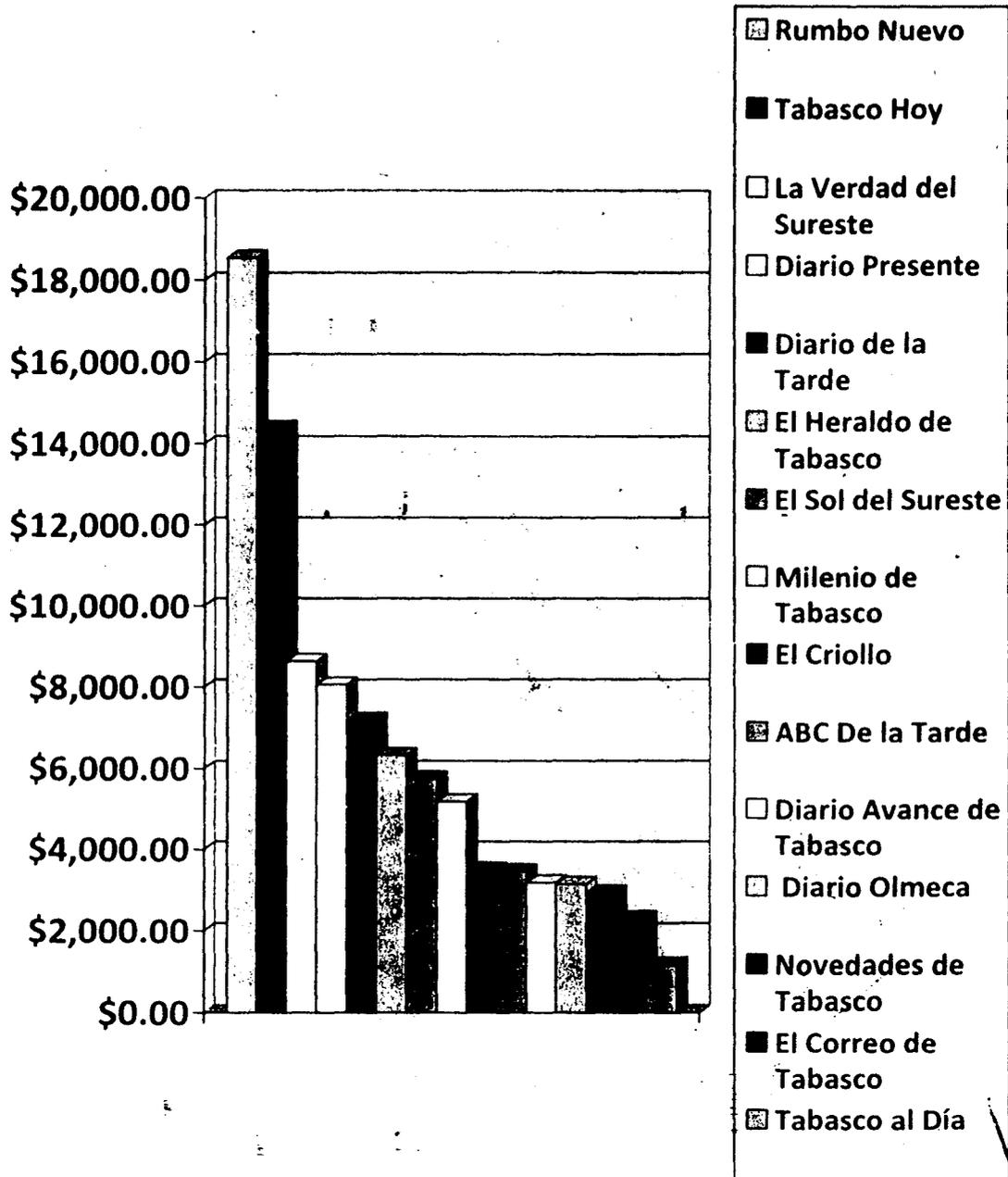


INSTITUTO ELECTORAL Y DE PARTICIPACIÓN CIUDADANA DE TABASCO

DEPARTAMENTO DE COMUNICACIÓN SOCIAL

Tarifa de Diarios

Medio	Tarifa	Tiraje	Circulación
Rumbo Nuevo	\$ 18,543.75	4,500	17 municipios del Estado, comenzando a llegar a Palizada, Campeche y Reforma Chiapas.
Tabasco Hoy	\$ 14,375.00	49,923	17 Municipios de Tabasco, Sur de Veracruz, norte de Chiapas y Plazas principales de Campeche.
La Verdad del Sureste	\$ 8,625.00	10,500	Todo el Estado de Tabasco, Chiapas (Palenque, reforma y Pichucalco) y Campeche.
Diario Presente	\$ 8,050.00	35,000	Todo el Estado de Tabasco
Diario de la Tarde	\$ 7,187.50	7,500	Todo el Estado de Tabasco
El Heraldo de Tabasco	\$ 6,325.00	18,650	Todo el Estado de Tabasco y norte de Chiapas
El Sol del Sureste	\$ 5,750.00	40,000	Todo el Estado de Tabasco
Milenio de Tabasco	\$ 5,175.00	15,250	Todo el Estado de Tabasco
El Criollo	\$ 3,494.00	38,000	Estado de Tabasco, Chiapas (Reforma, Juárez, Palenque y Tuxtla Gutiérrez) Campeche (Palizada, Cd. Del Carmen)
ABC De la Tarde	\$ 3,450.00	3,000	Zona Centro, Sierra y Chontalpa
Diario Avance de Tabasco	\$ 3,174.00	10,000	17 Municipios de Tabasco, y Norte de Chiapas (Reforma, Juárez, Pichucalco.)
Diario Olmeca	\$ 3,139.50	10,000	Circulación Local Tabasco
Novedades de Tabasco	\$ 2,919.00	29,100	Estado de Tabasco, Ciudad de Palenque, parte del Norte de Chiapas, Cd del Carmen, Campeche y sur de Veracruz.
El Correo de Tabasco	\$ 2,300.00	5,000	Villahermosa, Cárdenas, Cunduacán, Comalcalco, Paraíso.
Tabasco al Día	\$ 1150.00	3,000	Ciudad de Villahermosa, Cárdenas, Comalcalco, Cunduacán y Paraíso



relevantes que se den en cada jornada dentro del ámbito local, nacional e internacional, indicando lugar y hora.

La agenda informativa se encarga de jerarquizar las noticias y les otorgan la importancia debida, por lo tanto los espacios para cada una de ellas se reducen y los perfiles se rebajan a datos estadísticos.

Agenda Mediática: Lo que sabemos del mundo se basa sobre todo en lo que los medios deciden decirnos. Más específicamente, el resultado de esta visión mediada del mundo es que elementos sobresalientes de la agenda de los medios se vuelven sobresalientes en la mente pública.

Baner: Publicidad que resulta de la combinación de una estructura metálica con lona impresa.

Audiencia: Sector de la población al que prioritariamente debemos hacer llegar la estrategia publicitaria a fin de optimizar los recursos y conseguir la mayor difusión del mensaje institucional dirigido a la consecución de los fines del instituto.

Comunicación Publicitaria: Es una información persuasiva que se debe basar en las motivaciones del destinatario de la misma. Es también solo un tipo particular de comunicación, una de las formas que ésta adopta al convertirse en una especialidad. La comunicación publicitaria es un caso particular de la comunicación masiva, que constituye uno de los fenómenos más importantes de la sociedad actual, en la que los intercambios de información son cada vez más complejos e intensos, debido a la rápida evolución de la tecnología.

Campaña Publicitaria: La campaña publicitaria es un plan de publicidad amplio para una serie de anuncios diferentes, pero relacionados, que aparecen en diversos medios durante un periodo específico. La campaña está diseñada en forma estratégica para lograr un grupo de objetivos y resolver algún problema crucial.

Cintillo en Medios Impresos: Se le denomina a la publicidad en los periódicos en la parte inferior de la plana del periódico de forma horizontal o vertical.

Espectaculares: Un espectacular es un anuncio soportado en una estructura con una o más vistas para la identificación a distancia de una empresa, producto o servicio. Es un medio de publicidad exterior que tiene la capacidad de cumplir las expectativas de venta e imagen de los anunciantes, es un medio altamente eficaz, productivo, rentable y con un bajo costo.

Espectaculares Móviles: Es una combinación entre los espectaculares tradicionales y la publicidad en tránsito.

Estructura Prisma: Es una de las formas de espectaculares en forma tridimensional.

Half Banner: es un formato publicitario en Internet. Esta forma de publicidad online consiste en incluir una pieza publicitaria dentro de una página web. Prácticamente en la

totalidad de los casos, su objetivo es atraer tráfico hacia el sitio web del anunciante que paga por su inclusión. El banner es un gráfico, que invita a quien lo ve a presionarlo y que, a su vez, enlaza (es un link) a otra página. Se diferencia de un aviso en un diario o revista de papel en que no se limita a comunicar, sino que es en sí una "puerta" a un Web Site. Quien lo presiona se entera que existe un Web Site y además ingresa en él. Al confeccionar un banner, es aconsejable publicitar el Web Site y no el producto. En otras palabras, el banner publicita la página y la página publicita (ó vende) el producto. Los banners que publicitan un Web Site con éxito tienen por lo general una incógnita, un aviso de GRATIS o una animación y se consideran exitosos los que se presionan tres o más veces de cada 100 exhibiciones. Es importante, además, que quienes lo presionen sean las personas en las que estamos interesados (mercado meta).

Infografías: La infografía es uno de los medios más importantes que poseen los periódicos y las revistas para transmitir información clara, asequible y precisa, mediante textos, imágenes, mapas, gráficos y todo tipo de iconos. La infografía hace posible la lectura «por encima» de un periódico, es instrumento de motivación y de utilidad máxima para cualquier trabajo de investigación

Inserción publicitaria: Una inserción o inserto es un espacio de impresión que aprovechando la circulación de un periódico se incluye dentro del mismo para difundir un contenido específico, con una extensión que va desde una fracción de plana hasta una sección, siendo los contenidos más comunes los avisos, convocatorias o informes relevantes..

Las inserciones conforman hoy en la prensa comercial las secciones de clasificados y en los periódicos oficiales las secciones de avisos, edictos y convocatorias, usándose por extensión estas denominaciones como sinónimos de cada tipo de inserción.

Medios Grupales: Se le denomina al grupo de medios publicitarios externos el cual incluye a las pantallas electrónicas, perifoneo, cines, bardas, espectaculares, baner, parabuses y lonas.

Medios personales: Se le conoce a la publicidad en internet, como es correo Electrónico y Messenger.

Mensaje institucional: Las formas de hacerlo se basan sobre tres soportes principales: el comportamiento organizacional o corporativo, el diseño corporativo o presentación visual, y la comunicación corporativa u organizacional (Relaciones Públicas y Publicidad). del diagnóstico de los atributos esenciales de la organización y sus aspiraciones de superación posible

Pantalla electrónica: Son productos multimedia de alta tecnología que mezclan señales de procesamiento ópticas, electrónicas y acústicas la cuales despliegan la publicidad de empresa, o venden la publicidad en la pantalla como servicio a otras empresas.

Parabuses: Es la publicidad impresa ubicada en las paradas de los autobuses.

Políticas públicas: Las Políticas públicas serán pues el conjunto de objetivos acciones y decisiones que realice un gobierno para dar solución a los problemas considerados más importantes por él y sus ciudadanos.

Poderes Fácticos: es el que se ejerce al margen de los cauces formales (es decir, que no coincide necesariamente con el aparato del Estado) y se sirve de su autoridad informal o su capacidad de presión para influir políticamente. El poder fáctico ni está legitimado ni siempre busca la legitimación para ejercerse, pero ejerce de facto (de hecho) el poder aunque no lo haga de iure (legalmente) ya que su mera existencia le hace ser determinante.

Perifoneo: Es la publicidad manejada en un carro de sonido en un altavoz.

Publicidad: " Toda forma de comunicación realizada por una persona física o jurídica, pública o privada en el ejercicio de una actividad comercial, industrial, artesanal o profesional, con el fin de promover de forma directa o indirecta la contratación de bienes muebles o inmuebles, servicios, derechos y obligaciones ".

Spot: Impacto mediante el cual se transmite el mensaje en Radio, Televisión y Cine.

Publicidad exterior: La Publicidad Exterior denominado también como publicidad fuera del hogar abarca infinidad de medios, entre ellos se encuentran, los carteles (mallas colocadas en las vías de mayor tránsito), los pintados en transportes (buses y taxis), los espectaculares únicos (luminosos), las imágenes por computadora (pantallas gigantes), los rotativos y los espectáculos de rayos láser, o los paraderos de autobuses. Los cuales resultan ser una gran ayuda para los otros medios publicitarios, complementándose con la radio, la televisión, las revistas, etc. Además, de que el publicista lograra de que el producto se posicione en la mente del consumidor potencial.

Fuentes

- Avance. (s.f.). Obtenido de www.diarioavancetabasco.com
- Avance, D. (s.f.). www.diarioavancetabasco.com. Obtenido de www.diarioavancetabasco.com
- Día, T. a. (2009). www.tabascoaldia.com.mx. Obtenido de www.tabascoaldia.com.mx
- Heraldo, E. (2009). Obtenido de www.elheraldodetabasco.com
- hoy, T. (01 de abril de 2009). www.tabascohoy.com.mx. Obtenido de www.tabascohoy.com.mx
- Nuevo, R. (s.f.). *Rumbo Nuevo*. Obtenido de www.rumbonuevo.com.mx
- Olmecca, D. (s.f.). www.diarioolmecca.com.mx. Obtenido de www.diarioolmecca.com.mx
- Presente, D. (s.f.). www.diariopresente.com.mx. Obtenido de www.diariopresente.com.mx
- Tabasco, E. c. (2009). Obtenido de www.elcorreodetabasco.com
- Tabasco, N. d. (2009). Obtenido de www.novedadesdetabasco.com
- Tarde, D. d. (2009). Obtenido de www.diariodelatarde.com.mx
- Verdad, L. (s.f.). Obtenido de www.la-verdad.com.mx
- <http://www.rppnet.com.ar/planificaciondemedios.htm>
- <http://www.oem.com.mx/etv/>
- <http://www.miespacio.org/cont/gi/era.htm>

***Colaboración Especial de: Martha Arce, egresada en Ciencias de la Comunicación por la Universidad Panamericana, basado en libro "Publicidad", de William F. Arens por la editorial Mc Graw Hill, México; 2000, México 2005.*

<http://www.promonegocios.net/publicidad/tipos-medios-comunicacion.html>

Publicidad, de O'Guinn Thomas, Allen Chris y Semenik Richard, International Thompson Editores, 1999, Págs. 360 al 376.

<http://www.spotsmexico.com/spots>

Perlado Marta: Planificación de medios de comunicación de masas

Editorial Mcgraw-hill / Interamericana de España, s.a. Primera edición, año 2006.

Autor: María González Lobo y Enrique Carrero López en 'Manual de Planificación de Medios'. ESIC Ed. Madrid 1999

www.razónpalabra.org.mx

www.estoesmarketing.com

www.sernatur.al/institucional

(http://es.wikipedia.org/wiki/Agenda_informativa)

(<http://es.wikipedia.org/wiki/Audiencia>)

<http://www.diariooficialdigital.com/INSERCIONES/Inserciones%20en%20la%20Prensa%20Impresa.htm>

(<http://html.rincondelvago.com/comunicacion-publicitaria.html>)

(http://es.wikipedia.org/wiki/Agenda_informativa)

(<http://es.wikipedia.org/wiki/Audiencia>)

<http://www.atdl.org/images/upload/comunicados/articulos/EI%20TIEMPO%20Formatos%20de%20Alto%20Impacto.pdf>

<http://200.56.69.12/QUE%20ES%20UN%20ESPECTACULAR.htm>

http://es.wikipedia.org/wiki/Dise%C3%B1o_Infogr%C3%A1fico

<http://www.uhu.es/cine.educacion/periodico/12infografiaperiodico.htm>

Obtenido de "<http://es.wikipedia.org/wiki/Infograf%C3%ADa>"

<http://ricoveri.ve.tripod.com/ricoverimarketing2/id51.html>

<http://www.galeon.com/periodismo-digital/los.htm>

Fundamentos de Marketing 10ª. Edición - William J. Stanton, Michael J. Etzel, Bruce J. Walker 199 Preguntas sobre Marketing y Publicidad Patricio Bonta & Mario Farber
PUBLICIDAD Otto Kleppner Mercadotecnia Phillip Kotler

APOYO VISUAL

• Publicidad en Messenger

The image shows a screenshot of the MSN Messenger application window. At the top, the title bar reads "MSN Messenger" with standard window control buttons. Below the title bar is a menu bar with "Archivo", "Contactos", "Acciones", "Herramientas", and "Ayuda". The main area displays the user's profile for "msn Messenger" with a profile picture and the name "rodland@". Below the profile, there are options for "(46)", "Mi espacio", and "MSN Hoy". A notification bubble states: "Hay una nueva versión de MSN Messenger disponible. Haz clic aquí para más información." Below this is a list of friends under the heading "Amigos (22/79)". The list includes: "- Fabián Baldovinos - mi dice n...", "Maw", "** M@RI@NE MOVES To PL@yA **", "@bel", "Ale Paredes!!!", "Campanita", "Ceci Nadal", "Gabriela", "Gebo", "In Quote we trust.", "KARLA", and "MATTAC". At the bottom of the list is a button that says "Agregar un contacto". To the right of the list is a search bar with the text "Buscar" and a dropdown arrow. At the very bottom of the window is a banner for "meegos en la noche" featuring a cartoon character.

Estado de Tabasco
Villahermosa

Ubicación:
Carretera Villahermosa -
Ruíz Cortines
Cm. Maestranza
Elevación:
Villahermosa, Tab.

Modelo:
SP 13

Dimensiones:
6 x 3 metros



ETV
Estado de Tabasco
Villahermosa

Ruíz Cortines
y Usumacinta

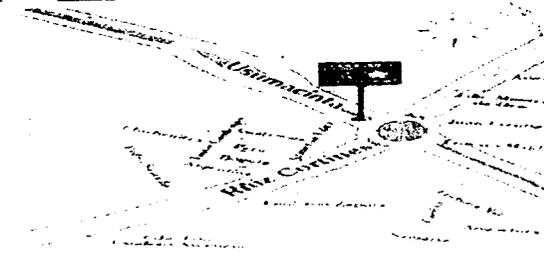
784



Ubicación:
Ruíz Cortines
y Usumacinta
Cm. Maestranza
Elevación:
Villahermosa, Tab.

