

MEXIQUENSES DE CORAZÓN

EL MEJOR MOMENTO ES AHORA, DE SER

MEXIQUENSES DE CORAZÓN

01.

ANALIZAMOS TUS REDES

Facebook e Instagram de Mexiquenses de Corazón, página web y las redes de los 21 municipios que integran el proyecto.

Facebook e Instagram

Hoy la comunicación está
centrada en el senador
Higinio Martínez.

01

PUBLICACIONES

Frecuencia irregular

02

INTERACCIÓN

Niveles bajos

03

TERRITORIO

Visibilidad dispareja entre
municipios

04

CONTENIDO

Predominan respaldos y
posicionamientos

Pagina WEB

El sitio y las redes hoy no hablan el mismo idioma.

01

IDENTIDAD GRÁFICA

**Inconsistente
con las redes
sociales**

02

ESTRUCTURA

**Limitada para
comunicar varios
pilares**

LO QUE NECESITA

Convertirse en el repositorio informativo e institucional del movimiento: que concentre su historia, principios, estructura, presencia territorial y actividades.

Las redes de los 21 municipios

La comunicación digital de los municipios presenta niveles desiguales de actividad, actualización y calidad de contenidos.

Facebook es la red predominante

20 de los 21 municipios la usan y, en varios casos, es su única plataforma activa.

Actividad desigual en otras redes

Instagram, TikTok y X tienen periodos largos de inactividad o publicaciones esporádicas.

Falta de estrategia

La mayoría de las cuentas están activas, pero sin una línea clara ni mensajes relevantes para la ciudadanía.

* No se trata solo de publicar mucho, sino de **comunicar con identidad propia contenido relevante** para la población.

Calificación de uso de redes

Calificamos de 0 a 10 las redes de cada presidente municipal con tres criterios: constancia de las publicaciones, calidad del contenido y aprovechamiento de las plataformas.

8 a 10

Uso constante · 8 municipios

Chalco · 9
Ecatepec · 9
Ixtapaluca · 9
Chimalhuacán · 8
Tenancingo · 8
Teoloyucan · 8
Tequixquiac · 8
Tultepec · 8

5 a 7

Uso intermitente · 8 municipios

La Paz · 7
San Felipe del Progreso · 7
Texcoco · 7
Tultitlán · 7
Atlacomulco · 5
Donato Guerra · 5
Tepetlaoxtoc · 5
Tlatlaya · 5

0 a 4

Uso bajo o nulo · 5 municipios

Coyotepec · 4
Ixtlahuaca · 3
Juchitepec · 3
Temascalcingo · 2
Ixtapan del Oro · 0

* La base existe; **falta constancia y una línea común.**

02.

DESCUBRIMOS ESTO

La red ya existe: 21 municipios y un origen común.
Lo que falta es una voz que los junte.

01

La voz es una sola persona

Las redes giran en torno al senador Higinio Martínez.
El movimiento y su gente casi no se ven.

02

El territorio no aparece parejo

Unos municipios se ven mucho y otros casi nada; en las cuentas municipales, las calificaciones van de 0 a 9.

03

Se publica sin un hilo

Predominan respaldos y posicionamientos, sin frecuencia fija ni temas propios. Por eso la interacción es baja.

04

Cada canal se ve distinto

La página web y las redes no comparten identidad, y el sitio no alcanza a contar todo lo que es el movimiento.



OPORTUNIDADES

- Construir una identidad colectiva
- Visibilizar el trabajo territorial
- Incrementar la interacción

03.

LA PROPUESTA:
UNA IDENTIDAD NUEVA

LO QUE REPRESENTA

Nacemos del territorio y de la unidad.

Construimos identidad desde nuestro origen regional y desde quienes hacen trabajo político y comunitario en el Edomex.

Reconocemos nuestras raíces, visibilizamos a nuestra gente y documentamos el trabajo en cada municipio.

DE DÓNDE SALE NUESTRA IDENTIDAD

Somos Mexiquenses de Corazón.

Nacimos en Texcoco, de una lucha colectiva por un Estado de México más justo, y crecimos sumando voces en cada municipio con un mismo anhelo: que el futuro de las familias mexiquenses esté en sus propias manos.