Modelo:
SP 13

Dimensiones:
6 x 3 metros



ETV

Estado de Tabasco
Villahermosa

Pages Llergo y Gregorio Mendez

785



Ubicación:
Pages Llergo y
Gregorio Mendez
Cód. Geográfico: Villahermosa, Tab.
Modelo:
SP 13
Dimensiones:
7 x 3 metros



ETV

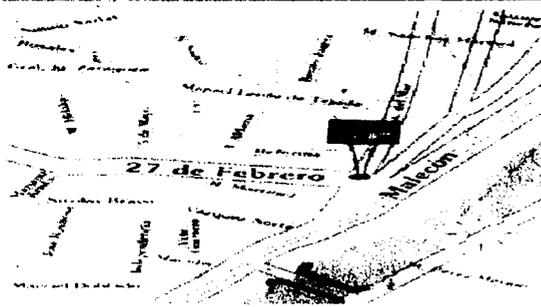
Estado de Tabasco
Villahermosa

Malecón y 27 de Febrero

786



Ubicación:
Malecón y
27 de Febrero
Cód. Geográfico: Villahermosa, Tab.
Modelo:
SP 13
Dimensiones:
4 x 3 metros



- Perifoneo nocturno y Vallas Móviles



- Lonas



Vendor

SUCURSAL: TABASCO

SITIO: 171640-2

CALIFICACIÓN: AAA

TARIFA: \$14,883.75

ESTRUCTURA: NORMAL

TIPO: ESPECTACULAR

MIDE: 4.27x12.81 Mts

LOCALIZACIÓN: AV. GREGORIO MENDEZ

LUZ: S

VISTA: N

DIRECCION: AV. GREGORIO MENDEZ 3811 B. COLONIA: TAMULTE

POBLACION: VILLAHERMOSA

N.S.E. ZONA: B. MEDIO

N.S.E. AUDIENCIA: B. MEDIO

VISIBILIDAD: B. BUENA

VIALIDAD: B. PRIMARIA

TRAFICO VEHICULAR: A. ALTO

OBSERVACIONES: Solo Vista Corta

DISPONIBILIDAD: 07/12/2008

NOTAS:



Vendor

SUCURSAL: TABASCO

SITIO: 171720 -2

CALIFICACIÓN: AAA

TARIFA: \$10,125.00

ESTRUCTURA: NORMAL

TIPO: ESPECTACULAR

MIDE: 4.27x12.81 Mts

LOCALIZACION: PERIFERICO CARLOS PELLICER

LUZ: N

VISTA: O

DIRECCION: PERIFERICO CARLOS PELLICER S/N KM. 0+200 COLONIA. CARRIZAL

POBLACION: VILLAHERMOSA

N.S.E. ZONA: B. MEDIO

N.S.E. AUDIENCIA: B. MEDIO

VISIBILIDAD: B. BUENA

VIALIDAD: A. PRINCIPAL

TRAFICO VEHICULAR: A. ALTO

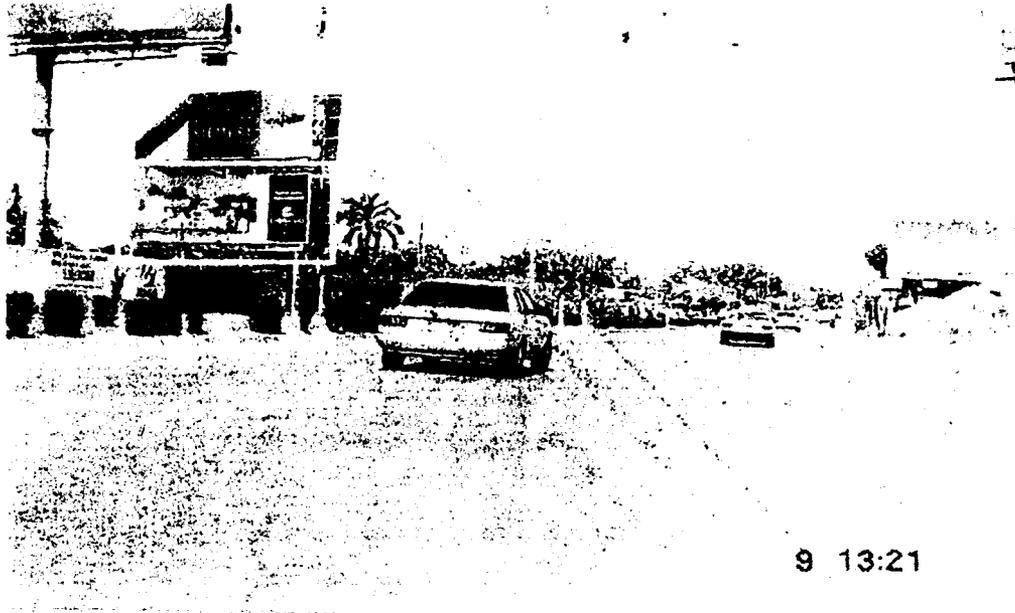
OBSERVACIONES: Hacia Zona Hotelera, area baja

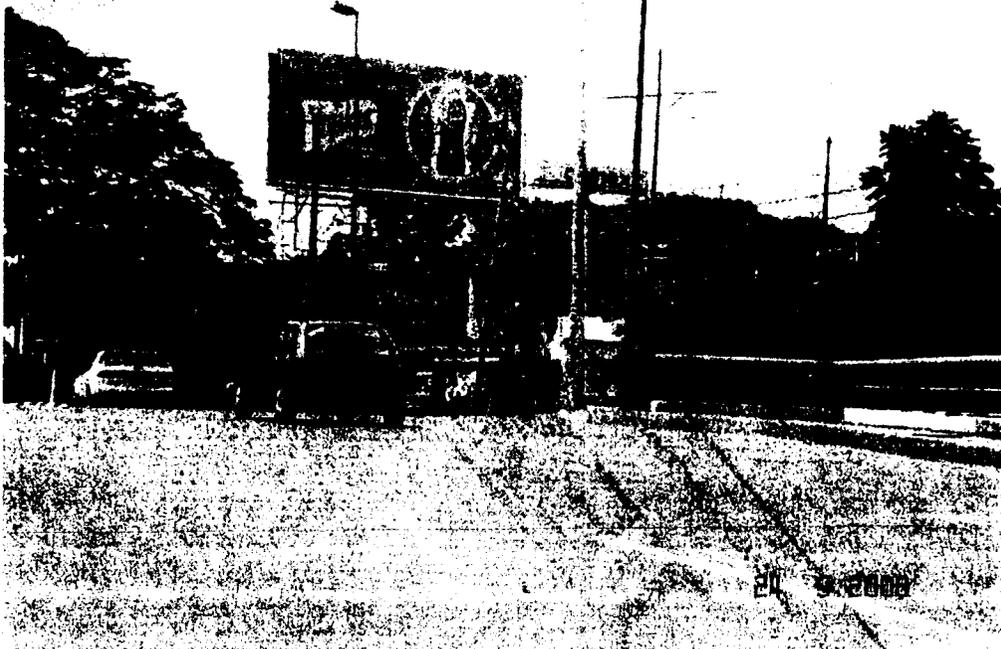
NOTAS:

DISPONIBILIDAD: INMEDIATO

IBOPE GLP:

IBOPE SVS:



Vendor**SUCURSAL:** TABASCO**SITIO:** 171750 -1**CALIFICACIÓN:** AAA**TARIFA:** \$11 475.00**ESTRUCTURA:** NORMAL**TIPO:** ESPECTACULAR**MIDE:** 6 00 x 12 81 Mts**LOCALIZACION:** AV UNIVERSIDAD**LUZ:** S **VISTA:** E**DIRECCION:** AV UNIVERSIDAD 371 COLONIA EL RECREO**POBLACION:** VILLAHERMOSA**N.S.E. ZONA:** B. MEDIO**N.S.E. AUDIENCIA:** A. ALTO**VISIBILIDAD:** A. EXCELENTE**VIALIDAD:** B. PRIMARIA**TRAFICO VEHICULAR:** A. ALTO**OBSERVACIONES:** Vista hacia Ruiz Cortinez**NOTAS:** /ACTUALIZACION DE TM 26NOV07**DISPONIBILIDAD:** INMEDIATO

Vendor

SUCURSAL: TABASCO

SITIO: 171795 -2

CALIFICACIÓN: AA

TARIFA: \$10,125.00

ESTRUCTURA: UNIPOLAR

TIPO: ESPECTACULAR

MIDE: 4.27X14.63 Mts

LOCALIZACION: CARR. FRONTERA-VILLAHERMOSA

LUZ: N

VISTA: S

DIRECCION: CARR. VHSA,FRONTERA KM. 6+700COLONIA. RAN. MEDELLIN Y PIGUA 3° SECC

POBLACION: VILLAHERMOSA

N.S.E. ZONA: B. MEDIO

N.S.E. AUDIENCIA: A. ALTO

VISIBILIDAD: B. BUENA

VIALIDAD: D. CARRETERA

TRAFICO VEHICULAR: A. ALTO

OBSERVACIONES:

NOTAS: vista de salida de Villahermosa hacia Frontera/ACTUALIZACION DE T.M. MOD.
4/9/08

DISPONIBILIDAD: INMEDIATO



SUCURSAL: TABASCO

SITIO: 171150 -1

CALIFICACIÓN: AA
TARIFA: \$13,500.00

ESTRUCTURA: NORMAL

TIPO: ESPECTACULAR

MIDE: 4.27x12.81 Mts

LOCALIZACION: BLVD. A RUIZ CORTINEZ

LUZ: S

VISTA: S

DIRECCION: PROL FCO J MINA ESQ RUIZ CORTINEZ 501 COLONIA: CASA BLANCA CP86020

POBLACION: VILLAHERMOSA

N.S.E. ZONA: A. ALTO

N.S.E. AUDIENCIA: A. ALTO

VISIBILIDAD: B. BUENA

VIALIDAD: A. PRINCIPAL

TRAFICO VEHICULAR: A. ALTO

OBSERVACIONES:

NOTAS:

DISPONIBILIDAD: INMEDIATO



Vendor

SUCURSAL: TABASCO

SITIO: 170770 -1

CALIFICACIÓN: AAA

TARIFA: \$5,670.00

ESTRUCTURA: NORMAL

TIPO: ESPECTACULAR

MIDE: 4.27x12.81 Mts

LOCALIZACION: CUNDUACAN-VIA CORTA A VHSA

LUZ: N

VISTA: O

DIRECCION: CUANDUACAN-VIA CORTA A VHSA (DEPORTIVA)COLONIA CUNDUACAN

POBLACION: CUNDUACAN

N.S.E. ZONA: B. MEDIO

VISIBILIDAD: A. EXCELENTE

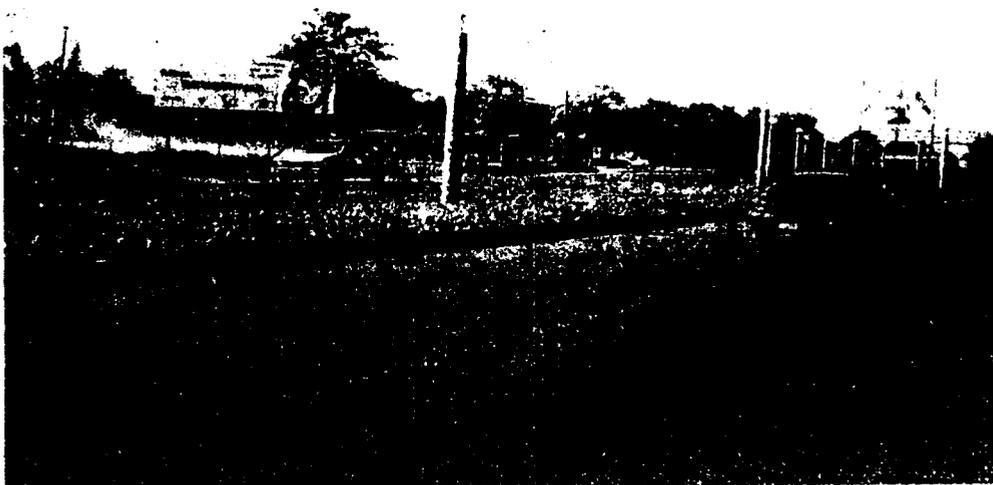
VIALIDAD: D. CARRETERA

N.S.E. AUDIENCIA: A. ALTO
TRAFICO VEHICULAR: A. ALTO

OBSERVACIONES:

NOTAS: DISPONIBLE(DEN ENTRADA A CUNDUACAN EN LA UNIDAD DEPORTIVA X EL PRI.

DISPONIBILIDAD: 02-07-09



Vendor

SUCURSAL: TABASCO

SITIO: 170060A-2

CALIFICACIÓN: PRM

TARIFA: \$18,225.00

ESTRUCTURA: UNIPOLAR

TIPO: ESPECTACULAR

MIDE: 7.00x12.81 Mts

LOCALIZACIÓN: PASEO USUMACINTA

LUZ: N

VISTA: O

DIRECCIÓN: PASEO USUMACINTA A 50 MTS DE GASOLINERACOLONIA: GUAYABAL

POBLACION: VILLAHERMOSA

N.S.E. ZONA: B. MEDIO

N.S.E. AUDIENCIA: A. ALTO

VISIBILIDAD: C. REGULAR

VIALIDAD: B. PRIMARIA

TRAFICO VEHICULAR: A. ALTO

OBSERVACIONES: Sobre Paseo Usumacinta,

NOTAS: CERCA DE SORIANA GUAYABAL/ACTUALIZACION DE TM
26NOV07/ACTUALIZACION DE TM4SEP08

DISPONIBILIDAD: 01/07/2009

IBOPE GLP:

IBOPE SVS:



Vendor

SUCURSAL: TABASCO

SITIO: 170800 -1

CALIFICACIÓN: AAA

TARIFA: \$6,319.65

ESTRUCTURA: NORMAL

TIPO: ESPECTACULAR

MIDE: 4.27x12.81 Mts

LOCALIZACION: JALPA-NACAJUCA CARR.

LUZ: N

VISTA: O

DIRECCION: CARR.NACAJUCA-JALPA KM01 PROL.JOSEMA MORELOSCOLONIA: R/a MAZATEUPA

POBLACION: NACAJUCA

N.S.E. ZONA: B. MEDIO

N.S.E. AUDIENCIA: A. ALTO

VISIBILIDAD: A. EXCELENTE

VIALIDAD: D. CARRETERA

TRAFICO VEHICULAR: A. ALTO

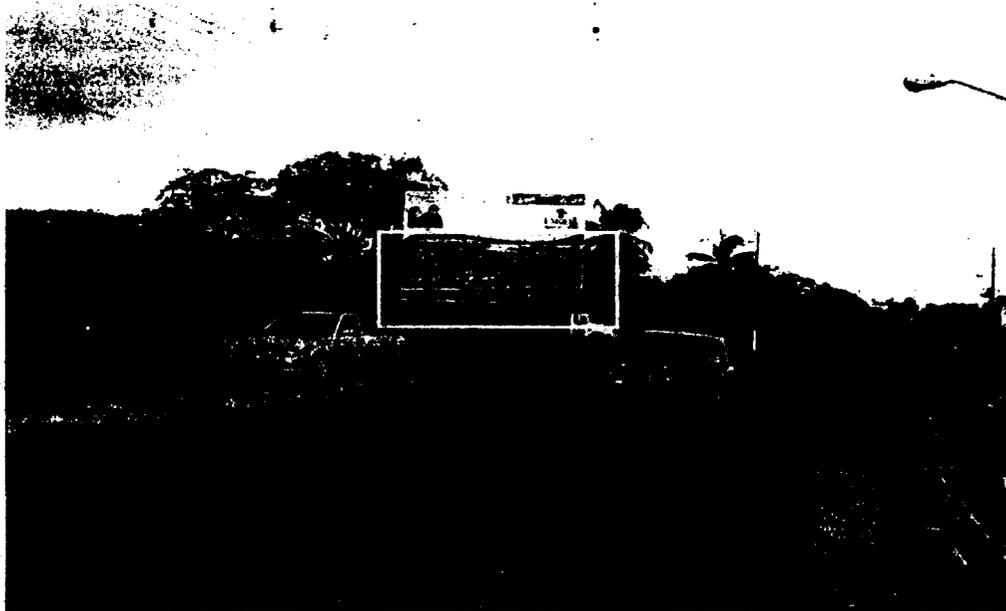
OBSERVACIONES:

NOTAS: vista de entrada a Nacajuca(entronca con periferico de Nacajuca

DISPONIBILIDAD: INMEDIATO

IBOPE GLP: AREA LIBRE ARRIBA

IBOPE SVS:



Vendor

SUCURSAL: TABASCO

SITIO: 171920 -1

CALIFICACIÓN: AAA

TARIFA: \$10,125.00

ESTRUCTURA: UNIPOLAR

TIPO: ESPECTACULAR

MIDE: 4.27x15 Mts

LOCALIZACION: CARR. MACUSPANA-VILLAHERMOSA

LUZ: N

VISTA: E

DIRECCION: CARR. VHSA-ESCARCEGA KM 9+800COLONIA POB. DOS MONTES

POBLACION: VILLAHERMOSA

N.S.E. ZONA: B. MEDIO

N.S.E. AUDIENCIA: A. ALTO

VISIBILIDAD: A. EXCELENTE

VIALIDAD: D. CARRETERA

TRAFICO VEHICULAR: A. ALTO

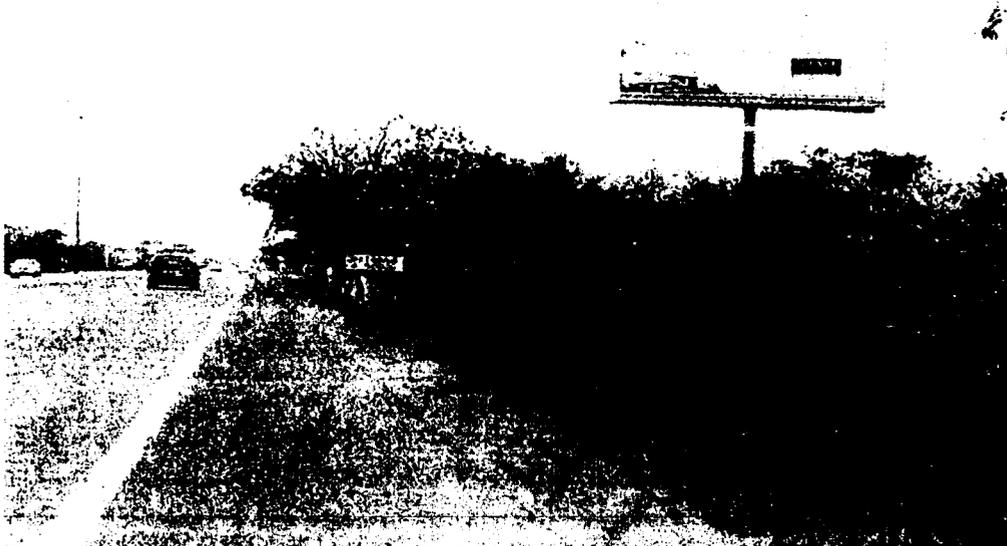
OBSERVACIONES:

NOTAS: vista de entrada a villahermosa x aeropuerto-macuspana//ACTUALIZACION DE T.M. MOD 4/9/08

DISPONIBILIDAD: 14/05/2009

IBOPE GLP:

IBOPE SVS:



Vendor

SUCURSAL: TABASCO

SITIO: 171797 -2

CALIFICACIÓN: AAA

TARIFA: \$10.125 00

ESTRUCTURA: UNIPOLAR

TIPO: ESPECTACULAR

MIDE: 4.27X14.63 Mts

LOCALIZACION: CARR. CARDENAS-VILLAHERMOSA

LUZ: N

VISTA: O

DIRECCION: COATZACOALCOS-VHSA KM. 161+700 LOMA DE CABALLO COLONIA RA ANACLETO CANABAL 4° SECCIO

POBLACION: VILLAHERMOSA

N.S.E. ZONA: B. MEDIO

N.S.E. AUDIENCIA: A. ALTO

VISIBILIDAD: C. REGULAR

VIALIDAD: D. CARRETERA

TRAFICO VEHICULAR: A. ALTO

OBSERVACIONES:

NOTAS: vista cruzada de entrada a Villahermosa x gasolinera Loma de Caballo/ACTUALIZACION DE TM 26NOV07/ACTUALIZACION DE T.M. MOD. 4/9/08

DISPONIBILIDAD: INMEDIATO



LECTOR/ANA

Vendor

SUCURSAL: TABASCO

SITIO: 170830 -1

CALIFICACIÓN: AAA

TARIFA: \$6,319.65

ESTRUCTURA: NORMAL

TIPO: ESPECTACULAR

MIDE: 4 27x12.81 Mts

LOCALIZACION: ZAPATA-TENOSIQUE CARR

LUZ: N

VISTA: E

DIRECCION: CARR. E. ZAPATA-TENOSIQUE KM. 1 COLONIA: ZONA CENTRO

POBLACION: EMILIANO ZAPATA

N.S.E. ZONA: B. MEDIO

N.S.E. AUDIENCIA: A. ALTO

VISIBILIDAD: A. EXCELENTE

VIALIDAD: D. CARRETERA

TRAFICÓ VEHICULAR: A. ALTO

OBSERVACIONES:

NOTAS: frente a la casa del ganadero x termina de taxis y combis Sub urbanas

DISPONIBILIDAD: INMEDIATO

IBOPE GLP:

IBOPE SVS:



TUTO ELECTORAL
CIUDADANA E



Instituto Electoral y de Participación Ciudadana de Tabasco

Tarifa de Medios Grupales y Medios Personales





INSTITUTO ELECTORAL Y DE PARTICIPACIÓN CIUDADANA DE TABASCO

DEPARTAMENTO DE COMUNICACIÓN

MEDIOS GRUPALES Y PERSONALES

Jpublicidad Comunicación en Movimiento	Perifoneo en Villahermosa, Mercados	132 días por spots diarios por 4 mercados	Mercados: Pino Suárez, Tamulté, Atasta y Gaviotas	\$24,288.00
	Perifoneo en Municipios	40 días por 6 horas diarias	En Municipios 2 días por semana	\$33,120.00
	Perifoneo Villahermosa	90 días por 6 horas diarias	Villahermosa: 4 días por semana	\$62,100.00
Publicidad Beatriz	Perifoneo	40 días por 6 horas diarias diarias	Municipios	\$39,600.00
	Perifoneo Villahermosa	92 días 6 horas diarias	Villahermosa	\$74,520.00
Publicidad Beatriz	Perifoneo	40 días 6 horas diarias	Municipios	\$38,400.00
	Perifoneo	92 días 6 horas diarias	Villahermosa	\$71,760.00
Lince Display	Pantallas Electrónicas 1 mes	600 anuncios diarios	2 pantallas Av. Ruíz Cortines Paseo Tabasco	\$49,000.00
	Pantallas Electrónicas 1 mes	760 anuncios diarios	2 pantallas Av. Ruíz Cortines Paseo Tabasco	\$60,500.00
Grupo Cuatro	Vallas Móviles 1 mes	6 horas diarias por 6 días a la semana. Medidas: 2.8 m. * 1.8 m (iluminación)	Villahermosa. En municipios por km \$3.00	\$120,000.00
	Correo Electrónico	30 impactos garantizados (2 mensajes enviados)	internet	\$7,100.00
		45 impactos garantizados (3 mensajes)		\$8,750.00
	Pantallas Electrónicas 1 mes	600 anuncios diarios	* Paseo Tabasco y Ruíz Cortines * Paseo Usumacinta y Ruíz Cortines * Malecón * Pagés Llergo y Gregorio	\$61,250.00
		400 anuncios diarios		\$43,750.00
ETV	Pantallas Electrónicas 1 mes	1440 spots por día	Paseo Tabasco, Ruíz Cortines, Pagés Llergo, Paseo Usumacinta, Malecón	\$61,200.00
		480 spost por día		\$20,400.00

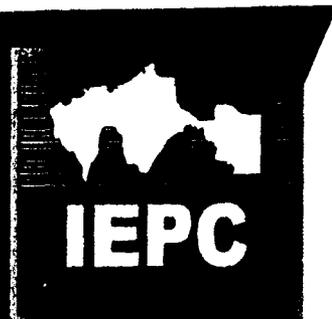
Grupo Cuatro	Espectaculares 1 Mes	3 espacios de 4 * 10 m. ; 4 * 12 m.c/u	Vista Saliendo del aeropuerto	\$18,000.00
		1 espacio 4 * 8 m. lado izquierdo c/u		\$12,000.00
		4 espacios de 4 * 12 m. c/u	Vista hacia la salida a Cárdenas y 2- Vista hacia Paseo	\$18,000.00
	Parabuses (Clear Channel) 14 días	50 caras \$2,550.00 c/u	Villahermosa	\$127,500.00
	Spots en Cines 1 Mes	7 Salas	MM Cinemas Cárdenas	\$106,400.00
	Spots en Cines 1 Mes	10 Salas	MM Cinemas Villahermosa	\$152,000.00
Grupo Imán Print One	Parabuses	60 caras \$2,900 c/u por 8 catorcenas	Ciudad de Villahermosa	\$1,392,000.00
	Banner y Lona Impresa	1.80 m. por .65 m. (1 pieza)	Falta definir el lugar donde se instalarán las lonas	\$470.93
	Estructura Prisma	4 * 10 m. lona impresa en los tres lados. Iluminación (1 pieza rentada por 4 meses)	Opción de elegir cualquier Municipio	\$151,800.00
	Pantallas Electrónicas 1 Mes	60 spost por hora	Villahermosa	\$61,200.00
		20 spots por hora	Villahermosa	\$20,400.00
		10 spots por hora	Villahermosa	\$10,200.00
	Vallas	renta 1 mes	Av. 27 de Febrero	\$28,000.00
Lona Front	2m *3m 100 piezas	Universidades	\$34,500.00	
Prodigy MSN	Half Banner Box	2 meses 10 millones	Messenger y	\$514,280.00



Grupo MUVIT	Sonido Moto Light Diurno, Mampara, Lona Front	26 días. Mampara 2 * 1.90 m. Lona Front 2 * 1.90 m.	Villahermosa	\$26,047.50
	Sonido Diurno	26 días Lunes a Sábado. Lona Front Imantado 2.40 * 3.7	Villahermosa	\$35,966.25
	Sonido Moto Light nocturno. Mampara. Lona Back	26 días. Mampara y Lona Back imantada 2 * 1.90 m.	Villahermosa	\$27,600.00
	Sonido Nocturno	26 días. Lona Back 2.40 * 3.70 m. imantado	Villahermosa	\$38,007.50
Difusión Panorámica	Espectaculares	Medidas 12.90 m. * 7.2 m.	Av. Once	\$15,500.00
		Medidas 12.90 m. * 7.2 m.	Av. Universidad	\$19,000.00
		Medidas 12.90 m. * 7.2 m.	Periferico Carlos Pellicer. Col Carrizal	\$19,000.00
		Medidas 12.90 m. * 7.2 m.	Periferico Carlos Pellicer Tamulté	\$18,000.00
		Medidas 12.90 m. * 7.2 m.	Periferico Carlos Pellicer Tamulté # 12	\$20,500.00
		Medidas 8.5 m. * 7.2 m.	Paseo Usumacinta	\$20,000.00
		Medidas 12.90 m. * 7.2 m.	Periferco Carlos Pellicer Col. Tamulté # 351	\$18,000.00
		Medidas 12.90 m. * 7.2 m.	Periferco Carlos Pellicer Col. Tamulté # 351	\$18,000.00
Grupo MUVIT	Sonido Moto Light Diurno, Mampara, Lona Front	26 días. Mampara 2 * 1.90 m. Lona Front 2 * 1.90 m.	Villahermosa	\$26,047.50
	Sonido Diurno	26 días Lunes a Sábado. Lona Front Imantado 2.40 * 3.7	Villahermosa	\$35,966.25
	Sonido Moto Light nocturno. Mampara. Lona Back	26 días. Mampara y Lona Back imantada 2 * 1.90 m.	Villahermosa	\$27,600.00
	Sonido Nocturno	26 días. Lona Back 2.40 * 3.70 m. imantado	Villahermosa	\$38,007.50

Xpost	Pantallas en Transbus 6 de julio al 9 de agosto	4 spots cada hora 70 camiones	Rutas de Villahermosa	\$27,048.00
		8 spots cada hora 70 camiones	Rutas de Villahermosa	\$45,080.00
	Pantallas en Transbus 4 de septiembre al 18 de octubre	4 spots cada hora 70 camiones	Rutas de Villahermosa	\$34,776.00
		8 spots cada hora 70 camiones	Rutas de Villahermosa	\$57,960.00
CIE Comercial	Spots en cine	16 semana en 12 salas	Cinepolis las Américas	\$768,000.00
		16 semana en 19 salas	Cinepolis Villahermosa	\$1,216,000.00
Difusión Panorámica	Espectaculares	Medidas 12.90 m. * 7.2 m.	Av. Once	\$15,500.00
		Medidas 12.90 m. * 7.2 m.	Av. Universidad	\$19,000.00
		Medidas 12.90 m. * 7.2 m.	Periferico Carlos Pellicer. Col Carrizal	\$19,000.00
		Medidas 12.90 m. * 7.2 m.	Periferico Carlos Pellicer Tamulté	\$18,000.00
		Medidas 12.90 m. * 7.2 m.	Periferico Carlos Pellicer Tamulté # 12	\$20,500.00
		Medidas 8,5 m. * 7.2 m.	Paseo Usumacinta	\$20,000.00
		Medidas 12.90 m. * 7.2 m.	Periferico Carlos Pellicer Col. Tamulté # 351	\$18,000.00
		Medidas 12.90 m. * 7.2 m.	Periferico Carlos Pellicer Col. Tamulté # 351	\$18,000.00
Publinetwork	Mensajes SMS	500,000 mensajes	usuarios de celulares	\$575,000.00
		1,000,000 mensajes	usuarios de celulares	\$805,000.00





Instituto Electoral y de Participación Ciudadana de Tabasco



Lineamientos Generales para la producción de materiales del Proyecto de Comunicación del Instituto Electoral y de Participación Ciudadana de Tabasco para el Proceso Electoral Ordinario 2009 denominado “Promoción de la Participación Ciudadana y del Voto Libre, Secreto, Universal, Directo, Personal e Intransferible 2009”

Comisión de Radio y Televisión

Lineamientos Generales para la producción de materiales del Proyecto de Comunicación del Instituto Electoral y de Participación Ciudadana de Tabasco para el Proceso Electoral Ordinario 2009 denominado "Promoción de la Participación Ciudadana y el Voto Libre, Secreto, Universal, Directo, Personal e Intransferible 2009"

INTRODUCCIÓN

La administración de programas de comunicación social dirigidos al fortalecimiento del Instituto Electoral y de Participación Ciudadana de Tabasco como la institución cuya función es la de organizar elecciones con certeza, legalidad, imparcialidad, objetividad e independencia, es el objetivo de la presente propuesta.

Dentro de la comunicación social, se ubica la rama de la publicidad y la propaganda, área que establece el método para diseñar campañas publicitarias, las cuales en función del mensaje que se enviará a los receptores del mismo, se determinan los medios de comunicación idóneos para llegar a un mayor número de éstos, en el menor tiempo.

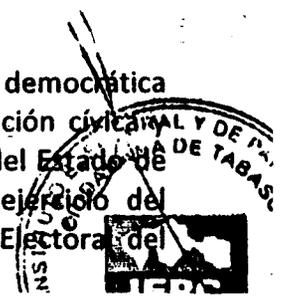
Ante una sociedad mediatizada, la tendencia en materia de comunicación es diseñar mensajes a partir de los intereses de los destinatarios de los mismos, a fin de que satisfacer sus necesidades informativas.

Una institución como lo es el Instituto Electoral y de Participación Ciudadana de Tabasco, organismo público, de ciudadanos para ciudadanos, pretende a través de esta propuesta prestar atención a la petición de los ciudadanos, con el propósito de generar mensajes que establezcan la conjunción entre los ciudadanos y los organizadores del proceso electoral y los ciudadanos para sumar esfuerzos, optimizar recursos, que deriven en la participación activa de los tabasqueños en la organización del proceso electoral ordinario 2009.

FUNDAMENTO LEGAL

Las finalidades del Instituto son: Contribuir al desarrollo de la vida pública y democrática llevar a cabo la promoción del voto y coadyuvar en la difusión de la educación cívica y democrática (Artículo 123, fracciones primera y segunda de la Ley Electoral del Estado de Tabasco). Asimismo, la promoción de la participación ciudadana para el ejercicio del derecho al sufragio corresponde al Instituto Estatal (Artículo 2º. de la Ley Electoral del Estado de Tabasco).

Para ese fin, el Instituto Estatal, por conducto del Instituto Federal, hará uso del tiempo en radio y televisión que le corresponde (Artículo 81 de la Ley Electoral del Estado de Tabasco).



VISIÓN

La autoridad administrativa electoral como institución fortalecida por la organización de procesos electorales legales dotados de certeza, legalidad, objetividad, independencia e imparcialidad.

MISIÓN

Producir proyectos de comunicación institucional orientados al fortalecimiento de la autoridad administrativa electoral en Tabasco.

CRITERIOS DE COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL

1. Respeto a la manifestación de las ideas, salvo en los casos que se ataque a la moral, los derechos de terceros, provoque un delito y/o perturbe el orden público.
2. Preeminencia a la manifestación de las ideas positivas y propositivas cuyo origen y destino de las mismas, sean los ciudadanos y con respeto a la diversidad cultural y los grupos de la sociedad considerados vulnerables.
3. Preferencia a la manifestación de las ideas motivadas por el fortalecimiento de la vida institucional y en lo particular de la autoridad administrativa electoral.
4. Privilegio a la manifestación de ideas relacionadas con promoción de la exposición y desarrollo de las actividades relacionadas con la organización del proceso electoral ordinario.
5. Prioridad a la manifestación de las ideas relacionadas con la educación cívica y la cultura democrática y la promoción de la participación ciudadana para el ejercicio del derecho al sufragio libre, directo, secreto e intransferible.
6. Observancia a la normatividad electoral en materia de acceso a la televisión con respeto a los ámbitos de competencia de la autoridad electoral federal y local.

OBJETIVOS

General

Establecer los criterios para el diseño de la campaña publicitaria dirigida a la participación ciudadana en la organización del proceso electoral ordinario y en la jornada electoral del 18 de octubre de 2009.

Particulares

- Posicionar al Instituto Electoral y de Participación Ciudadana de Tabasco como la institución encargada de la organización de elecciones locales dotados de certeza, legalidad, imparcialidad, objetividad e independencia.
- Sensibilizar a la audiencia sobre la relevancia de su participación en la organización del proceso electoral ordinario 2009 y la emisión de su voto libre, secreto, personal e intransferible, el 18 de octubre de 2009.
- Generar la conjunción entre la audiencia y los organizadores del proceso electoral, mediante la afirmación de que este ejercicio de la vida democrática es una responsabilidad compartida.
- Estimular la participación de la audiencia en la organización del proceso electoral ordinario 2009 y la emisión del voto el 18 de octubre de 2009.

DEFINICIONES GENERALES

Para fines de uso de este presente lineamiento, se entenderá como:

Lineamiento General. Documento que expresa las normas de operación para el diseño de la estrategia publicitaria, mediante la cual, se desarrollará el Proyecto de Comunicación del Instituto Electoral y de Participación Ciudadana de Tabasco para el proceso electoral ordinario 2009 denominado "Promoción de la Participación Ciudadana y el Voto Libre, Secreto, Universal, Directo, Personal e Intransferible 2009".

Audiencia: Sector de la población al que prioritariamente debemos hacer llegar la estrategia publicitaria a fin de optimizar los recursos y conseguir la mayor difusión del mensaje institucional dirigido a la consecución de los fines del Instituto.

Mensaje: El diseño y producción de escritos, imágenes, grabaciones, proyecciones que expresen los objetivos del Proyecto del Instituto Electoral y de Participación Ciudadana de Tabasco para el proceso electoral ordinario 2009 denominado "Promoción de la Participación Ciudadana y el Voto Libre, Secreto, Universal, Directo, Personal e Intransferible 2009" y el presente lineamiento, previa aprobación de la Comisión de Radio y Televisión.

Materiales audiovisuales: Diseño, producción y post-producción de spots para radio y televisión.

Spot: Impacto mediante el cual se transmite el mensaje, cuya unidad de medida será de 30 segundos.

Diseño de spots: La elaboración del concepto rector y creativo, los guiones literarios y técnicos, así como de los storyboard, empleados específicamente para televisión.

Producción de spot de radio: Grabación en audio del mensaje, apoyado de elementos técnicos para su ilustración.

Producción de spot de televisión: Grabación de imágenes que ilustren el mensaje apoyados en los elementos técnicos para su ilustración, así como su edición.

Elementos técnicos: Todos los apoyos para la ilustración auditiva o visual del mensaje como Dramatización, Musicalización, Voces, Voces en off, Efectos de Sonido.

Guiónes literarios: Narración en prosa de la concepción del mensaje institucional.

Guiónes técnicos: Documento en el que se detalla el guión literario, apoyado de los elementos técnicos para su ilustración.

Storyboard: Guión técnico empleado en materia de televisión.

Post-producción: Terminado final del spot de radio y televisión, que incluya las observaciones de la Comisión de Radio y Televisión.

Materiales gráficos para impresión: Producción y post-producción de escritos e imágenes para insertarse en medios impresos.

Medios impresos: Periódicos, revistas, pinta de bardas, espectaculares y flyers.

Producción: Diseño de los escritos e imágenes que ilustren el mensaje (Dommies)

Post-producción: Acabado final del material visual para impresión, que incluya las observaciones de la Comisión de Radio y Televisión.

Orden de Inserción: Documento autorizado por el que se ordena la publicación de los materiales audiovisuales y visuales en los medios de comunicación.

BASES

La producción de los materiales, se sujetarán a las siguientes bases:

1. Diseño del mensaje institucional
2. Diseño, Producción y Post-producción de materiales audiovisuales para radio y televisión
3. Diseño, Producción y Post-producción de dommies y materiales gráficos para impresión



DIAGNÓSTICO

Perfil de la audiencia

¿Qué quiere nuestra audiencia?

Los ciudadanos tabasqueños reclaman de sus instituciones que se conduzcan con liderazgo. Debe estar construido en la credibilidad y que contraste con la indiferencia, la inconformidad y la injusticia.

El liderazgo también es visto, por nuestra audiencia, como el trabajo en equipo en donde se privilegien los acuerdos, la integración, la organización y la participación.

Tal equipo de trabajo debe ser, además, conducido en la práctica de valores como el respeto, el diálogo, la tolerancia y la solidaridad.

Lo anterior, se desprende de los resultados obtenidos durante la aplicación del Programa Juventud y Democracia en los años 2007 y 2008, a cargo de la Dirección de Organización y Capacitación Electoral.

En el citado trabajo, comprendido del 7 de marzo al 26 de octubre de 2007, mediante el uso de la metáfora, se pidió a más de 4 mil 600 jóvenes que propusieran soluciones al conflicto presentado en la historia que les proporcionó. Jóvenes estudiantes del nivel medio superior de 35 escuelas de la entidad, de las cuales el 62.86 por ciento se localizan en la zona urbana y el resto en la comunidad rural.

De la historia, el 88.76 por ciento de los participantes, detectaron como conflicto principal el desacuerdo, motivado por la falta de comunicación que tuvo como origen las diferentes formas de pensar, la ausencia de diálogo y de la práctica de valores, en parte también encontraron en la mala educación, un factor que determinó el curso de la historia. En ese orden de ideas, establecieron la yuxtaposición entre la soberbia y el amor y dijeron que tales condiciones generan sentimientos de inconformidad y de injusticia.

Al pedirles las posibles soluciones al conflicto detectado, el 90.69 por ciento de los jóvenes, coincidentemente propusieron las antítesis de los temas observados.

Es decir, para el desacuerdo sugirieron el trabajo en equipo, basado en el diálogo y la práctica de valores. Como sinónimos del trabajo de equipo expusieron conceptos como la participación y la organización, en el caso de la práctica de valores, se citó como relevantes: el respeto, tolerancia, diálogo, responsabilidad, confianza, comprensión y solidaridad. Como antídoto a la soberbia reconocen en la humildad su mejor ejercicio y educar con el ejemplo, es la manera de promover el trabajo de equipo referido inicialmente. De materializarse estas soluciones, los jóvenes también ven que los sentimientos que se motivarían son la justicia y la igualdad.



En un tercer escenario que se desprende del análisis de la metáfora, el 87.69 por ciento de los jóvenes estudiantes aceptaron que los elementos encontrados en la historia compartida se reflejan en su realidad.

La falta de acuerdos por la diferencia de ideas y la ausencia del diálogo, así como de la práctica de valores forman parte de su vida cotidiana.

El respeto y la tolerancia siguen siendo los valores de los que adolece nuestra sociedad, aunado al individualismo como antónimo de la solidaridad, que es propuesta en la parte de las soluciones.

También observan que en su entorno existe un autoritarismo como analogía de la soberbia que encontraron al analizar los conflictos existentes en la historia analizada.

Todos estos elementos se conjugan para que el trabajo en equipo sea inexistente y prevalezca la desorganización y la falta de participación. No hay confianza, por lo tanto, hay desintegración.

¿Qué sentimiento son los que se generan? Injusticia e indiferencia, sentimientos que fueron previstos al momento de analizar los posibles conflictos en la historia leída.

Para el año 2008, el Programa de Juventud y Democracia, con base en la información que se obtuvo del ejercicio 2007, diseñó una estrategia, que a través de la simulación de una votación, se invitó a los jóvenes a que eligieran los valores que consideraran de mayor importancia para la convivencia.

En ese sentido, el 45 por ciento, de un universo de casi 5 mil 900 estudiantes del nivel medio superior, se pronunció por el Respeto, siendo la Justicia, el Diálogo y la Libertad, los valores que le precedieron en orden de importancia. Aunado a esto, hay quienes también vieron en la Tolerancia y la Responsabilidad, elementos que deben estar en la cotidianidad.

¿Quién es nuestra audiencia?

Nuestra audiencia es el sector de la población al que prioritariamente debemos hacer llegar las estrategias de comunicación social, a fin de optimizar los recursos y conseguir la mayor difusión del mensaje institucional dirigido a la consecución de los fines del Instituto.