Venimos de enfrentar resistencias y desigualdades. Por eso exigimos democracia, justicia social y una nueva forma de ejercer el poder.

Esa historia es nuestra raíz. No la contamos para mirar atrás: la llevamos para seguir adelante.



MISIÓN

Organizar y dar voz a las y los mexiquenses que, desde su municipio, trabajan por un Estado de México más justo: con democracia, justicia social y una nueva forma de ejercer el poder, siempre cerca de su gente.

VISIÓN

Ser una fuerza mexiquense con identidad propia y presencia en cada municipio: muchas voces y generaciones, unidas por un mismo origen, que construyen el futuro de las familias mexiquenses con sus propias manos.

NUESTROS VALORES

Arraigo territorial

Somos de aquí.
Nuestro trabajo nace en los municipios y regresa a su gente.

Unidad

Muchos liderazgos, una sola identidad.
Nos organizamos en colectivo.

Experiencia

Trayectoria, participación y responsabilidad al servicio de la comunidad.

Compromiso social

Bienestar, igualdad y las necesidades de cada comunidad, primero.

Orgullo mexiquense

Nuestra historia, nuestra cultura y nuestra diversidad.

04.

EL PLAN PARA LOGRAR LA META

Desarrollar una personalidad colectiva y una identidad sólida que no dependa exclusivamente de Higinio Martínez.

* Su papel como referente histórico se reconoce; junto a él tienen presencia las distintas generaciones y figuras que integran el proyecto.

OBJETIVO Y METAS

Desarrollar una personalidad colectiva y una identidad sólida que no dependa exclusivamente de Higinio Martínez.

* Su papel como referente histórico se reconoce; junto a él tienen presencia las distintas generaciones y figuras que integran el proyecto.

01

Construir una identidad colectiva

02

Visibilizar el trabajo territorial

03

Incrementar la interacción

LA VOZ DE MEXIQUENSES

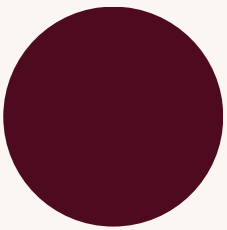
Qué posicionamos: arraigo territorial, unidad, experiencia política, compromiso social e identidad mexiquense.

Tono: cercano, orgulloso del territorio, humor suave. Lo político va con datos y fuente, no con adjetivos.

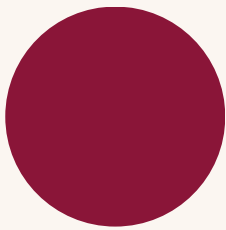
Reglas de voz: hablamos en “nosotros”, no en “él”. Cada dato lleva fuente y fecha. El humor es sobre lo cotidiano, nunca sobre partidos, personas ni otros municipios.

VISUAL

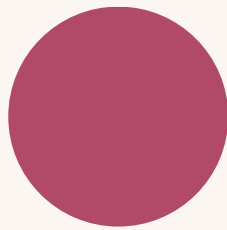
GAMA GUINDA (90%)



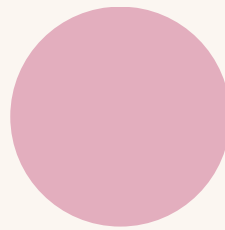
Vino
#4E0B1F



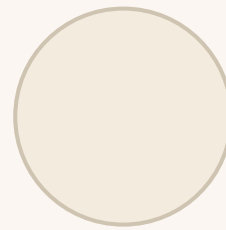
Guinda
#8A1538



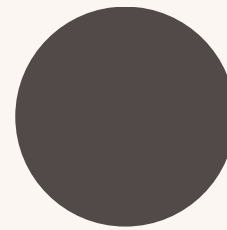
Guinda medio
#B04A68



Rosa polvo
#E3AEBE

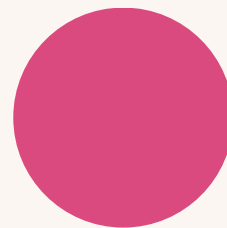


Crema
#F3EBDD

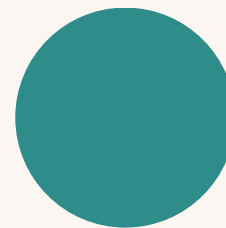


Carbón
#1C1416

ACENTOS (máx. 10%)