En el caso para los fines del Instituto Electoral y de Participación Ciudadana de Tabasco, la audiencia son los sectores de población de mayor presencia en el listado nominal del IFE y que por ende determinarán, con su voto, los resultados del proceso electoral ordinario 2009.

Según el corte con fecha al 30 de septiembre del año 2009, proporcionado por el Registro Federal de Electores del Instituto Federal Electoral, los sectores de mayor presencia en el listado nominal, lo componen: Mujeres, los adultos mayores y los jóvenes.

La franja que registra al sector femenino señala que el 51 por ciento de los votantes, son mujeres entre los 20 y 49 años, de acuerdo con los datos que arroja el Censo de Población y Vivienda 2005. Las mujeres que se encuentran en este rango son amas de casa, un 20 por ciento de ellas, son las jefas de los hogares y ven por la manutención de por lo menos 2 hijos, cuya formación educativa en promedio es de nivel secundaria, por lo tanto, sus ingresos provienen de la economía informal.

Con relación a las personas adultas mayores, según el mismo dato, señala que viven en zonas urbanas y suburbanas y su fuente de ingresos es del sistema de pensiones.

El tercer grupo de mayor presencia electoral son los jóvenes entre los 18 y 24 años, quienes se encuentran en algunas de las 37 instituciones de educación registradas oficialmente ante la Secretaría de Educación.

Todos estos grupos tienen como común denominador que son usuarios del Seguro Popular, pues según el Censo de Población y Vivienda 2005, el 60 por ciento de los tabasqueños usan este servicio. Sus vidas se desarrollan en viviendas en zonas urbanas y suburbanas, que carecen de un techo firme, cuenta en promedio con una sola habitación, pero gozan de los servicios básicos como agua potable, alcantarillado y luz eléctrica.

En el caso de la población indígena, esta constituye el 6 por ciento de la población estatal. De la misma manera, las viviendas que habitan en la zona rural del estado cuentan con los servicios básicos y atención médica que reciben también del sector gubernamental. Asentado principalmente, en los municipios de Centla, Centro y Macuspana.

En menor proporción, pero de igual relevancia, es la audiencia compuesta por el 10.6 por ciento de los tabasqueños que constituyen las personas con capacidades diferentes, quienes en congruencia con las políticas de comunicación, son origen y destino del mensaje institucional.

Otra característica que define a nuestra audiencia es el desinterés por los temas relacionados con la cultura política. Con base en el ejercicio practicado por la Secretaría de Gobernación entre los años 2001 y 2006 mediante las Encuestas Nacionales de Cultura y Participación Ciudadana en México, publicado bajo el mismo nombre, señala que los mexicanos su fuente de información primaria para formar sus criterios sobre este tópico es la televisión.

¿En qué piensa nuestra audiencia?

Un posible pensamiento compartido de la audiencia es la manutención familiar. Cómo hacerse de recursos para el pago de servicios, garantizar vestuario y alimentación. Cómo insertarse en la vida productiva de la entidad.

¿Cómo hacer que la audiencia se interese en participar, si es el caso, en las etapas de la organización del proceso electoral ordinario 2009 e incluso vaya a las urnas?

La respuesta posible es en la sensibilización de su relevancia como grupo predominante para incidir en estos temas.

¿En dónde se encuentra nuestra audiencia?

EL 47.8 por ciento de la audiencia se concentra en 3 cabeceras municipales que por su concentración de población y de servicios, son a su vez, las de mayor importancia en la entidad: Centro, Cárdenas y Comalcalco. Con la inclusión del municipio de Huimanguillo se alcanza el 50 por ciento más uno de la totalidad de los votantes.

Audiencia A: Mujeres entre 20 y 49 años

La audiencia femenina la encontraremos en:

- Sector comercio y servicios: Mercados Públicos, Tiendas departamentales y servicios, Abarroteras, Zapaterías, Bancos, Salas de Cine, Salones de Belleza, Papelerías, Gasolineras. En el servicio público de transporte y circulando en las calles y avenidas. En menor proporción en los Restaurantes.
- Sector Religioso: Tienen presencia en las 45 agrupaciones religiosas inscritas en la Dirección de Asociaciones Religiosas registradas en la Secretaría de Gobernación.
- Sector Salud: En farmacias, clínicas y hospitales.
- Sector Educativo: En la Asociación Estatal de Padres de Familia.



Audiencia B: Los Adultos Mayores. Ciudadanos entre los 50 y 65 años

La audiencia conformada por adultos mayores la encontraremos:

- Sector comercio y servicios: Mercados Públicos, Tiendas departamentales y de servicios, Abarroteras, Zapaterías, Bancos, Salones de Belleza, Papelerías, Gasolineras, Clubes de Adultos Mayores. En el servicio público de transporte y circulando en las calles y avenidas. En menor proporción en los Restaurantes.
- Sector Religioso: Tienen presencia en las 45 agrupaciones religiosas inscritas en la Dirección de Asociaciones Religiosas registradas en la Secretaría de Gobernación.
- Sector Salud: En farmacias, clínicas y hospitales.

Audiencia C: Jóvenes entre 18 y 24 años

La audiencia conformada por adultos mayores la encontraremos:

- Sector comercio y servicios: Mercados Públicos, Tiendas departamentales y de servicios, Abarroteras, Zapaterías, Bancos, Salas de Cine, Salones de Belleza, Papelerías, Gasolineras. Bares, Discotecas, Ciber-cafés. En el servicio público de transporte y circulando en las calles y avenidas.
- Sector Religioso: Tienen presencia en las 45 agrupaciones religiosas inscritas en la Dirección de Asociaciones Religiosas registradas en la Secretaría de Gobernación.
- Sector Salud: En farmacias, clínicas y hospitales.

Audiencia D: Población Indígena

- Sector Religioso: Tienen presencia en las 45 agrupaciones religiosas inscritas en la Dirección de Asociaciones Religiosas registradas en la Secretaría de Gobernación
- Sector Educativo: Asociación Estatal de Padres de Familia.
- Sector Salud. Casas de Salud comunitarias.
- Asociaciones y Sectores organizados.
- Lengua predominante: Chontal.

Audiencia E: Población en general

- Hombres de 18 a 55 años: Empresarios, empleados, obreros.
- Ciudadanos con capacidades diferentes.



Es importante señalar que un común denominador en estos grupos es el uso de la telefonía celular y el internet.

DISEÑO DEL MENSAJE INSTITUCIONAL**Concepto Rector**

El concepto rector lo componen el conjunto de frases que son una realidad, como:

- Todos estos sectores de la población son los grupos de mayor presencia en la sociedad.
- Todos estos sectores de la población son considerados grupos vulnerables. Las políticas públicas están diseñados para atenderlos.
- Todos estos sectores de la población están ocupados en garantizar sus condiciones de vida.
- Todos estos sectores de la población son mayores de edad.
- Todos estos sectores de la población son ciudadanos.
- Todos estos ciudadanos tienen desinterés por los temas relacionados con la cultura política y en lo particular, en lo electoral.
- Todos estos ciudadanos están mediatizados. La información la obtienen de la televisión. Así que el conocimiento que tienen en materia política electoral es el que proviene de ese medio.
- Todos estos ciudadanos serán convocados a participar, en algún momento, en las etapas de la organización del proceso electoral ordinario 2009.
- Todos estos ciudadanos se convertirán, en un momento dado, en ciudadanos al servicio de otros ciudadanos en la organización del proceso electoral ordinario.

Concepto Creativo

Propuestas:

1. La elección es tuya... Todos hacemos la elección... Participa
2. La elección es nuestra...Juntos hacemos la elección... Participa
3. Tú, yo, todos hacemos la elección...Participa



Teoría de la Interpretación. Esta tesis de la comunicación, cuyo principal representante es el doctor Antonio Sánchez-Bravo Cenjor, de la Universidad Complutense de Madrid, sostiene que:

El antiguo modelo de la comunicación lineal: Emisor-Mensaje-Receptor, debe ser modificado y dar prioridad al Receptor o la Audiencia, es decir, las personas a las que les llegará el mensaje. Para ello, hay que conocer qué demanda la audiencia.

En esta propuesta, se establece que el mensaje debe ser un hecho legible, algo que debe lograrse que sea entendido, en contra del doble sentido y esto es posible, cuando las palabras tienen un solo sentido.

El mensaje, entonces, debe convencer con la palabra, lo que se conoce como elocución; la composición del mensaje se debe hacer en atención al objetivo que se persigue y hacer uso de la argumentación para ofrecer bases sólidas de lo que se dice.

El mensaje, entonces, debe tener como virtudes:

- Claridad: Uso de frases cortas y concisas. Uso del modelo de la oración simple (Sujeto, Verbo y Predicado).
- Conveniencia: Debe ser emitido en el momento, en el lugar y con los medios propios, adecuados, favorables para la audiencia.
- Calor: Debe ser empático. Es ponerse en lugar de la audiencia.
- Amplitud: De tal manera que contenga todos los elementos para que la información que se transmite en el mensaje sea completa.

PROCESO

1. Diseño del mensaje institucional

CRITERIOS

1. Los mensajes se apegarán en todo momento a la Ley Electoral del Estado de Tabasco y al presente lineamiento general.
2. En atención a lo anterior, los mensajes serán estructurados con base al respeto a la manifestación de las ideas, cuidando en todo momento la vida institucional.
3. El concepto rector, creativo y lema de la campaña publicitaria serán los que autorice la Comisión de Radio y Televisión.
4. El concepto creativo y lema de la campaña, será corto, no mayor a 10 palabras, pero lo suficientemente explícito para expresar los objetivos del Proyecto de Comunicación Institucional.
5. La definición del concepto rector, creativo y lema de la campaña se ajustará, en la medida de las posibilidades de la construcción del mensaje, al apartado del Diagnóstico.

6. Los mensajes como identificación deberán contener:

- Nombre del instituto: Instituto Electoral y de Participación Ciudadana de Tabasco.
- Lema del instituto: "Tu participación es nuestro compromiso".
- Lema de la campaña.
- Fechas establecidas para trámites.
- Domicilios y teléfonos de los lugares para la realización de los trámites.
- Autoridad responsable de los trámites.

7. Los mensajes serán en idioma español y lenguaje chontal.

8. Los mensajes serán construidos con oraciones cuya semántica sea positiva y propositiva.

9. Los mensajes se construirán en hechos legibles, evitando la posibilidad de ser interpretado de más de una manera. Los textos y los elementos técnicos tendrán un solo sentido semántico.

10. Los mensajes se construirán en atención a los objetivos que se persiguen en este lineamiento.

Se reconocerán como virtudes del mensaje la Claridad, la Conveniencia, el Calor y la Amplitud.

11. La Claridad del mensaje consistirá en el uso del modelo de estructuración simple de la oración, cuyos componentes son: el Sujeto, el Verbo y el Predicado. Al uso de frases cortas y directas.

13. La Conveniencia del mensaje se entenderá como la emisión del mismo en el momento, en el lugar y en los medios propios, adecuados, favorables para la audiencia.

14. Deberá diseñarse, con relación al mensaje central, un mensaje específico para cada una de las fases del proceso electoral ordinario 2009, conforme a los Acuerdos del Consejo Estatal.

15. Los mensajes específicos para cada una de las fases del proceso electoral ordinario 2009, cambiará conforme vaya avanzando el proceso.

16. El Calor del mensaje consistirá en la generación de la conjunción entre la audiencia y los organizadores del proceso electoral ordinario.

17. Por Amplitud del mensaje, se comprenderá la integración de todos los elementos técnicos y de identificación para que la información que se transmite en el mensaje sea completa.

18. Los mensajes ponderarán la difusión de los principios rectores del Instituto Electoral y de Participación Ciudadana de Tabasco: Certeza, Legalidad, Objetividad, Imparcialidad e Independencia.

19. Los mensajes ponderarán las características del voto: Libre, Directo, Secreto, Universal, Personal e Intransferible.

20. Los mensajes ponderarán la difusión de los valores democráticos sugeridos por la audiencia: Liderazgo, Trabajo en equipo, Respeto, Diálogo, Tolerancia y Solidaridad.

21. Se entenderá por Liderazgo: Construcción de la credibilidad, que contraste con la inconformidad e indiferencia.



- 22. Se entenderá por Trabajo en equipo: Privilegio de acuerdos, Integración, Organización y Participación.
- 23. Los mensajes deben atender la diversidad cultural de la entidad, así como la inclusión de los grupos sociales considerados como vulnerables.

FASES DE LA CAMPAÑA (AGENDA TEMÁTICA)

Fases de la Campaña

Definiciones legales

Posicionamiento



Observadores Electorales

Actualiza tu credencial

Recoge tu credencial

Auditoría al Padrón

Definición del IEPCT

1. Organismo público permanente, autónomo e independiente en sus decisiones y profesional en su desempeño
2. Responsable de organizar las elecciones locales.
3. Sus principios son certeza, legalidad, Independencia, imparcialidad y objetividad.
4. Asegurar a los ciudadanos el ejercicio de derechos políticos electorales
5. Garantizar la celebración periódica y pacífica de las elecciones para renovar a los integrantes de los poderes Legislativo y los Ayuntamientos del estado.
6. Velar por la autenticidad y efectividad del voto

Definición de observador electoral

1. Es derecho de los ciudadanos participar, libre e individualmente o a través de la asociación a la que pertenezcan, como observadores de las actividades electorales en toda la entidad.
Relevancia de la importancia de participar como observador electoral
2. La participación de los ciudadanos como observadores dota de certeza la organización del proceso electoral.

La credencia de elector como requisito para votar

1. La credencial para votar, es el documento que se le expide al ciudadano, para ejercer su derecho al voto.
2. En caso de extravío o deterioro es indispensable hacer el trámite para reponerla.
3. Si se cumplirá 18 años de edad, es necesario tramitarla.

La credencial de elector como requisito para votar

1. Si hiciste el trámite, concluye el procedimiento y recoge la credencial de elector.
2. Sin credencial de elector se queda el ciudadano sin votar.

La lista nominal como registro oficial de los votantes

1. Las listas nominales de electores son las relaciones que contienen el nombre y datos de las personas incluidas en el padrón electoral, agrupadas por Distrito, Municipio y Sección Electoral, a quienes se ha expedido y entregado su credencial para votar.
2. Verificar aparecer en la lista nominal, genera certeza de la participación del ciudadano el día de la jornada electoral.



Prevención de los delitos electorales

Agradecimiento y Difusión de los resultados

3. Caso contrario, se avisa a la autoridad para que proceda a la revisión del dato y se garantice la participación del ciudadano el día de la elección.

Definición de las mesas directivas de casillas:

1. Las mesas directivas de casilla son órganos electorales formados por ciudadanos, facultados para recibir la votación, realizar el escrutinio y cómputo en cada una de las secciones electorales en que se dividan los Distritos Electorales.
2. Las mesas directivas de casilla como autoridad electoral tienen a su cargo, durante la jornada electoral, respetar y hacer respetar la libre emisión y efectividad del sufragio, garantizar el secreto del voto y asegurar la autenticidad del escrutinio y cómputo.

Procedimiento técnico para votar:

1. Del artículo 259 al 262 de la Ley Electoral del Estado de Tabasco.
El voto:
1. El voto es universal, libre, secreto, directo, personal e intransferible.

Régimen sancionador electoral

1. La inducción a la abstención del voto.
 2. La inducción a votar por un partido o candidato.
 3. La utilización de programas sociales y de sus recursos, con la finalidad de inducir o coaccionar a los ciudadanos para votar a favor o en contra de cualquier Partido Político o candidato
 4. Disposiciones en los artículos 348 y 352 del Código Penal para el Estado de Tabasco
1. Gracias a los ciudadanos que participaron como observadores electorales, integrantes de la mesa directiva de casillas y a los que votaron por su participación el 18 de octubre.

FASES DE LA CAMPAÑA (VERSIONES Y TIEMPOS)

Fases de la Campaña	Número de Versiones	Periodos
Posicionamiento	7	6 de julio-18 de octubre
Observadores Electorales	2	6 de julio-31 de agosto
Actualiza tu credencial	2	6 de julio- 31 de agosto
Recoge tu credencial	2	6 de julio-31 de agosto
Auditoría al Padrón	1	1 al 15 de septiembre
Funcionarios de Casillas	4	6 de julio al 15 de octubre
Promoción al Voto	9	6 de septiembre al 18 de octubre
Prevención de los delitos electorales	4	6 de julio al 18 de octubre
Agradecimiento y Difusión de los resultados	1	19 al 21 de octubre
TOTAL	32	

PROCESO**II. Diseño, Producción y Post-producción de materiales audiovisuales para radio y televisión****CRITERIOS**

1. Los guiones literarios, técnicos y storyboard que servirán de base para la producción de spots, serán los que apruebe la Comisión de Radio y Televisión.
2. La unidad de medida de los spots será de 30 segundos, sin fracciones.
3. Los formatos para la producción de los spots, deberán ser compatibles para su reproducción en radio, televisión, pantallas gigantes de video, perifoneo y en proyección de cine.
4. Los spots deben ser comprensibles, de tal manera, que se pueda prescindir del audio.
5. Los spots se entregarán, para audio en Discos Compactos y para video en DVD.
6. En los elementos técnicos queda prohibido, la invocación mental o física con autoridades de los tres niveles de gobierno y/o con partidos políticos.
7. Para el caso, específico de televisión, se usarán como base para la composición plástica, los colores institucionales del IEPCT.
 - Pantone 228
 - Negro al 20 por ciento
 - Blanco
 - Letra Arial Black
8. Queda prohibido el uso de los colores institucionales de los partidos políticos
 - PAN: Azul R0, G75, B139
 - PRI: Verde R10, G112 B52; Rojo R168, G39, B33; Gris R182, G184, B186
 - PRD: El amarillo Pantone 116 en el fondo y el negro en el sol y las letras.
 - PT: Rojo R218, G37, B29; Amarillo R248, G228, B21
 - PVEM: Verde R134, G184, B25; Amarillo R254, G254, B1; Rojo R227, G51, B44; Verde usado en el pico del tucán R138, G62, B69; Verde claro de la hoja R74, G20, B89; Verde oscuro de la hoja R39, G164, B70.
 - Convergencia: Los colores del emblema serán para el águila y para el listón en movimiento que sobresale del emblema, el color naranja Pantone CMYK M65, Y100; para los círculos concéntricos, el primero azul cobalto Pantone CMYK C100 CMYK C100, M77; el segundo en blanco.
 - Nueva Alianza: Azul en C100, M0, Y40, K20 y Negro en K100, C0, M0, Y0.
 - PSD: Pantone 1797 C en C0, M94, Y94 K6.

**PROCESO****III. Diseño, Producción y Post-producción de materiales gráficos para impresión**

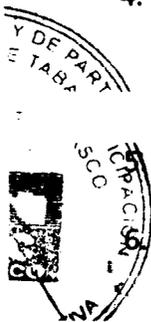
CRITERIOS TÉCNICOS

1. Para la composición plástica se emplearán como colores bases, los institucionales del Instituto Electoral y de Participación Ciudadana de Tabasco.
 - Pantone 228
 - Negro al 20 por ciento
 - Blanco
 - Letra Arial Black

2. Queda prohibido el uso de los colores institucionales de los partidos políticos
 - PAN: Azul R0, G75, B139
 - PRI: Verde R10, G112, B52; Rojo R168, G39, B33; Gris R182, G184, B186
 - PRD: El amarillo Pantone 116 en el fondo y el negro en el sol y las letras.
 - PT: Rojo R218, G37, B29; Amarillo R248, G228, B21
 - PVEM: Verde R134, G184, B25; Amarillo R254, G254, B1; Rojo R227, G51, B44; Verde usado en el pico del tucán R138, G62, B69; Verde claro de la hoja R74, G20, B89; Verde oscuro de la hoja R39, G164, B70.
 - Convergencia: Los colores del emblema serán para el águila y para el listón en movimiento que sobresale del emblema, el color naranja Pantone CMYK M65, Y100; para los círculos concéntricos, el primero azul cobalto Pantone CMYK C100 CMYK C100, M77; el segundo en blanco.
 - Nueva Alianza: Azul en C100, M0, Y40, K20 y Negro en K100, C0, M0, Y0.
 - PSD: Pantone 1797 C en C0, M94, Y94 K6.