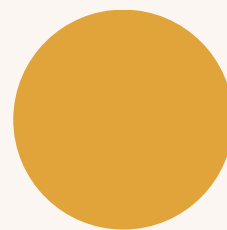


Rosa vivo
#DB4A7E

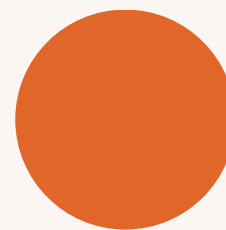


Teal
#2E8C8A

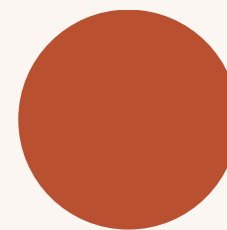
REGISTRO TERRITORIO · CÁLIDOS (guinda como ancla)



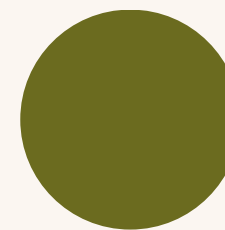
Ocre
#E0A43A



Cempasúchil
#E0662A



Terracota
#B9502F



Olivo
#6B6B1F

La paleta sale de la tela mexicana: del jaspe del rebozo de Tenancingo y de los bordados mazahua y otomí que se tejen en el Estado de México. Es una paleta heredada. **El guinda es el hilo principal, el que atraviesa toda la trama y le da unidad a la marca.**



BIOGRAFÍA

Bio propuesta (máx. 150 caracteres en IG).
Destacadas: una por sección territorio, con portada en el color de cada sección y aro guinda. Link: sitio o canal de WhatsApp de la comunidad.

Se propone un link a la pagina y un link a una comunidad en Whatsapp.



mexiquensesdecorazon

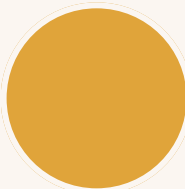


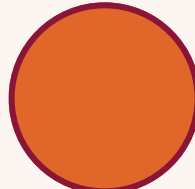
123
Posts

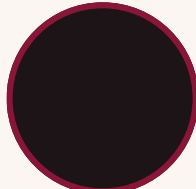
456
Followers

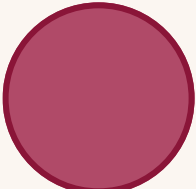
789
Following

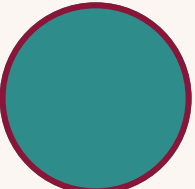
Comunidad • Estado de México
Somos millones de mexiquenses con el corazón  en nuestra tierra.
↓ Súmate


Ruta


Sabe a


Memoria

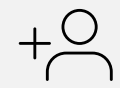

Gente

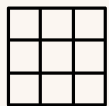

Hecho

Following

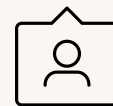
Message

Email









05.

LA ESTRATEGIA EN REDES

Cultura y humor (60%) ganan alcance y confianza.
El otro 40% (contraste, logros y perfil) aprovecha
esa audiencia ya ganada.

6 de cada 10 piezas no
hablan de política.

RITMO

5 piezas base por semana (lun, mié, jue, vie, dom) + hasta 3
piezas flex = 5 a 8 publicaciones semanales.
Las flex no mueven los porcentajes.

TERRITORIO

Un municipio por semana: 4 de las 5 piezas base lo tocan.
Así la presencia territorial se construye pieza por pieza.

DOS REGISTROS VISUALES

Político: cartel militante en gama guinda.
Territorio: documental y cálido, estilo “Conoce el Edomex”.
Una sola marca.