3. Queda prohibido el uso de logotipos, frases, palabras, lemas, fotografías, viñetas, caricaturas, dibujos, figuras, ilustraciones, empleados en las estrategias publicitarias de las autoridades de gobierno de los tres niveles de gobierno para la difusión de sus acciones de gobierno, así como de los partidos políticos.

4. El material para impresión, deberá entregarse en los programas Corel Draw versión X3, Adobe Photoshop CS3 o Adobe Illustrator, mismos que deberán venir vectorizados.



La unidad de medida para los materiales gráficos para inserción en prensa serán cintillos de 8 columnas de largo por 10 centímetros de alto, en posición horizontal. La resolución de los materiales gráficos para impresión corresponderá a la medida para el que será empleado:

PROPUESTA DE SELECCIÓN DE MEDIOS

Medios Masivos

Medios	Acceso	Unidades de Medida
Radio y Televisión	Uso de tiempos oficiales	Spots de 30 segundos, Jingle
Periódicos	Inserción	Cintillos horizontales de 8 columnas por 10 centímetros de alto

Medios Grupales

Medios	Acceso	Unidades de Medida
Pantallas electrónicas (Avenidas y Cruceros)	Inserción	Spots de 30 segundos
Pantalla electrónica (Transbus)	Inserción	Spots de 30 segundos
Pantallas electrónicas (Bares y Restaurantes)	Inserción	Spots de 30 segundos
Pantallas electrónicas (Módulos en la Feria Estatal y Municipales)	Participación	Spots de 30 segundos
Perifoneo	Inserción	Spots de 30 segundos
Cine	Inserción	Cine-minuto Spot de un minuto
Bardas	Sorteo de espacios de uso común (En función del Acuerdo del Consejo Estatal)	
Espectaculares	Inserción	
Impreso	Colocación	Lonas Impresas
Reuniones Informativas	Pláticas con sectores de la sociedad: ONG's, Empresarios, Religiosos.	Convenios de Colaboración en la materia

Medios Personales

Medios	Acceso	Unidades de Medida
Correo electrónico	Inserción	Banners
Recibos por el pago de servicios	Inserción	Textos
Tiendas de autoservicio y Bancos, Restaurantes, Farmacias, Hospitales, Hoteles		
Artículos publicitarios	Distribución	Piezas



Fuentes

Cáceres, J. G. (2008). *Construyendo una Comunicología Posible*. Mérida.

Cenfor, A. S.-B. (1992). *Manual de Estructura de la Información*. (C. d. Areces, Ed.) Madrid, España: Ramón Areces.

Electoral, D. d. (2008). *Los Jóvenes en la Democracia*. Instituto Electoral y de Participación Ciudadana de Tabasco, Departamento de Organización y Capacitación Electoral, Villahermosa.

Electoral, D. d. (2007). *Programa "Juventud y Democracia"*. Instituto Electoral y de Participación Ciudadana de Tabasco, Departamento de Organización y Capacitación Electoral, Villahermosa.

Electores, R. F. (2008). *Padrón y Lista Nominal*. Instituto Federal Electoral, Coordinación de Procesos Tecnológicos, México, D.F.

INEGI (marzo de 2009). *INEGI*. Recuperado el 15 de enero de 2009, de <http://www.inegi.gob.mx/est/contenido/espanol/rutinas/ept.asp?t=mbog05&c=est&c=3303>

INEGI (marzo de 2009). *INEGI*. Recuperado el 2009 de enero de 16, de <http://www.inegi.gob.mx/contenido/espanol/rutinas/ept.asp?t=msoc02&s=est&c=1880>

INEGI (marzo de 2009). *INEGI*. Recuperado el 16 de enero de 2009, de <http://www.inegi.gob.mx/contenido/espanol/rutinas/ept.asp?t=mviv23&s=est&c=9733>

Mayoral, J. L. (2008). *Comunicación y Cultura de la Sociedad de Información*. Sevilla.

Muñoz, M. A. (2007). *Comunicar desde el Gobierno*. (I. E. Chihuahua, Ed.) Chihuahua: Artículos de Publicidad-IMAP S.A. de C.V. Secretaría de Gobernación, Unidad de Desarrollo Político. (Octubre de 2007). *Cultura Política y Participación Ciudadana en México, antes y después del 2006*. México, D.F.

Tabasco, Q. N. (12 de Diciembre de 2008). Decreto 099. *Ley Electoral del Estado de Tabasco (24330)*, Extraordinario número 52, 160. (S. d. Gobierno, Ed.) Villahermosa, Tabasco, México.

Guerrero, I. E. (s.f.). Recuperado el 29 de Abril de 2009, de http://www.iefp.org.mx/v2007/index.php?option=com_content&task=view&id=63&Itemid=34

Estatutos. (s.f.). *Convergencia.org.mx*. Recuperado el 29 de Abril de 2009, de http://www.convergencia.org.mx/index.php?Itemid065&id=41&option=com_content&task=view

Instituto Electoral y de Participación Ciudadana de Tabasco. (s.f.). Recuperado el 4 de Mayo de 2009, de http://www.iepct.org.mx/docs/marco_legal/codigo_penal_2003.pdf

54 Asociaciones Civiles y Organismos No Gubernamentales

<http://www.conexiondigital.org/buscador/asociaciones.htm>

37 Universidades y Tecnológicos

http://www.setab.gob.mx/educacion_superior/colegios_universidades.html Consultado el 24 de noviembre de 2008

45 agrupaciones religiosas

<http://www.asociacionesreligiosas.gob.mx/SGAR05-Docs/Publicacion de Ministros de culto por SGAR.pdf> Consultado el 6 de diciembre de 2008

Mercados Públicos

Tiendas de autoservicio y departamentales

http://solutions.3m.com.mx/wps/portal/3M/es_MX/Car_Care/Home_Page/Donde_Comprar/Tiendas/ Consultado 24 de noviembre de 2008

Cinépolis

<http://www.spotsmexico.com/spots/mexico/tabasco/villahermosa/cinopolis.jsp>

Bancos

<http://www.portal-villahermosa.com/regional/dir/bancos.html> Consultado el 6 de diciembre de 2008

Farmacias

<http://www.portal-villahermosa.com/regional/dir/farmacias.html> Consultado el 6 de diciembre de 2008

Hospitales

<http://www.portal-villahermosa.com/regional/dir/hospitales.html> Consultado el 6 de diciembre de 2008

Asociaciones de Padres de Familia

http://www.setab.gob.mx/educacion_basica/atencion_padres_fam/2007_2008.html Consultado el 17 de diciembre de 2008.

Restaurantes

<http://www.portal-villahermosa.com/regional/dir/restaurantes.html> Consultado el 6 de diciembre de 2008

Papelerías

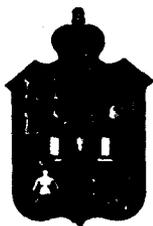
<http://www.portal-villahermosa.com/regional/dir/papelerias.html> Consultado el 6 de diciembre de 2008.

Asociaciones Indigenistas

dndpitab@prodigy.net.mx Consultado el 17 de diciembre de 2008

INAPAM y Clubes de la Tercera Edad del IMSS e ISSSTE



**INSTITUTO ELECTORAL Y DE PARTICIPACIÓN
CIUDADANA DE TABASCO**TU PARTICIPACIÓN, ES
NUESTRO COMPROMISO**CONSEJO ESTATAL**

No.- 25145

ACUERDO CE/2009/049

ACUERDO QUE EMITE EL CONSEJO ESTATAL DEL INSTITUTO ELECTORAL Y DE PARTICIPACIÓN CIUDADANA DE TABASCO, MEDIANTE EL CUAL INTEGRA UNA COMISIÓN PARA QUE DÉ SEGUIMIENTO AL DESARROLLO DEL "PROGRAMA DE RESULTADOS ELECTORALES PRELIMINARES DEL ESTADO DE TABASCO" (PREPET) A UTILIZARSE EN LA JORNADA ELECTORAL ORDINARIA DEL 18 DE OCTUBRE DEL AÑO 2009.

CONSIDERANDO

1. Que como establece la Constitución Política del Estado Libre y Soberano de Tabasco, en su artículo 9, apartado C, fracción I, inciso a), el Instituto Electoral y de Participación Ciudadana de Tabasco, es un organismo público, autónomo, de carácter permanente, independiente en sus decisiones y funcionamiento, dotado de personalidad jurídica y patrimonio propios, depositario de la autoridad electoral, responsable del ejercicio de la función pública de organizar las elecciones, bajo los principios rectores de certeza, legalidad, independencia, imparcialidad y objetividad.
2. Que el artículo 128 de la Ley Electoral del Estado de Tabasco, establece que el Consejo Estatal del Instituto Electoral y de Participación Ciudadana de Tabasco, es responsable de vigilar el cumplimiento de las disposiciones constitucionales y legales en materia electoral.
3. Que en términos de lo dispuesto por el artículo 29, fracciones II y III de la Ley Electoral del Estado de Tabasco, el domingo 18 de octubre del año 2009, se desarrollará la Jornada Electoral para elegir Diputados al Congreso del Estado y a los integrantes de los Ayuntamientos, por los principios de mayoría relativa y representación proporcional.



4. Que el artículo 123, de la Ley Electoral del Estado de Tabasco, establece como finalidades del Instituto Electoral y de Participación Ciudadana de Tabasco, las siguientes: Contribuir al desarrollo de la vida pública y democrática; preservar el fortalecimiento del régimen de partidos políticos; asegurar a los ciudadanos el ejercicio de derechos políticos electorales y vigilar el cumplimiento de sus obligaciones; garantizar la celebración periódica y pacífica de las elecciones para renovar a los integrantes de los poderes Legislativo, Ejecutivo y los Ayuntamientos del Estado; velar por la autenticidad y efectividad del voto y llevar a cabo la promoción del voto y coadyuvar en la difusión de la educación cívica y de la cultura democrática.
5. Que el artículo 139, fracción XIII de la Ley Electoral del Estado de Tabasco, señala como atribución del Secretario Ejecutivo establecer un mecanismo para la difusión inmediata en el Consejo Estatal, de los resultados preliminares de la elección local. Al Sistema que se establezca tendrán acceso en forma permanente los miembros del Consejo Estatal.
6. Que en sesión extraordinaria de fecha 5 de junio de 2009, el Consejo Estatal del Instituto Electoral y de Participación Ciudadana de Tabasco, aprobó el acuerdo número CE/2009/039 mediante el cual determinó a la empresa que desarrollará y operará el "Programa de Resultados Electorales Preliminares del Estado de Tabasco" (PREPET) y el Sistema de Evaluación y Seguimiento de la Capacitación Electoral, a utilizarse con motivo de la jornada electoral ordinaria del 18 de octubre año 2009, mediante la cual elegiremos, Diputados a la LX Legislatura, Presidentes Municipales y Regidores.
7. Que en virtud de la importancia que reviste el desarrollo y operación del citado programa, el Consejo Estatal en términos del artículo 135, de la Ley Electoral del Estado de Tabasco, considera pertinente integrar una comisión, cuyo fin sea dar seguimiento, vigilancia y cabal cumplimiento al desarrollo y operación del Programa de Resultados Electorales Preliminares de la elección ordinaria del 18 de octubre del año 2009.



8. Que el artículo 58, fracción III, de la Ley Electoral del Estado de Tabasco, establece como derecho de los partidos políticos, formar parte de las Comisiones que el Consejo Estatal determine establecer.
9. Que por disposición de la fracción XXX, del artículo 137, de la Ley Electoral del Estado de Tabasco, el Consejo Estatal tiene como facultad, dictar los acuerdos necesarios para hacer efectivas sus atribuciones.

Por lo expuesto, el Consejo Estatal del Instituto Electoral y de Participación Ciudadana de Tabasco emite el siguiente:

ACUERDO

Primero.- Se integra una comisión para que dé seguimiento al desarrollo y operación del Programa de Resultados Electorales Preliminares del Estado de Tabasco, (PREPET), la cual estará conformada por los Consejeros Electorales: Ciudadanos Aguilar Ruiz, Elidé Moreno Cáliz y Antonio Ponce López, así como los representantes de los partidos políticos acreditados ante el Consejo Estatal, nombrando como Presidente de la referida comisión al primero de los citados.

Segundo.- La comisión vigilará el desarrollo del Programa de Resultados Electorales Preliminares del Estado de Tabasco (PREPET), para la jornada electoral del 18 de octubre del año 2009, elaborando los lineamientos correspondientes para la operación del citado programa, el cual deberá ser aprobado por el Consejo Estatal.

Tercero.- Publíquese en el Periódico Oficial del Estado, de conformidad con lo dispuesto en el artículo 136 de la Ley Electoral del Estado de Tabasco y agréguese a la página de internet del Instituto.

El presente acuerdo fue aprobado por el Consejo Estatal del Instituto Electoral y de Participación Ciudadana de Tabasco, en sesión ordinaria efectuada el día quince de junio del año dos mil nueve.

L.R.I. ENRIQUE GALLAND MARQUEZ
CONSEJERO PRESIDENTE



2
MRO. ARMANDO XAVIER MALDONADO ACOSTA
SECRETARIO EJECUTIVO

EN LA CIUDAD DE VILLAHERMOSA, CAPITAL DEL ESTADO DE TABASCO, A LOS DIECISÉIS DÍAS DEL MES DE JUNIO DEL AÑO DOS MIL NUEVE, EL SUSCRITO MAESTRO ARMANDO XAVIER MALDONADO ACOSTA, SECRETARIO EJECUTIVO DEL INSTITUTO ELECTORAL Y DE PARTICIPACIÓN CIUDADANA DE TABASCO, CON FUNDAMENTO EN LO DISPUESTO POR EL ARTÍCULO 139, FRACCIÓN XXIV DE LA LEY ELECTORAL DEL ESTADO DE TABASCO.

CERTIFICA

QUE LA PRESENTE COPIA FOTOSTÁTICA CONSTANTE DE (4) CUATRO FOJAS ÚTILES, CONCUERDAN EN TODAS Y CADA UNA DE SUS PARTES CON EL ORIGINAL DEL ACUERDO NÚMERO CE/2009/049 DE FECHA QUINCE DE JUNIO DEL AÑO DOS MIL NUEVE, EMITIDO POR EL CONSEJO ESTATAL DEL INSTITUTO ELECTORAL Y DE PARTICIPACIÓN CIUDADANA DE TABASCO, MEDIANTE EL CUAL INTEGRA UNA COMISIÓN PARA QUE DÉ SEGUIMIENTO AL DESARROLLO DEL "PROGRAMA DE RESULTADOS ELECTORALES PRELIMINARES DEL ESTADO DE TABASCO" (PREPET) A UTILIZARSE EN LA JORNADA ELECTORAL ORDINARIA DEL 18 DE OCTUBRE DEL AÑO 2009; QUE OBRA EN EL ARCHIVO DE ESTA INSTITUCIÓN, MISMO QUE TUVE A LA VISTA; LAS QUE SELLO, RUBRICO Y FIRMO.

SE EXPIDE PARA SER ENVIADA A LA SECRETARÍA DE GOBIERNO DEL ESTADO DE TABASCO, PARA SU PUBLICACIÓN EN EL PERIÓDICO OFICIAL, EN CUMPLIMIENTO A LO PREVISTO EN LOS ARTÍCULOS 136 Y 139 FRACCIÓN VII DE LA LEY ELECTORAL DEL ESTADO DE TABASCO.

DOY FE



ARMANDO XAVIER MALDONADO ACOSTA
SECRETARIO EJECUTIVO



TU PARTICIPACIÓN, ES
NUESTRO COMPROMISO

INSTITUTO ELECTORAL Y DE PARTICIPACIÓN CIUDADANA DE TABASCO

Dictamen de Procedencia Consolidado
Actividades Específicas Primer Bimestre (enero-febrero) 2009

ÓRGANO TÉCNICO DE FISCALIZACIÓN

No.- 25146

DICTAMEN DE PROCEDENCIA

DICTAMEN DE PROCEDENCIA QUE EMITE EL ÓRGANO TÉCNICO DE FISCALIZACIÓN DEL INSTITUTO ELECTORAL Y DE PARTICIPACIÓN CIUDADANA, PARA SER ENVIADO A LOS INTEGRANTES DEL CONSEJO ESTATAL Y A LA JUNTA ESTATAL EJECUTIVA DEL INSTITUTO ELECTORAL Y DE PARTICIPACIÓN CIUDADANA DE TABASCO, RESPECTO DE LOS INFORMES BIMESTRALES DE LAS ACTIVIDADES ESPECÍFICAS DE LOS PARTIDOS POLÍTICOS COMO ENTIDADES DE INTERÉS PÚBLICO DEL PRIMER BIMESTRE (ENERO-FEBRERO) DEL AÑO DOS MIL NUEVE.

1. INTRODUCCIÓN

El Órgano Técnico de Fiscalización, presenta a la consideración del Consejo Estatal el **Dictamen de Procedencia**, formulado dentro de los plazos que señala el Reglamento del Financiamiento a los Partidos Políticos por Actividades Específicas como Entidades de Interés Público, ajustándose a lo establecido en dicho Reglamento y en lo conducente a las Normas y Procedimientos de Auditoría y Normas para Atestiguar.

Este Órgano Técnico considera que los documentos que exhiben los Partidos Políticos a fin de acreditar lo que en ellos se consigna, necesariamente deben cumplir con las reglas establecidas al respecto, en tanto que la fuerza probatoria que la norma les otorga para comprobar lo reportado en sus informes, lo deja a la buena fe de quien los presenta, ya que no exige mayor formalidad que el cumplimiento de los requisitos previamente establecidos.

2. MARCO LEGAL

La Constitución Política del Estado Libre y Soberano de Tabasco; y la Ley Electoral del Estado de Tabasco, en lo concurrente con el primer ordenamiento, establecen los principios rectores para el régimen de revisión de los Recursos de los Partidos Políticos y Agrupaciones Políticas, complementados por el **Reglamento del Financiamiento a los Partidos Políticos por Actividades Específicas** como Entidades de Interés Público, aprobado éste último por el Consejo Estatal, mediante acuerdo número CE/2005/006 de fecha 14 de Febrero de 2005, vigente en relación con el cuarto transitorio de la Ley Electoral en el Estado.

De conformidad con el Artículo 9, Apartado C, fracción I, inciso h) de la Constitución Política del Estado Libre y Soberano de Tabasco; así como el artículo 96 fracciones III, XII de la Ley Electoral del Estado de Tabasco según decreto 099, publicado en el Periódico Oficial del Estado el día 12 de diciembre de 2008, facultan al Órgano Técnico de Fiscalización del Instituto Electoral y de Participación Ciudadana de Tabasco para realizar la revisión del origen y destino de los Recursos de los Partidos Políticos y Agrupaciones Políticas con la finalidad de vigilar que éstos tengan un origen lícito y que los mismos sean aplicados estrictamente a lo señalado en



3. ANTECEDENTES

Mediante Decreto 147, la Quincuagésima Novena Legislatura al Congreso del Estado Libre y Soberano de Tabasco, aprueba el Presupuesto General de Egresos del Estado de Tabasco para el Ejercicio Fiscal 2009 y lo publica en el Periódico Oficial del Estado de Tabasco de fecha 17 de diciembre de 2008, Suplemento 6916U, estableciendo como financiamiento público para los partidos políticos para el año 2009 la cantidad de **\$26'537,990.00**.

Con el Oficio SAF-A0141/2009, de fecha 18 de febrero de 2009, la Secretaría de Administración y Finanzas, autoriza la solicitud de ampliación de recursos financieros al Presupuesto de egresos 2009 del Instituto Electoral y de Participación Ciudadana de Tabasco por **\$42'228,655.52**. Con las cantidades antes referidas se obtiene que el total del Presupuesto aprobado es **\$68'766,645.52** y que de este total el financiamiento público autorizado para actividades ordinarias de los partidos políticos será de **\$46'463,949.68**.

En Sesión Extraordinaria de fecha 7 de enero de 2009, el Consejo Estatal aprueba el Acuerdo CE/2009/003, en el que se determina la cantidad de financiamiento público a otorgar a los partidos políticos por concepto de actividades específicas, como monto máximo de hasta el 8% para el ejercicio presupuestal 2009; obteniendo que el total a distribuir por este concepto asciende a **\$3'717,115.97**, correspondiendo a cada Partido Político lo siguiente:

Partido Acción Nacional	\$447,921.71
Partido Revolucionario Institucional	\$1,419,023.75
Partido de la Revolución Democrática	\$1,296,469.47
Partido del Trabajo	\$288,077.21
Partido Verde Ecologista de México	\$265,823.83
TOTAL	\$3,717,115.97

Por conducto de la Oficialía de Partes de este Instituto Electoral y de Participación Ciudadana, los Partidos Políticos como entidades de interés público, entregaron sus Informes de Actividades Específicas correspondientes al primer bimestre (enero-febrero) del año 2009, en las fechas que se indican a continuación:

Partido Acción Nacional	SIN OFICIO	Marzo-14-2009
Partido Revolucionario Institucional	PRI/SAF/033/09 y PRI/SAF/034/09	Marzo-14-2009
Partido Verde Ecologista de México	CEEP/SF/PVEM/TAB/08/09	Marzo-15-2009

4. PROCEDIMIENTOS DE REVISIÓN

4.1. REVISIÓN DOCUMENTAL

La revisión la llevó a cabo personal técnico adscrito a este Órgano de Fiscalización y la misma se ajustó a lo establecido en la siguiente normatividad: Reglamento del Financiamiento a los Partidos Políticos por Actividades Específicas como Entidades de Interés Público, vigente en relación al cuarto transitorio de la Ley Electoral en el Estado, Normas y Procedimientos de Auditoría y Normas para Atestiguar, Normas de Información Financiera, así como en las Disposiciones Mercantiles y Fiscales aplicables respecto de los requisitos que deben reunir los comprobantes para que sean considerados como deducibles del Impuesto Sobre la Renta, así como en el marco legal antes expuesto.

Seguidamente se procedió a revisar el Informe, las muestras presentadas y la documentación soporte que entregó cada Partido Político por actividades específicas que reconoce como tales la Ley Electoral del Estado de Tabasco en su artículo 88, fracción III, a saber: Educación y Capacitación Política, Investigación Socioeconómica y Política y Tareas Editoriales, lo que permitió a este Órgano Técnico de Fiscalización analizar y evaluar el contenido de lo reportado en dicho Informe y emitir una conclusión respecto de los mismos por cada Instituto Político.

El alcance de la revisión a la documentación que aportaron los Partidos Políticos que presentaron sus Informes, fue el 100 %, mostrando a continuación los importes reportados por cada uno de ellos.

Partido Acción Nacional	\$67,032.27	\$67,032.27	100%
Partido Revolucionario Institucional	\$86,014.99	\$86,014.99	100%
Partido Verde Ecologista de México	\$13,915.00	\$13,915.00	100%
SUMAS	\$166,962.26	\$166,962.26	100%

4.2. ELABORACIÓN DEL DICTAMEN

Cumplida la revisión de mérito, éste Órgano Técnico de Fiscalización, procedió a la elaboración del presente Dictamen de Procedencia Consolidado, para su presentación al Consejo Estatal.

5. REVISIÓN INDIVIDUAL POR PARTIDO POLÍTICO

5.1. PARTIDO ACCIÓN NACIONAL

Con oficio número DOCE/132/2009 de fecha 16 de marzo de 2009, el Lic. Rigoberto de la O Gallegos, Director de Organización y Capacitación Electoral del Instituto Electoral y de Participación Ciudadana de Tabasco, remite adjuntos a este Órgano Técnico de Fiscalización los Informes, así como los anexos con número de folio 1, 2 y 3 y soporte documental correspondientes a los gastos por actividades específicas que realizó el Partido Acción Nacional en el primer bimestre (enero-febrero) del año 2009 y entregó en la oficialía de partes de este Instituto Electoral con fecha 14 de marzo de 2009.

El Partido Acción Nacional reportó en sus Informes que las Actividades Específicas llevadas a cabo y los montos erogados por tal motivo, fueron los que a continuación se detallan:

Folio 1	Directos	TAREAS EDITORIALES	Elaboración, diseño e impresión de 2000 Ejemplares del Periódico Acción Azul	\$47,470.00
Folio 2	Directos	EDUCACIÓN Y CAPACITACIÓN POLÍTICA	Conferencia "El Bien Común"	\$11,093.00
Folio 3	Directos	EDUCACIÓN Y CAPACITACIÓN POLÍTICA	Conferencia "El Reto de los Jóvenes en el México Actual"	\$8,469.27
TOTAL				\$67,032.27



Se procedió a revisar el contenido de todos y cada uno de los Informes y documentos presentados y verificar que éstos cumplan con los requisitos establecidos en la normatividad a que se hizo referencia en el primer párrafo del punto 4.1 del presente dictamen, resultando observaciones que se comunicaron al Partido a través del oficio OTF/160/2009 el día 23 de mayo de 2009, mismas que se transcriben:

- 1.- No envían el informe de las actividades específicas.
- 2.- Falta anexar copia del estado de cuenta y las conciliaciones bancarias de los meses de enero y febrero de 2009, de la cuenta 1691735 de Banamex S.A., de conformidad con el Artículo 5 párrafo 5 del Reglamento.

3.- Anexo 1. Folio 1. Formato Único para la Comprobación de Gastos Directos de Actividades Editoriales "FUC", 2000 ejemplares del periódico "acción azul".

Al cheque número 5208, expedido a nombre de Rubén Emanuel Gómez García, le faltó anexar copia de la constancia de retención del I.S.R. e I.V.A., señalado en el recibo de honorarios 0022.	3,980.00	Artículo 5, párrafo 5; Artículo 127 párrafo 4 de la L.I.S.R. y Artículo 32 fracción V de la L.I.V.A.
Al cheque número 5133, expedido a nombre de Rubén Emanuel Gómez García, le faltó anexar copia de la constancia de retención del I.S.R. e I.V.A., señalado en el recibo de honorarios 0004.	3,980.00	Artículo 5, párrafo 5; Artículo 127 párrafo 4 de la L.I.S.R. y Artículo 32 fracción V de la L.I.V.A.

4.- Anexo 1. Folio 2. Formato Único para la Comprobación de Gastos Directos de Actividades de Educación y Capacitación Política "FUC". El bien común lo encarnamos todos.

Falta anexar lista de asistentes con la firma autógrafa así como fotografías, video o reporte de prensa del evento.	--	Artículo 6, párrafo 1 fracción III y IV
---	----	---

5.- Anexo 1. Folio 3. Formato Único para la Comprobación de Gastos Directos de Actividades de Educación y Capacitación Política "FUC". El reto de los jóvenes en el México actual.

Falta anexar lista de asistentes con la firma autógrafa.	--	Artículo 6, párrafo 1 fracción III
--	----	------------------------------------

En consecuencia, mediante oficio TES/034/2009 y documentos anexos a los mismos, recibidos en este Instituto Electoral el día 30 de mayo de 2009, el Partido Político hizo las aclaraciones y rectificaciones que consideró pertinentes. Estas fueron materia de análisis por parte del personal técnico de este Órgano y se determinó que las mismas fueron totalmente solventadas, lo que fue notificado al Partido con oficio OTF/176/2009, el 2 de junio de 2009.

CONCLUSIÓN

Al implicar la revisión de mérito, este Órgano Técnico de Fiscalización del Instituto Electoral y de Participación Ciudadana de Tabasco, encuentra satisfechas las exigencias establecidas en la Ley Electoral del Estado de Tabasco, el Reglamento del Financiamiento a los Partidos Políticos por Actividades Específicas como Entidades de Interés Público, en relación al cuarto transitorio de la Ley Electoral del Estado de Tabasco, las Normas y Procedimientos de Auditoría y Normas para Atestiguar, las Normas de Información Financiera (NIF) y los diversos Ordenamientos Fiscales aplicables en la materia, en virtud de lo anterior, se concluye como Dictamen de Procedencia, que la cantidad acreditada y susceptible de financiamiento público por actividades



específicas del Partido Acción Nacional como entidad de interés público, correspondiente al primer bimestre (enero-febrero) del año 2009 es por un importe de **\$67,032.27 (SESENTA Y SIETE MIL TREINTA Y DOS PESOS 27/100 M.N.)**.

5.2. PARTIDO REVOLUCIONARIO INSTITUCIONAL

Con oficio número DOCE/131/2009 de fecha 16 de marzo de 2009, el Lic. Rigoberto de la O Gallegos, Director de Organización y Capacitación Electoral del Instituto Electoral y de Participación Ciudadana de Tabasco, remite adjuntos a este Órgano Técnico de Fiscalización los Informes, así como los anexos con número de folio 12, 02 y 2 y soporte documental correspondientes a los gastos por actividades específicas que realizó el Partido Revolucionario Institucional en el primer bimestre (enero-febrero) del año 2009 y entregó en la oficialía de partes de este Instituto Electoral el 14 de marzo de 2009, a través de los oficios números PRI/SAF/033/09 y PRI/SAF/034/09.

El Partido Revolucionario Institucional reportó en sus Informes que las Actividades Específicas llevadas a cabo y los montos erogados por tal motivo, fueron los que a continuación se detallan:

Folio 2	Directos	EDUCACIÓN Y CAPACITACIÓN POLÍTICA	Programa de curso Regular de Formación de Cuadros y Activistas	\$16,856.00
Folio 12	Directos	TAREAS EDITORIALES	Edición, Publicación y Distribución de 2500 ejemplares de la Revista "Interior" de cada uno de los volúmenes 22 y 23	\$60,375.00
Folio 02	Indirectos	EDUCACIÓN Y CAPACITACIÓN POLÍTICA		\$8,783.99
TOTAL				\$86,014.99

Se procedió a revisar el contenido de todos y cada uno de los Informes y documentos presentados y verificar que éstos cumplan con los requisitos establecidos en la normatividad a que se hizo referencia en el primer párrafo del punto 4.1 del presente dictamen, resultando observaciones que le fueron notificadas al Partido a través del oficio OTF/159/2009 el día 23 de mayo de 2009, mismas que se transcriben:

1.- *Falta anexar copia del estado de cuenta y la conciliación bancaria del mes de febrero de 2009, de la cuenta 04036011922 de HSBC México, S.A., de conformidad con el Artículo 5 párrafo 5 del Reglamento.*

2.- *Anexo 1. Folio 02. Formato Único para la Comprobación de Gastos Directos de Actividades de Educación y Capacitación Política "FUC", Programa de curso regular de formación de cuadros y activistas.*

	Falta anexar las muestras que establece el Reglamento.	---	Artículo 5 párrafo tercero y Artículo 6
	Informe de actividades anexo no responde al periodo.	---	Artículo 7, párrafo 1

3.- Anexo 2. Folio 02. Formato Único para la Comprobación de Gastos Indirectos de Actividades Editoriales, de Educación y Capacitación Política y de Investigación Socioeconómica y Política "FUC".

No envía el informe de las actividades.	---	Artículo 7, párrafo 1
Falta anexar las muestras que establece el Reglamento.	---	Artículo 5 párrafo tercero y Artículo 6

En consecuencia, mediante oficio PRI/SAF/076/09 y documentos anexos a los mismos, recibidos en este Instituto Electoral el día 29 de mayo de 2009, el Partido Político hizo las aclaraciones y rectificaciones que consideró pertinentes. Estas fueron materia de análisis por parte del personal técnico de este Órgano y se determinó que las mismas fueron totalmente solventadas, lo que fue notificado al Partido con oficio OTF/173/2009, el 29 de mayo de 2009.

CONCLUSIÓN

Cumplida la revisión de mérito, éste Órgano Técnico de Fiscalización del Instituto Electoral y de Participación Ciudadana de Tabasco, encuentra satisfechas las exigencias establecidas en la Ley Electoral del Estado de Tabasco, el Reglamento del Financiamiento a los Partidos Políticos por Actividades Específicas como Entidades de Interés Público, en relación al cuarto transitorio de la Ley Electoral del Estado de Tabasco, las Normas y Procedimientos de Auditoría y Normas para Atestiguar, las Normas de Información Financiera (NIF), y los diversos Ordenamientos Fiscales aplicables en la materia, en virtud de lo anterior, se concluye como Dictamen de Procedencia, que la cantidad acreditada y susceptible de financiamiento público por actividades específicas del Partido Revolucionario Institucional como entidad de interés público, correspondiente al primer bimestre (enero-febrero) del año 2009 es por un importe de \$86,014.99 (OCHENTA Y SEIS MIL CATORCE PESOS 99/100 M.N.).

5.3. PARTIDO VERDE ECOLOGISTA DE MÉXICO

Con oficio número DOCE/133/2009 de fecha 16 de marzo de 2009, el Lic. Rigoberto de la O Gallegos, Director de Organización y Capacitación Electoral del Instituto Electoral y de Participación Ciudadana de Tabasco, remite adjuntos a este Órgano Técnico de Fiscalización

los Informes, así como los anexos con número de folio 001 y soporte documental correspondientes a los gastos por actividades específicas que realizó el Partido Verde Ecologista de México en el primer bimestre (enero-febrero) del año 2009 y entregó en la oficialía de partes de este Instituto Electoral el 15 de marzo de 2009, a través del oficio número CEEP/SF/PVEM/TAB/06/09.

El Partido Verde Ecologista de México reportó en sus Informes que las Actividades Específicas llevadas a cabo y los montos erogados por tal motivo, fueron los que a continuación se detallan:



Folio 1	Directos	TAREAS EDITORIALES	Diseño, estructuración e impresión de 3000 ejemplares del Díptico Gaceta Verde	\$13,915.00
TOTAL				\$13,915.00

Se procedió a revisar el contenido de todos y cada uno de los Informes y documentos presentados y verificar que éstos cumplan con los requisitos establecidos en la normatividad a que se hizo referencia en el primer párrafo del punto 4.1 del presente dictamen, resultando observaciones que le fueron notificadas al Partido a través del oficio OTF/161/2009 el día 23 de mayo de 2009, mismas que se transcriben:

Anexo 1. Folio 001. Formato Único para la Comprobación de Gastos Directos de Actividades Editoriales "FUC". Gaceta verde.

No se envía el informe correspondiente a las tareas editoriales.	---	Artículo 7, párrafo 1
En el Anexo 1, punto 5 no se indica la fecha de inicio y de conclusión de la actividad.	---	Artículo 5, párrafo 1
El cheque número 1502071, expedido a nombre del prestador de servicios Benjamín Dueñas Azcona, no presenta la leyenda "para abono en cuenta"	\$5,750.00	Artículo 5, párrafo 5
El cheque número 1502072, expedido a nombre del prestador de servicios Araceli Guadalupe Pérez Gómez, no presenta la leyenda "para abono en cuenta"	\$8,165.00	Artículo 5, párrafo 5
La factura número 0652 del prestador de servicios Araceli Guadalupe Pérez Gómez, Impresos Gráficos Hega, señala "impresión de 3000 dípticos T2/carta en papel bond (GACETA), no obstante de la revisión de los requisitos a la muestra, ésta indica "Tiraje: 6,000 ejemplares".	---	Artículo 7, párrafo 3

En consecuencia, mediante oficio CEE/SF/PVEM/TAB/095/09 y documentos anexos a los mismos, recibidos en este Instituto Electoral el día 28 de mayo de 2009, el Partido Político hizo

las aclaraciones y rectificaciones que consideró pertinentes, notificándose al partido que las mismas se tenían por solventadas, lo que fue notificado al Partido con oficio OTF/172/2009, el 29 de mayo de 2009.

No obstante del oficio a que se hace referencia en el párrafo anterior, mediante oficio 178/2009 se le notificó al Partido el 05 de junio de 2009, que este Órgano Técnico de Fiscalización rectificó y precisó, *que de lo sustentado por la Jurisprudencia y en base a lo establecido en el artículo 5 párrafo quinto del Reglamento de las Actividades Específicas que Realicen los Partidos Políticos como Entidades de Interés Público, vigente en relación al cuarto transitorio de la Ley Electoral vigente en el Estado, que entre otras cosas establece, que los gastos que realice el partido político deberán ser cubiertos mediante cheque expedido a nombre del prestador del bien o servicio respetando el límite de \$2,000.00 establecido en el artículo 31, fracción III de la Ley del Impuesto sobre la Renta, así mismo señala que el incumplimiento de los requisitos señalados en dicho artículo, entre los cuales se encuentra el referenciado por el artículo 31 de la Ley del Impuesto sobre la Renta, que específicamente señala que los cheques mayores a la cantidad establecida, deben contener la Leyenda "para abono en cuenta", traerá como consecuencia que los comprobantes presentados no tengan validez para efectos de la acreditación del gasto; en base a ello es que se hizo y precisó la rectificación antes aludida al partido, en el cual se le tuvo por no solventadas las observaciones del primer bimestre (enero-febrero) específicamente en relación con los cheques números 1502071 y 1502072.*



CONCLUSIÓN

Cumplida la revisión de mérito, éste Órgano Técnico de Fiscalización del Instituto Electoral y de Participación Ciudadana de Tabasco, encuentra satisfechas las exigencias establecidas en la Ley Electoral del Estado de Tabasco, las Normas y Procedimientos de Auditoría y Normas para Atestiguar y las Normas de Información Financiera (NIF), en lo referente a la presentación de forma del Informe de actividades específicas; mas no así con el Reglamento del Financiamiento a los Partidos Políticos por Actividades Específicas como Entidades de Interés Público en relación al cuarto transitorio de la Ley Electoral vigente en el Estado y los diversos Ordenamientos Fiscales aplicables en la materia, ya que se incumplió con lo estrictamente establecido en el numeral 5 párrafo quinto del Reglamento antes invocado, por lo anterior se concluye como Dictamen de Procedencia, que la cantidad presentada por el Partido en el informe revisado, la misma se tiene por no acreditada y por consiguiente no es susceptible de financiamiento público por actividades específicas del **Partido Verde Ecologista de México** como entidad de interés público, correspondiente al primer bimestre (enero-febrero) del año 2009.

Se emite el presente Dictamen de Procedencia para los efectos a que haya lugar, el día cinco de junio del año dos mil nueve, en la Ciudad de Villahermosa, Tabasco.

ATENTAMENTE

RUBRICA

**C.P. MARÍA DE LOS ÁNGELES CARRILLO GONZÁLEZ
TITULAR DEL ÓRGANO TÉCNICO DE FISCALIZACIÓN
CED. PROF. NO. 1017720**

EL PRESENTE DICTAMEN RELATIVO A LOS INFORMES BIMESTRALES DE LOS PARTIDOS POLÍTICOS NACIONALES CORRESPONDIENTE A ACTIVIDADES ESPECÍFICAS DEL PRIMER BIMESTRE (ENERO-FEBRERO) DEL AÑO DOS MIL NUEVE, FUE PRESENTADO EN TÉRMINOS DEL ARTÍCULO 88, FRACCIÓN III DE LA LEY ELECTORAL DEL ESTADO DE TABASCO, AL CONSEJO ESTATAL DEL INSTITUTO ELECTORAL Y DE PARTICIPACIÓN CIUDADANA DE TABASCO, EN SESIÓN ORDINARIA DE FECHA QUINCE DE JUNIO DEL AÑO DOS MIL NUEVE, EN LA QUE FUE APROBADO POR UNANIMIDAD.

CÚMPLASE.

PUBLÍQUESE EN EL PERIÓDICO OFICIAL DEL ESTADO, DE CONFORMIDAD CON LO DISPUESTO EN EL ARTÍCULO 136 DE LA LEY ELECTORAL DEL ESTADO DE TABASCO Y AGRÉGUENSE A LA PÁGINA DE INTERNET DEL INSTITUTO.



**R. ENRIQUE GALLAND MARÍN
CONSEJERO PRESIDENTE**



**MTRO. ARMANDO XAVIER MALDONADO ACOSTA
SECRETARIO EJECUTIVO**

EN LA CIUDAD DE VILLAHERMOSA, CAPITAL DEL ESTADO DE TABASCO, A LOS DIECISÉIS DÍAS DEL MES DE JUNIO DEL AÑO DOS MIL NUEVE, EL SUSCRITO MAESTRO ARMANDO XAVIER MALDONADO ACOSTA, SECRETARIO EJECUTIVO DEL INSTITUTO ELECTORAL Y DE PARTICIPACIÓN CIUDADANA DE TABASCO, CON FUNDAMENTO EN LO DISPUESTO POR EL ARTÍCULO 139, FRACCIÓN XXIV DE LA LEY ELECTORAL DEL ESTADO DE TABASCO.