PILARES

01

Político y contraste · 15%

Sección Dos Caminos · 3 piezas por ciclo · carrusel, imagen con dato, reel 30 s

02

Logros y resultados · 15%

Sección Hecho y comprobado · el trabajo político y social de quienes integran la plataforma · 3 piezas · infografía, carrusel antes/ahora, reel de recorrido

03

Perfil · 10%

Sección Gente de Corazón · integrantes, figuras y generaciones del proyecto · 2 piezas · carrusel de perfil, reel “3 preguntas”

04

Cultura y turismo · 30%

Ruta Mexiquense + Sabe a Edomex + Memoria Viva · 6 piezas · carrusel, reel, mapa ilustrado

05

Entretenimiento y humor · 30%

Sección Mexiquensismos · 6 piezas · reel, meme, quiz y encuestas en stories





HECHO Y COMPROBADO

DISEÑO

Ficha con antes/ahora, cifra grande, nombre de quien lo impulsó y sello “Verificado” con fuente. Foto documental del lugar real, con grano.

FORMATOS

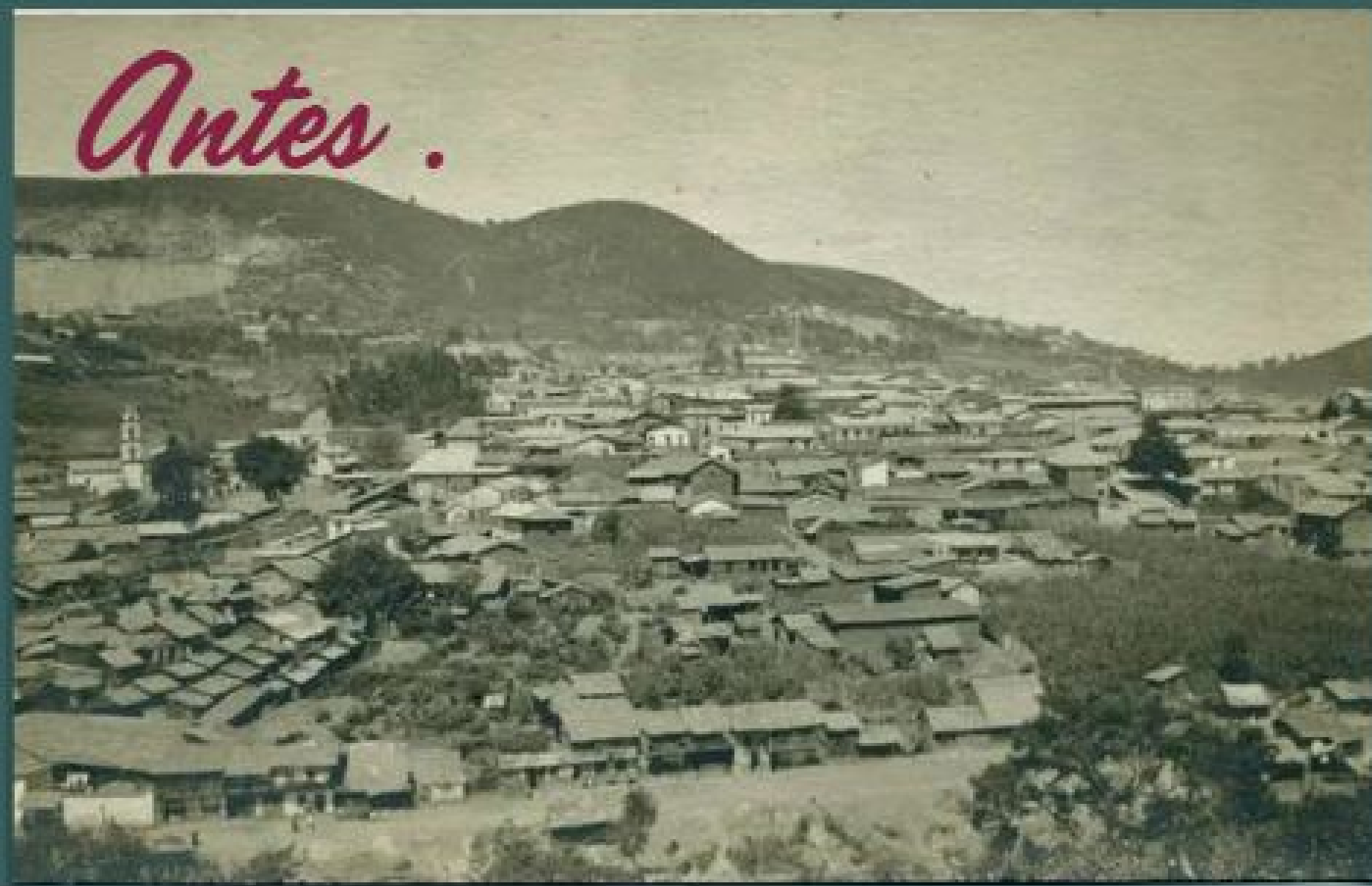
Infografía, carrusel de obra o acción, reel recorriendo la obra con quien la impulsó.