CERTIFICA

QUE LAS PRESENTES COPIAS FOTOSTÁTICAS CONSTANTES DE (8) OCHO FOJAS ÚTILES, CONCUERDAN EN TODAS Y CADA UNA DE SUS PARTES CON EL ORIGINAL DEL DICTAMEN DE PROCEDENCIA EMITIDO POR EL ÓRGANO TÉCNICO DE FISCALIZACIÓN DEL INSTITUTO ELECTORAL Y DE PARTICIPACIÓN CIUDADANA, PARA SER ENVIADO A LOS INTEGRANTES DEL CONSEJO ESTATAL Y A LA JUNTA ESTATAL EJECUTIVA DEL INSTITUTO ELECTORAL Y DE PARTICIPACIÓN CIUDADANA DE TABASCO, RESPECTO DE LOS INFORMES BIMESTRALES DE LAS ACTIVIDADES ESPECÍFICAS DE LOS PARTIDOS POLÍTICOS COMO ENTIDADES DE INTERÉS PÚBLICO DEL PRIMER BIMESTRE (ENERO-FEBRERO) DEL AÑO DOS MIL NUEVE, APROBADO POR EL CONSEJO ESTATAL DEL INSTITUTO ELECTORAL Y DE PARTICIPACIÓN CIUDADANA DE TABASCO, EN SESIÓN ORDINARIA DE FECHA QUINCE DE JUNIO DEL AÑO DOS MIL NUEVE; QUE OBRA EN EL ARCHIVO DE ESTA INSTITUCIÓN, MISMO QUE TUVE A LA VISTA; LAS QUE SELLO, RUBRICO Y FIRMO.

SE EXPIDE PARA SER ENVIADA A LA SECRETARÍA DE GOBIERNO DEL ESTADO DE TABASCO, PARA SU PUBLICACIÓN EN EL PERIÓDICO OFICIAL, EN CUMPLIMIENTO A LO PREVISTO EN LOS ARTÍCULOS 136 Y 139 FRACCIÓN VII DE LA LEY ELECTORAL DEL ESTADO DE TABASCO.

DOY FE



**ARMANDO XAVIER MALDONADO ACOSTA
SECRETARIO EJECUTIVO**



TU PARTICIPACIÓN, ES
NUESTRO COMPROMISO

CIUDADANA DE TABASCO

Dictamen de Procedencia Consolidado
Actividades Específicas Segundo Bimestre (marzo-abril) 2009

ÓRGANO TÉCNICO DE FISCALIZACIÓN

No.- 25147

DICTAMEN DE PROCEDENCIA

DICTAMEN DE PROCEDENCIA QUE EMITE EL ÓRGANO TÉCNICO DE FISCALIZACIÓN DEL INSTITUTO ELECTORAL Y DE PARTICIPACIÓN CIUDADANA, PARA SER ENVIADO A LOS INTEGRANTES DEL CONSEJO ESTATAL Y A LA JUNTA ESTATAL EJECUTIVA DEL INSTITUTO ELECTORAL Y DE PARTICIPACIÓN CIUDADANA DE TABASCO, RESPECTO DE LOS INFORMES BIMESTRALES DE LAS ACTIVIDADES ESPECÍFICAS DE LOS PARTIDOS POLÍTICOS COMO ENTIDADES DE INTERÉS PÚBLICO DEL SEGUNDO BIMESTRE (MARZO-ABRIL) DEL AÑO DOS MIL NUEVE.

1. INTRODUCCIÓN

El Órgano Técnico de Fiscalización, presenta a la consideración del Consejo Estatal el **Dictamen de Procedencia**, formulado dentro de los plazos que señala el Reglamento del Financiamiento a los Partidos Políticos por Actividades Específicas como Entidades de Interés Público, ajustándose a lo establecido en dicho Reglamento y en lo conducente a las Normas y Procedimientos de Auditoría y Normas para Atestiguar.

Este Órgano Técnico considera que los documentos que exhiben los Partidos Políticos a fin de acreditar lo que en ellos se consigna, necesariamente deben cumplir con las reglas establecidas al respecto, en tanto que la fuerza probatoria que la norma les otorga para comprobar lo reportado en sus informes, lo deja a la buena fe de quien los presenta, ya que no exige mayor formalidad que el cumplimiento de los requisitos previamente establecidos.

2. MARCO LEGAL

La Constitución Política del Estado Libre y Soberano de Tabasco, La Ley Electoral del Estado de Tabasco en lo concurrente, con el primer ordenamiento, establecen los principios rectores para el régimen de revisión de los Recursos de los Partidos Políticos y Agrupaciones Políticas, complementados por el **Reglamento del Financiamiento a los Partidos Políticos por Actividades Específicas como Entidades de Interés Público**, aprobado éste último por el Consejo Estatal, mediante acuerdo número CE/2005/006 de fecha 14 de Febrero de 2005, vigente en relación con el cuarto transitorio de la Ley Electoral en el Estado.

De conformidad con el artículo 9, Apartado C, fracción I, inciso h) de la Constitución Política del Estado Libre y Soberano de Tabasco, así como el artículo 96 fracciones III, XII de la Ley Electoral del Estado de Tabasco según decreto 099, publicado en el Periódico Oficial del Estado el día 12 de diciembre de 2008, facultan al Órgano Técnico de Fiscalización del Instituto Electoral y de Participación Ciudadana de Tabasco para realizar la revisión del origen y destino de los Recursos de los Partidos Políticos y Agrupaciones Políticas con la finalidad de vigilar que éstos tengan un origen lícito y que los mismos sean aplicados estrictamente a lo señalado en dicha ley.

Además de lo citado en el párrafo anterior, es importante precisar que para la realización del presente dictamen respecto del informe bimestral del **segundo bimestre (marzo-abril) del año dos mil nueve**, referente a las actividades específicas de los Partidos Políticos como entidades de interés público, este órgano jurídicamente tomo en consideración, lo establecido principalmente en lo siguiente:

La Constitución Política del Estado Libre y Soberano de Tabasco, artículo 9 apartado A Fracción I, dispone: [...] *I. Los partidos políticos son entidades de interés público, la ley determinara las normas y requisitos para su registro legal, así como la forma específica de su intervención en el proceso electoral. Los partidos políticos nacionales y locales, tendrá derecho a participar en las elecciones estatal, distrital y municipales, por sí mismo o en coaliciones totales o parciales, sujetándose a las disposiciones locales. [...] Los partidos políticos tienen como fin promover la participación del pueblo en la vida democrática, contribuir a la integración de la representación nacional o estatal, según corresponda, y como organizaciones de ciudadanos hacer posible el acceso de éstos al ejercicio del poder público, de acuerdo con los programas, principios e ideas que postulan y mediante el sufragio universal, libre, secreto, directo, personal e intransferible; [...]*

Asimismo, el apartado A, fracción VII, del numeral 9 de la Constitución local antes invocado, establece: [...] *La Ley garantizará que los partidos políticos nacionales y locales cuenten de manera equitativa con elementos para llevar a cabo sus actividades y señalará las reglas a que se sujetará el financiamiento de los propios partidos para sus precampañas y sus campañas electorales, debiendo garantizar que los recursos públicos prevalezcan sobre los de origen privado [...]*

Por su parte, la fracción VIII inciso a) del mismo artículo constitucional, dispone que el financiamiento público para los partidos políticos que mantengan su registro y alcancen el 2% de la votación en la elección de Diputados por el principio de mayoría relativa inmediata

anterior, se compondrá de las ministraciones destinadas al sostenimiento de sus actividades ordinarias permanentes, así como las tendientes a la obtención del voto durante los procesos electorales y las de carácter específico, para el sostenimiento de sus actividades ordinarias permanentes se fijará anualmente, multiplicando el número total de los ciudadanos inscritos en el padrón electoral del Estado por el sesenta y cinco por ciento del salario mínimo diario vigente para el Estado. El 30% de la cantidad total que resulte de acuerdo a lo señalado anteriormente, se distribuirá entre los partidos políticos en forma igualitaria y el 70% restante se distribuirá entre los mismos de acuerdo con el porcentaje de votos que hubieren obtenido en la elección de Diputados inmediata anterior.

de lo anterior, se advierte que la Constitución garantiza a los Partidos Políticos el derecho de contar de manera equitativa con elementos para llevar a cabo sus actividades y señala las condiciones que se sujetará el financiamiento de los propios partidos para sus precampañas y sus campañas electorales, debiendo garantizar que los recursos públicos prevalezcan sobre los de origen privado, así mismo que el financiamiento público para el sostenimiento de sus actividades ordinarias permanentes se fijará anualmente, estableciendo la fórmula que debe seguirse para la obtención del mismo, el cual resulta de multiplicar el número total de los ciudadanos inscritos en el padrón electoral del Estado por el sesenta y cinco por ciento del salario mínimo diario vigente para el Estado, por lo que del dictamen en particular, éste se realizará en base a las actividades específicas.

Ahora bien la Ley Electoral, dispone en su artículo 35 entre otras cosas, que los Partidos Políticos son forma de organización política y constituyen entidades de interés público que tienen como fin promover la participación del pueblo en la vida democrática del estado, contribuir a la integración de la representación popular, y como organización de ciudadanos, hacer posible el acceso de éstos al ejercicio del poder público, de acuerdo con los programas, principios o ideas que postulen y mediante el sufragio universal, libre, secreto, directo, personal e intransferible.

Respecto a la función de los partidos políticos en las actividades y procedimientos electorales, queda establecido de conformidad con el numeral 40 de la Ley Electoral en vigor, que será el Instituto Electoral y de Participación Ciudadana de Tabasco, autoridad competente en la materia, por ser un ente autónomo en su funcionamiento e independiente en sus decisiones y profesional en su desempeño, el cual podrá integrar la comisiones que considere necesarias para el logro de sus atribuciones, será el encargado de vigilar que las actividades de los

partidos políticos se desarrollen con estricto apego a lo preceptuado en éste ordenamiento electoral, y demás reglamentos aplicables, pudiendo integrar las comisiones que consideren necesarias para el logro de sus atribuciones.

El numeral 56 fracción IV de la ley electoral vigente, establece los derechos de los partidos políticos, advirtiendo que serán entre otros derechos de los Partidos Políticos, *el de recibir prerrogativas y el financiamiento público que les corresponda* en términos de los artículos 9 de la Constitución Local y 41 de la Constitución Federal.

Por su parte en el artículo 59 del mismo ordenamiento dispone en su fracción XVIII, que dentro de otras obligaciones de los partidos se encuentra obligados a aplicar el financiamiento de que dispongan, por cualquiera de las modalidades establecida en esta Ley, exclusivamente para el sostenimiento de sus actividades ordinarias, para sufragar los gastos de precampaña y campaña, así como para realizar las actividades enumeradas en la fracción IV del artículo 56 de esa Ley.

En cuanto al Régimen financiero de los Partidos Políticos, el numeral 86 de la Ley Electoral vigente, establece que el régimen de los partidos tendrá dos modalidades financiamiento público y financiamiento privado, prevaleciendo el primero sobre el segundo.

Para la revisión de los informes que los Partidos Políticos y agrupaciones políticas presenten sobre el origen y destino de sus recursos ordinarios, de precampaña y campaña según corresponda, así como para la práctica de auditoría sobre el manejo de sus recursos y su situación contable y financiera, la parte in fine del numeral 87 de la Ley Electoral en vigor, establece que estará a cargo del Órgano Técnico de Fiscalización del Instituto Estatal.

Queda establecido que los Partidos Políticos tendrán derecho al financiamiento público de sus actividades, independientemente de las demás prerrogativas que le confiere la ley Electoral en vigor, por lo que el numeral 88 de la ley en comento, dispone en su fracción III, que serán parte del financiamiento público de los partidos como entidades de interés público las ACTIVIDADES ESPECIFICAS, señalando en el inciso a) de dicho numeral, que será consideradas como actividades específicas, la educación y la capacitación política, investigación socioeconómica y política, así como las tareas editoriales de los Partidos Políticos, estableciéndose que serán apoyadas mediante el financiamiento público por un monto total anual equivalente al 8% del que le corresponda en el mismo año para las actividades ordinarias a que se refiere la fracción I del artículo 88 de la Ley Electoral antes invocada; y que el monto total será distribuido en los términos establecidos en el inciso b) de la citada fracción; mismas actividades que serán materia de estudio en el dictamen que se elabora.



3. ANTECEDENTES

Mediante Decreto 147, la Quincuagésima Novena Legislatura al Congreso del Estado Libre y Soberano de Tabasco, aprueba el Presupuesto General de Egresos del Estado de Tabasco para el Ejercicio Fiscal 2009 y lo publica en el Periódico Oficial del Estado de Tabasco de fecha 17 de diciembre de 2008, Suplemento 6916U, estableciendo como financiamiento público para los partidos políticos para el año 2009 la cantidad de **\$26'537,990.00**.

Con el Oficio SAF-A0141/2009, de fecha 18 de febrero de 2009, la Secretaría de Administración y Finanzas, autoriza la solicitud de ampliación de recursos financieros al Presupuesto de egresos 2009 del Instituto Electoral y de Participación Ciudadana de Tabasco por **\$42'228,655.52**. Con las cantidades antes referidas se obtiene que el total del Presupuesto aprobado es **\$68'766,645.52** y que de este total el financiamiento público autorizado para actividades ordinarias de los partidos políticos será de **\$46'463,949.68**.

En Sesión Extraordinaria de fecha 7 de enero de 2009, el Consejo Estatal aprueba el Acuerdo CE/2009/003, en el que se determina la cantidad de financiamiento público a otorgar a los partidos políticos por concepto de actividades específicas, como monto máximo de hasta el 8% para el ejercicio presupuestal 2009; obteniendo que el total a distribuir por este concepto asciende a **\$3'717,115.97**, correspondiendo a cada Partido Político lo siguiente:

Partido Acción Nacional	\$447,921.71
Partido Revolucionario Institucional	\$1,419,023.75
Partido de la Revolución Democrática	\$1,296,469.47
Partido del Trabajo	\$288,077.21
Partido Verde Ecologista de México	\$265,623.83
TOTAL	\$3,717,115.97



Por conducto de la Oficialía de Partes de este Instituto Electoral y de Participación Ciudadana, los Partidos Políticos como entidades de interés público, entregaron sus Informes de Actividades Específicas correspondientes al segundo bimestre (marzo-abril) del año 2009, en las fechas que se indican a continuación:

Partido Acción Nacional	TES/028/2009	Mayo-15-2009
Partido Revolucionario Institucional	PRI/SAF/065/09 y PRI/SAF/066/09	Mayo-15-2009
Partido Verde Ecologista de México	CEE/SF/PVEM/TAB/090/09	Mayo-15-2009

4. PROCEDIMIENTOS DE REVISIÓN

4.1. REVISIÓN DOCUMENTAL

La revisión la llevó a cabo personal técnico adscrito a este Órgano de Fiscalización y la misma se ajustó a lo establecido en la siguiente normatividad: Reglamento del Financiamiento a los Partidos Políticos por Actividades Específicas como Entidades de Interés Público, vigente en relación al cuarto transitorio de la Ley Electoral en el Estado, Normas y Procedimientos de Auditoría y Normas para Atestiguar, Normas de Información Financiera, así como en las Disposiciones Mercantiles y Fiscales aplicables respecto de los requisitos que deben reunir los comprobantes para que sean considerados como deducibles del Impuesto Sobre la Renta, así como en el marco legal antes expuesto.

Seguidamente se procedió a revisar el Informe, las muestras presentadas y la documentación soporte que entregó cada Partido Político por actividades específicas que reconoce como tales la Ley Electoral del Estado de Tabasco en su artículo 88, fracción III, a saber: Educación y Capacitación Política, Investigación Socioeconómica y Política y Tareas Editoriales, lo que permitió a este Órgano Técnico de Fiscalización analizar y evaluar el contenido de lo reportado en dicho Informe y emitir una conclusión respecto de los mismos por cada Instituto Político.

0

El alcance de la revisión a la documentación que aportaron los Partidos Políticos que presentaron sus Informes, fue el 100 %, mostrando a continuación los importes reportados por cada uno de ellos.

Partido Acción Nacional	\$87,814.82	\$87,814.82	100%
Partido Revolucionario Institucional	\$239,735.30	\$239,735.30	100%
Partido Verde Ecologista de México	\$38,005.00	\$38,005.00	100%
SUMAS	\$365,555.12	\$365,555.12	100%

4.2. ELABORACIÓN DEL DICTAMEN

Complida la revisión de mérito, este Órgano Técnico de Fiscalización, procedió a la elaboración del presente Dictamen de Procedencia Consolidado, para su presentación al Consejo



5. REVISIÓN INDIVIDUAL POR PARTIDO POLÍTICO

Con oficio número P/432/2009 de fecha 16 de mayo de 2009, el L.R.I. Enrique Galland Marqués, Consejero Presidente del Instituto Electoral y de Participación Ciudadana de Tabasco,

remite adjuntos a este Órgano Técnico de Fiscalización los Informes, así como los anexos con número de folio 4, 5 y 6 y soporte documental correspondientes a los gastos por actividades específicas que realizó el Partido Acción Nacional en el segundo bimestre (marzo-abril) del año 2009 y entregó en la oficialía de partes de este Instituto Electoral con fecha 15 de mayo de 2009.

El Partido Acción Nacional reportó en sus Informes que las Actividades Específicas llevadas a cabo y los montos erogados por tal motivo, fueron los que a continuación se detallan:

Folio 4	Directos	TAREAS EDITORIALES	Elaboración, diseño e impresión de 2000 Ejemplares del Periódico Acción Azul	\$46,809.90
Folio 5	Directos	EDUCACIÓN Y CAPACITACIÓN POLÍTICA	Capacitación "Liderazgo Político"	\$39,272.92
Folio 3	Directos	EDUCACIÓN Y CAPACITACIÓN POLÍTICA	Capacitación de imagen "Manejo de la página web"	\$1,732.00
TOTAL				\$87,814.82

Se procedió a revisar el contenido de todos y cada uno de los Informes y documentos presentados y verificar que éstos cumplan con los requisitos establecidos en la normatividad a que se hizo referencia en el primer párrafo del punto 4.1 del presente dictamen, resultando observaciones que se comunicaron al Partido a través del oficio OTF/164/2009 el día 25 de mayo de 2009, mismas que se transcriben:

- 1.- Falta anexar copia de las conciliaciones bancarias de los meses de marzo y abril de 2009, de la cuenta 1691735 de Banamex S.A., de conformidad con el Artículo 5 párrafo 5 del Reglamento.
- 2.- Anexo 1. Folio 4. Formato Único para la Comprobación de Gastos Directos de Actividades Editoriales "FUC", 2000 EJEMPLARES DEL PERIODICO "ACCIÓN AZUL".

Al cheque número 5285, expedido a nombre de Rubén Emanuel Gómez García, le faltó anexar copia de la constancia de retención del I.S.R. e I.V.A., señalado en el recibo de honorarios 0023.	\$ 3,980.00	Artículo 5, párrafo 5; Artículo 127 párrafo 4 de la L.I.S.R. y Artículo 32 fracción V de la L.I.V.A.
Al cheque número 5375, expedido a nombre de Rubén Emanuel Gómez García, le faltó anexar copia de la constancia de retención del I.S.R. e I.V.A., señalado en el recibo de honorarios 0030.	\$ 3,980.00	Artículo 5, párrafo 5; Artículo 127 párrafo 4 de la L.I.S.R. y Artículo 32 fracción V de la L.I.V.A.

FORALY 034/2009 Anexo 1. Folio 5. Formato Único para la Comprobación de Gastos Directos de Actividades de Educación y Capacitación Política "FUC"; LIDERAZGO POLÍTICO.

Faltó anexar el informe de actividades	—	Artículo 7, párrafo 1
En el cheque 5345, expedido a nombre de José Guadalupe Romero Suárez, para gastos diversos, anexan como comprobante de gasto las facturas 584 y GN9070 de Comercializadora Farmacéutica del Sureste, S.A. de C.V. así como la factura FK7572 a nombre de Tiendas Chedraui, por pago de recargas y tiempo aire para teléfono celular, gasto que no está considerado en el Reglamento.	\$600.00	Artículo 4, párrafo 3
En el cheque 5345, expedido a nombre de Gustavo Alberto Pérez Mendoza, para gastos diversos, anexan como comprobante de gasto la factura FK7542 a nombre de Tiendas Chedraui S.A. de C.V., por compra de tiempo aire para teléfono celular, gasto que no está considerado en el Reglamento.	\$100.00	Artículo 4, párrafo 3

4.- Anexo 1. Folio 6. Formato Único para la Comprobación de Gastos Directos de Actividades de Educación y Capacitación Política "FUC", MANEJO DE LA PÁGINA WEB.