REGLAS

Muestra el trabajo político y social de quienes integran la plataforma. Cada logro lleva integrante, municipio y fecha. Sin fuente, no se publica.

REFERENCIA

Infografía de datos sobre carbón con mapa y ranking (La Cámpora), con la paleta guinda en lugar de celeste.



DOS CAMINOS

DISEÑO

Pantalla dividida: “lo que se vive” vs. “lo que proponemos”. Cifra o frase enorme en condensada desgastada, un dato por lámina, halftone y grano.

FORMATOS

Carrusel de 5 a 7 láminas, imagen con frase + dato, reel de 30 s.

REGLAS

El contraste es con problemas concretos y con el régimen anterior, nunca con aliados. Cada dato lleva fuente y fecha al pie.

REFERENCIA

Carteles tipo La Cándida (“Fuera FMI”, mapa con ranking): fondo carbón, cifra en crema, acento guinda, logo pequeño abajo.



“Frase de
la persona,
entre comillas.,,”

NOMBRE · OFICIO · MUNICIPIO



5 DATOS RÁPIDOS →

Mexiquenses
de Corazón

GENTE DE CORAZÓN

DISEÑO

Retrato b/n recortado sobre color plano, frase grande entre comillas y “5 datos rápidos”: trayectoria, municipio y causa. Collage con elementos de su municipio.

FORMATOS

Carrusel de perfil, reel “3 preguntas” de 45 s, foto con cita.

REGLAS

Perfiles de quienes integran el proyecto: presidencias municipales, liderazgos y nuevas generaciones. Higinio, como referente histórico, una vez por ciclo.

REFERENCIA

“Velha Chica” (retrato recortado sobre color plano con frase tipo sello) y “la belleza en lo ordinario” (la persona en su territorio, no en el template).



RUTA MEXIQUENSE

DISEÑO

Foto documental, nombre del municipio en display serif blanco y tagline en minúscula. Postal y pasaporte con sellos; monumento con texto en curva. Franjas de textil mexiquense (jaspe de Tenancingo).

FORMATOS

Carrusel “X en 5 paradas”, reel recorrido, mapa ilustrado.

SERIES HERMANAS

Sabe a Edomex: cartel de serigrafía a 2 tintas (cempasúchil + guinda) con el platillo ilustrado; qué pedir y dónde.

Memoria Viva: collage b/n, periódico rasgado y número grande sobre terracota; historia local y efemérides.

REFERENCIA

“CDMX si fuera una marca”, “Todo pasa en CDMX”, carteles “Poco a poco” y collage “02”.

Diccionario Mexiquense



AHORITA

*Momento indefinido
entre ya y nunca.*



**MEXIQUENSES DE
CORAZÓN**

MEXIQUENSISMOS

DISEÑO

Collage tipo sticker, recortes, azulejos geométricos de grecas y flores, tipografía irregular y plantillas de meme reconocibles.

FORMATOS

Reels, memes, quiz y encuestas en stories, “Diccionario mexiquense”, “Tipos de...”.

REGLAS

Humor sobre lo cotidiano (la combi, el tráfico, el tianguis, el clima), nunca sobre partidos o personas, sin estereotipos de clase ni burla a otros municipios. Prueba final: ¿lo compartiría con orgullo alguien de ese municipio?

REFERENCIA

Azulejos geométricos sobre rosa y ritmo de stickers; el humor vive en el texto, no en la burla.

USO DE REDES SOCIALES

INSTAGRAM

- Reels y carruseles como motor de alcance.
- Stories diarios (3 a 5) para encuestas, quiz, cuenta regresiva y bastidores.
- Colaboraciones con creadores del municipio.

FACEBOOK

Las mismas piezas, adaptadas.
Aquí vive el público adulto y los grupos vecinales: se comparte en grupos locales del municipio y se usa pauta pequeña segmentada solo a ese municipio.

REGLAS COMUNES

- Geoetiqueta en cada pieza del municipio.
- Logo siempre en la misma esquina.
- Sello de sección arriba a la izquierda.
- Un solo mensaje por lámina.

PARRILLA DEL CICLO · SEMANAS 1 Y 2

SEMANA 1 · TEXCOCO

LUN	RUTA MEXIQUENSE · CARRUSEL “Texcoco en 5 paradas”: Molino de Flores, Chapingo, tianguis, barbacoa.
MIÉ	DOS CAMINOS · CARRUSEL Movilidad: lo que vive quien se traslada horas al día vs. lo que se propone (cifras con fuente).
JUE	MEXIQUENSISMOS · REEL “Cosas que solo entiende alguien de Texcoco”, con voces de vecinos.
VIE	HECHO Y COMPROBADO · INFOGRAFÍA Un logro de la presidencia municipal con cifra, foto y fuente (agua o caminos).
DOM	SABE A EDOMEX · REEL Barbacoa: qué pedir y con quién ir.

SEMANA 2 · TENANCINGO

LUN	RUTA MEXIQUENSE · CARRUSEL “Tenancingo más allá del rebozo”.
MIÉ	HECHO Y COMPROBADO · CARRUSEL Antes/ahora de una obra de la presidencia municipal, con fuente.
JUE	MEXIQUENSISMOS · REEL “Tipos de gente en el tianguis del domingo”.
VIE	GENTE DE CORAZÓN · REEL “3 preguntas” a la presidenta municipal.
DOM	MEXIQUENSISMOS · STORIES Quiz “¿Qué tan mexiquense eres?”

PARRILLA DEL CICLO · SEMANAS 3 Y 4

SEMANA 3 · ECATEPEC

LUN	RUTA MEXIQUENSE · MAPA ILUSTRADO Ecatepec en 48 horas: lo que no sale en las noticias.
MIÉ	DOS CAMINOS · IMAGEN + DATO Agua: lo que se dice vs. lo que se hace.
JUE	MEXIQUENSISMOS · MEME “El mexiquense en fin de semana largo”.
VIE	GENTE DE CORAZÓN · CARRUSEL Perfil de un liderazgo joven del proyecto (nueva generación).
DOM	MEMORIA VIVA · CARRUSEL Historia local en 60 segundos o efeméride.

SEMANA 4 · TEMASCALCINGO

LUN	RUTA MEXIQUENSE · CARRUSEL Alfarería de Temascalcingo: paso a paso con artesanos.
MIÉ	DOS CAMINOS · REEL 30 S Reglas claras: cómo se evalúa a quien gobierna.
JUE	MEXIQUENSISMOS · REEL Diccionario mexiquense, entrega 1.
VIE	HECHO Y COMPROBADO · REEL Recorrido con la presidenta municipal y vecinos por una obra o servicio.
DOM	MEXIQUENSISMOS · STORIES “Pregúntale al pueblo”: vox pop o encuesta.

Ciclo: político 3 · logros 3 · perfil 2 · cultura 6 · humor 6 = 20 piezas (15/15/10/30/30).
Flex: hasta 3 por semana (stories diarios, bastidores, coyuntura, colaboraciones locales).

Lo que también pueden obtener

La identidad no se queda en redes: se lleva a cada punto de contacto del movimiento.

Página web como repositorio

Sitio con la nueva identidad que reúna historia, principios, estructura, presencia territorial y actividades.

Kit para los 21 municipios

Plantillas, paleta y guía rápida para que cada presidencia publique con la misma identidad.

Comunidad en WhatsApp

Canal para compartir los contenidos con la base y multiplicar el alcance de cada publicación.

Piezas para fechas clave

Contenido especial para fechas cívicas, culturales y del movimiento, con Higinio Martínez como referente.