Faltó anexar el informe de actividades	—	Artículo 7, párrafo 1
Falta anexar las muestras relacionadas con el gasto.	\$1,732.00	Artículo 6, párrafo 2
En el cheque 5331, expedido a nombre de Gustavo Alberto Pérez Mendoza, para gasto por curso de capacitación, anexan como comprobante de gasto la factura LYH0000683 a nombre de Cadena Comercial OXXO, S.A. de C.V., por compra de tiempo aire para teléfono celular, gasto que no está considerado en el Reglamento.	\$200.00	Artículo 4, párrafo 3

En consecuencia, mediante oficio TES/034/2009 y documentos anexos a los mismos, recibidos en este Instituto Electoral el día 30 de mayo de 2009, el Partido Político hizo las aclaraciones y rectificaciones que consideró pertinentes. Estas fueron materia de análisis por parte del personal técnico de este Órgano y se determinó que las mismas fueron solventadas, **excepto** las vinculadas con la compra de recargas de tiempo aire para teléfono celular por un monto de \$ 900.00 (novecientos pesos 00/100 M.N.), toda vez que en el oficio antes mencionado, no hace señalamiento alguno respecto a esta observación, la cual se transcribe:

 <p>En el cheque 5345, expedido a nombre de Gustavo Alberto Pérez Mendoza, para gastos diversos, anexan como comprobante de gasto la factura FK7542 a nombre de Tiendas Chedraui S.A. de C.V., por compra de tiempo aire para teléfono celular, gasto que no está considerado en el Reglamento.</p>		
<p>En el cheque 5345, expedido a nombre de Gustavo Alberto Pérez Mendoza, para gastos diversos, anexan como comprobante de gasto la factura FK7542 a nombre de Tiendas Chedraui S.A. de C.V., por compra de tiempo aire para teléfono celular, gasto que no está considerado en el Reglamento.</p>	\$100.00	Artículo 4, párrafo 3

4.- Anexo 1. Folio 6. Formato Único para la Comprobación de Gastos Directos de Actividades de Educación y Capacitación Política "FUC", **MANEJO DE LA PÁGINA WEB.**

<p>En el cheque 5331, expedido a nombre de Gustavo Alberto Pérez Mendoza, para gasto por curso de capacitación, anexan como comprobante de gasto la factura LYH0000683 a nombre de Cadena Comercial OXXO, S.A. de C.V., por compra de tiempo aire para teléfono celular, gasto que no está considerado en el Reglamento.</p>	\$200.00	Artículo 4, párrafo 3
--	----------	-----------------------

lo que fue notificado al Partido con oficio OTF/176/2009, el 3 de junio de 2009.

Por lo anterior, los gastos por actividades específicas del Partido Acción Nacional quedan de la siguiente manera:

Folio	Directos	TAREAS EDITORIALES	Elaboración, diseño e impresión de 2000 Ejemplares del Periódico - Acción Azul	\$46,809.90
Folio 5	Directos	EDUCACIÓN Y CAPACITACIÓN POLÍTICA	Capacitación "Liderazgo Político"	\$38,572.92
Folio 3	Directos	EDUCACIÓN Y CAPACITACIÓN POLÍTICA	Capacitación de imagen "Manejo de la página web"	\$1,532.00
TOTAL				\$86,914.82

CONCLUSIÓN

Cumplida la revisión de mérito, éste Órgano Técnico de Fiscalización del Instituto Electoral y de Participación Ciudadana de Tabasco, encuentra satisfechas las exigencias establecidas en la Ley Electoral del Estado de Tabasco, las Normas y Procedimientos de Auditoría y Normas para Atestiguar y las Normas de Información Financiera (NIF) y los diversos Ordenamientos Fiscales aplicables en la materia, en lo referente a la presentación de forma del Informe de actividades específicas; mas no así con el Reglamento del Financiamiento a los Partidos Políticos por Actividades Específicas como Entidades de Interés Público en relación al cuarto transitorio de la Ley Electoral vigente en el Estado ya que se incumplió con lo estrictamente establecido en el numeral 4 párrafo tercero del Reglamento que señala específicamente cuales son los gastos directos en Actividades de Educación y Capacitación, por lo anterior se concluye como Dictamen de Procedencia, que la cantidad acreditada y susceptible de financiamiento público por actividades específicas del Partido Acción Nacional como entidad de interés público, correspondiente al segundo bimestre (marzo-abril) del año 2009 es por un importe de \$82,914.82 (OCHENTA Y SEIS MIL NOVECIENTOS CATORCE PESOS 82/100 M.N.).



2. PARTIDO REVOLUCIONARIO INSTITUCIONAL

Con oficio número DOCE/246/2009 de fecha 15 de mayo de 2009, el Lic. Rigoberto de la O Gallegos, Director de Organización y Capacitación Electoral del Instituto Electoral y de Participación Ciudadana de Tabasco, remite adjuntos a este Órgano Técnico de Fiscalización los Informes, así como los anexos con número de folio 13, 03 y 03 y soporte documental correspondientes a los gastos por actividades específicas que realizó el Partido Revolucionario Institucional en el segundo bimestre (marzo-abril) del año 2009 y entregó en la oficialía de partes de este Instituto Electoral el 15 de mayo de 2009, a través de los oficios números PRI/SAF/065/09 y PRI/SAF/066/09.

El Partido Revolucionario Institucional reportó en sus Informes que las Actividades Específicas llevadas a cabo y los montos erogados por tal motivo, fueron los que a continuación se detallan:

Folio 03	Directos	EDUCACIÓN Y CAPACITACIÓN POLÍTICA	Programa de curso Regular de Formación de Cuadros y Activistas	\$154,367.30
Folio 13	Directos	TAREAS EDITORIALES	Edición, Publicación y Distribución de 2500 ejemplares de la Revista "Interior" de cada uno de los volúmenes 24 y 25	\$69,000.00
Folio 03	Indirectos	EDUCACIÓN Y CAPACITACIÓN POLÍTICA		\$16,368.00
TOTAL				\$239,735.30

Se procedió a revisar el contenido de todos y cada uno de los Informes y documentos presentados y verificar que éstos cumplan con los requisitos establecidos en la normatividad a que se hizo referencia en el primer párrafo del punto 4.1 del presente dictamen, resultando la observación que le fue notificada al Partido a través del oficio OTF/163/2009 el día 25 de mayo de 2009, misma que se transcribe:

Anexo 2. Folio 03. Formato Único para la Comprobación de Gastos Indirectos de Actividades Editoriales, de Educación y Capacitación Política y de Investigación Socioeconómica y Política "FUC".

El cheque número 355, expedido a nombre del prestador de servicios Prestaciones Multivale, S.A. de C.V., no presenta la leyenda "para abono en cuenta"	\$8,184.00	Artículo 5, párrafo 5
--	------------	-----------------------

En consecuencia, mediante oficio PRI/SAF/077/09 y documentos anexos a los mismos, recibidos en este Instituto Electoral el día 29 de mayo de 2009, el Partido Político hizo las aclaraciones y rectificaciones que consideró pertinentes. Estas fueron materia de análisis por parte del personal técnico de este Órgano y se determinó que la misma fue solventada, lo que fue notificado al Partido con oficio OTF/173/2009, el 29 de mayo de 2009.

CONCLUSIÓN

Cumplida la revisión de mérito, éste Órgano Técnico de Fiscalización del Instituto Electoral y de Participación Ciudadana de Tabasco, encuentra satisfechas las exigencias establecidas en la Ley Electoral del Estado de Tabasco, el Reglamento del Financiamiento a los Partidos Políticos por Actividades Específicas como Entidades de Interés Público, en relación al cuarto transitorio de la Ley Electoral del Estado de Tabasco, las Normas y Procedimientos de Auditoría y Normas para Atestiguar, las Normas de Información Financiera (NIF), y los diversos Ordenamientos Fiscales aplicables en la materia, en virtud de lo anterior, se concluye como Dictamen de Procedencia, que la cantidad acreditada y susceptible de financiamiento público por actividades específicas del Partido Revolucionario Institucional como entidad de interés público, correspondiente al segundo bimestre (marzo-abril) del año 2009 es por un importe de \$239,735.30 (DOSCIENTOS TREINTA Y NUEVE MIL SETECIENTOS TREINTA Y CINCO PESOS 30/100 M.N.).

5.3. PARTIDO VERDE ECOLOGISTA DE MÉXICO

Con oficio número CEEP/SF/PVEM/TAB/090/09 de fecha 15 de mayo de 2009, remite adjuntos a este Órgano Técnico de Fiscalización del Instituto Electoral y de Participación Ciudadana de Tabasco, los Informes, así como los anexos con número de folio 002 y soporte documental

correspondientes a los gastos por actividades específicas realizadas por el Partido Verde Ecologista de México en el segundo bimestre (marzo-abril) del año 2009 y entregó en la oficialía de partes de este Instituto Electoral el 15 de mayo de 2009.

Las actividades específicas que llevó a cabo el Partido Verde Ecologista de México y los montos erogados por tal motivo, fueron los que a continuación se detallan:

Folio 2	Directos	TAREAS EDITORIALES	Diseño, estructuración e impresión de 3000 y 6000 ejemplares del Díptico -Gaceta Verde	\$38,005.00
TOTAL				\$38,005.00

Se procedió a revisar el contenido de todos y cada uno de los Informes y documentos presentados y verificar que éstos cumplan con los requisitos establecidos en la normatividad a que se hizo referencia en el primer párrafo del punto 4.1 del presente dictamen, resultando observaciones que le fueron notificadas al Partido a través del oficio OTF/162/2009 el día 25 de mayo de 2009, mismas que se transcriben:

1.- Las conciliaciones bancarias y las relaciones anexas a las mismas, no están firmadas por el secretario de finanzas.

2.- Anexo 1. Folio 002. Formato Único para la Comprobación de Gastos Directos de Actividades Editoriales "FUC". Gaceta verde.

Observación	Monto	Artículo
No se envía el informe correspondiente a las tareas editoriales.	---	Artículo 7, párrafo 1
Fecha de inicio y conclusión de la actividad señalada en el formato, no corresponde al periodo.	---	Artículo 5, párrafo 1
El cheque número 1502101, expedido a nombre del prestador de servicios Araceli G. Pérez Gómez, no presenta la leyenda "para abono en cuenta"	\$5,175.00	Artículo 5, párrafo 5
El cheque número 1502120, expedido a nombre del prestador de servicios Benjamín Dueñas Azcona, no presenta la leyenda "para abono en cuenta"	\$5,750.00	Artículo 5, párrafo 5
El cheque número 1502121, expedido a nombre del prestador de servicios Araceli G. Pérez Gómez, no presenta la leyenda "para abono en cuenta"	\$8,165.00	Artículo 5, párrafo 5
El cheque número 1502153, expedido a nombre del prestador de servicios Yogui Montero Hernández, no presenta la leyenda "para abono en cuenta"	\$5,000.00	Artículo 5, párrafo 5

SECRETARÍA DE FINANZAS
 INSTITUTO ELECTORAL DEL ESTADO DE TABASCO

8

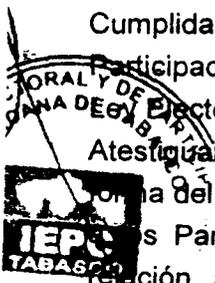
El cheque número 1502156, expedido a nombre del prestador de servicios Benjamín Dueñas Azcona, no presenta la leyenda "para abono en cuenta"	\$5,750.00	Artículo 5, párrafo 5
El cheque número 1502157, expedido a nombre del prestador de servicios Araceli G. Pérez Gómez, no presenta la leyenda "para abono en cuenta"	\$8,165.00	Artículo 5, párrafo 5

En consecuencia, mediante oficio CEE/SF/PVEM/TAB/096/09 y documentos anexos a los mismos, recibidos en este Instituto Electoral el día 30 de mayo de 2009, el Partido Político hizo las aclaraciones y rectificaciones que consideró pertinentes. Estas fueron materia de análisis por parte del personal técnico de este Órgano y se determinó que las mismas fueron solventadas, lo que fue notificado al Partido con oficio OTF/174/2009, el 2 de junio de 2009.

No obstante del oficio a que se hace referencia en el párrafo anterior, mediante oficio 178/2009 se le notificó al Partido el 05 de junio de 2009, que este Órgano Técnico de Fiscalización rectificó y precisó, *que de lo sustentado por la Jurisprudencia y en base a lo establecido en el artículo 5 párrafo quinto del Reglamento de las Actividades Específicas que Realicen los Partidos Políticos como Entidades de Interés Público, vigente en relación al cuarto transitorio de la Ley Electoral vigente en el Estado, que entre otras cosas establece, que los gastos que realice el partido político deberán ser cubiertos mediante cheque expedido a nombre del prestador del bien o servicio respetando el límite de \$2,000.00 establecido en el artículo 31, fracción III de la Ley del Impuesto sobre la Renta, así mismo señala que el incumplimiento de los requisitos señalados en dicho artículo, entre los cuales se encuentra el referenciado por el artículo 31 de la Ley del Impuesto sobre la Renta, que específicamente señala que los cheques mayores a la cantidad establecida, deben contener la Leyenda "para abono en cuenta", traerá como consecuencia que los comprobantes presentados no tengan validez para efectos de la acreditación del gasto; en base a ello es que se hizo y precisó la rectificación antes aludida al partido, en el cual se le tuvo por no solventadas las observaciones del segundo bimestre (marzo-abril), específicamente en relación con los cheques números 1502101, 1502120, 1502121, 1502153, 150156 y 1502157.*

CONCLUSIÓN

Cumplida la revisión de mérito, éste Órgano Técnico de Fiscalización del Instituto Electoral y de Participación Ciudadana de Tabasco, encuentra satisfechas las exigencias establecidas en la Ley Electoral del Estado de Tabasco, las Normas y Procedimientos de Auditoría y Normas para Atestiguar y las Normas de Información Financiera (NIF), en lo referente a la presentación de la Informe de actividades específicas; mas no así con el Reglamento del Financiamiento de los Partidos Políticos por Actividades Específicas como Entidades de Interés Público en relación al cuarto transitorio de la Ley Electoral vigente en el Estado y los diversos Ordenamientos Fiscales aplicables en la materia, ya que se incumplió con lo estrictamente



establecido en el numeral 5 párrafo quinto del Reglamento antes invocado, por lo anterior se concluye como Dictamen de Procedencia, que la cantidad presentada por el Partido en el informe revisado, la misma se tiene por no acreditada y por consiguiente no es susceptible de financiamiento público por actividades específicas del Partido Verde Ecologista de México como entidad de interés público, correspondiente al segundo bimestre (marzo-abril) del año 2009.

Se emite el presente Dictamen de Procedencia para los efectos a que haya lugar, el día cinco de junio del año dos mil nueve, en la Ciudad de Villahermosa, Tabasco.

ATENTAMENTE

RUBRICA

**C.P. MARÍA DE LOS ÁNGELES CARRILLO GONZÁLEZ
TITULAR DEL ÓRGANO TÉCNICO DE FISCALIZACIÓN
CED. PROF. NO. 1017720**

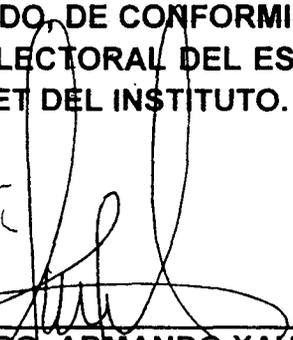
EL PRESENTE DICTAMEN RELATIVO A LOS INFORMES BIMESTRALES DE LOS PARTIDOS POLÍTICOS NACIONALES CORRESPONDIENTE A ACTIVIDADES ESPECÍFICAS DEL SEGUNDO BIMESTRE (MARZO-ABRIL) DEL AÑO DOS MIL NUEVE, FUE PRESENTADO EN TÉRMINOS DEL ARTÍCULO 88, FRACCIÓN III DE LA LEY ELECTORAL DEL ESTADO DE TABASCO, AL CONSEJO ESTATAL DEL INSTITUTO ELECTORAL Y DE PARTICIPACIÓN CIUDADANA DE TABASCO, EN SESIÓN ORDINARIA DE FECHA QUINCE DE JUNIO DEL AÑO DOS MIL NUEVE, EN LA QUE FUE APROBADO POR UNANIMIDAD.-----

-----CÚMPLASE.-----

PUBLÍQUESE EN EL PERIÓDICO OFICIAL DEL ESTADO, DE CONFORMIDAD CON LO DISPUESTO EN EL ARTÍCULO 136 DE LA LEY ELECTORAL DEL ESTADO DE TABASCO Y AGRÉGUESE A LA PÁGINA DE INTERNET DEL INSTITUTO.


L.R.I. ENRIQUE GALLAND MARQUES
CONSEJERO PRESIDENTE




MTRO. ARMANDO XAVIER
MALDONADO ACOSTA
SECRETARIO EJECUTIVO

EN LA CIUDAD DE VILLAHERMOSA, CAPITAL DEL ESTADO DE TABASCO, A LOS DIECISÉIS DÍAS DEL MES DE JUNIO DEL AÑO DOS MIL NUEVE, EL SUSCRITO MAESTRO ARMANDO XAVIER MALDONADO ACOSTA, SECRETARIO EJECUTIVO DEL INSTITUTO ELECTORAL Y DE PARTICIPACIÓN CIUDADANA DE TABASCO, CON FUNDAMENTO EN LO DISPUESTO POR EL ARTÍCULO 139, FRACCIÓN XXIV DE LA LEY ELECTORAL DEL ESTADO DE TABASCO.

CERTIFICA

QUE LAS PRESENTES COPIAS FOTOSTÁTICAS CONSTANTES DE (12) DOCE FOJAS ÚTILES, CONCUERDAN EN TODAS Y CADA UNA DE SUS PARTES CON EL ORIGINAL DEL DICTAMEN DE PROCEDENCIA EMITIDO POR EL ÓRGANO TÉCNICO DE FISCALIZACIÓN DEL INSTITUTO ELECTORAL Y DE PARTICIPACIÓN CIUDADANA, PARA SER ENVIADO A LOS INTEGRANTES DEL CONSEJO ESTATAL Y A LA JUNTA ESTATAL EJECUTIVA DEL INSTITUTO ELECTORAL Y DE PARTICIPACIÓN CIUDADANA DE TABASCO, RESPECTO DE LOS INFORMES BIMESTRALES DE LAS ACTIVIDADES ESPECIFICAS DE LOS PARTIDOS POLÍTICOS COMO ENTIDADES DE INTERÉS PÚBLICO DEL SEGUNDO BIMESTRE (MARZO-ABRIL) DEL AÑO DOS MIL NUEVE, APROBADO POR EL CONSEJO ESTATAL DEL INSTITUTO ELECTORAL Y DE PARTICIPACIÓN CIUDADANA DE TABASCO, EN SESIÓN ORDINARIA DE FECHA QUINCE DE JUNIO DEL AÑO DOS MIL NUEVE; QUE OBRA EN EL ARCHIVO DE ESTA INSTITUCIÓN, MISMO QUE TUVE A LA VISTA; LAS QUE SELLO, RUBRICO Y FIRMO.

SE EXPIDE PARA SER ENVIADA A LA SECRETARÍA DE GOBIERNO DEL ESTADO DE TABASCO, PARA SU PUBLICACIÓN EN EL PERIÓDICO OFICIAL, EN CUMPLIMIENTO A LO PREVISTO EN LOS ARTÍCULOS 136 Y 139 FRACCIÓN VII DE LA LEY ELECTORAL DEL ESTADO DE TABASCO.

DOY FE



ARMANDO XAVIER MALDONADO ACOSTA
SECRETARIO EJECUTIVO



El Periódico Oficial circula los miércoles y sábados.

Impreso en la Dirección de Talleres Gráficos de la Secretaría de Administración y Finanzas, bajo la Coordinación de la Dirección General de Asuntos Jurídicos de la Secretaría de Gobierno.

Las leyes, decretos y demás disposiciones superiores son obligatorias por el hecho de ser publicadas en este periódico.

Para cualquier aclaración acerca de los documentos publicados en el mismo, favor de dirigirse a la Av. Cobre s/n. Ciudad Industrial o al teléfono 3-10-33-00 Ext. 7561 de Villahermosa, Tabasco.