

---

**LINEAMIENTOS GENERALES DEL  
INSTITUTO FEDERAL ELECTORAL PARA  
EL USO DE LOS RECURSOS EN  
MATERIA DE DIFUSIÓN EN MEDIOS  
IMPRESOS E INTERNET Y  
ELABORACIÓN E IMPRESIÓN DE  
MATERIALES PROMOCIONALES**

## ÍNDICE

### LINEAMIENTOS GENERALES DEL INSTITUTO FEDERAL ELECTORAL PARA EL USO DE LOS RECURSOS EN MATERIA DE DIFUSIÓN EN MEDIOS IMPRESOS E INTERNET Y ELABORACIÓN E IMPRESIÓN DE MATERIALES PROMOCIONALES

#### TÍTULO PRIMERO

Disposiciones Generales. . . . . Págs. 4-10

#### CAPÍTULO I

Generalidades. . . . . Pág. 4

#### CAPÍTULO II

De los programas de difusión . . . . . Pág. 9

#### TÍTULO SEGUNDO

Del Catálogo Nacional de Medios Impresos e Internet. . . . . Págs. 10-12

#### CAPÍTULO ÚNICO

De la elaboración del Catálogo Nacional de Medios Impresos e  
Internet . . . . . Pág. 10

#### TÍTULO TERCERO

De los Dictámenes de Procedencia Técnica. . . . . Págs. 12-16

#### CAPÍTULO I

De las Solicitudes. . . . . Pág. 13

#### CAPÍTULO II

De la Emisión del Dictamen de Procedencia Técnica. . . . . Pág. 14

#### CAPÍTULO III

Requisitos para el uso de espacios publicitarios en medios  
impresos e Internet. . . . . Pág. 15

## ÍNDICE

### **LINEAMIENTOS GENERALES DEL INSTITUTO FEDERAL ELECTORAL PARA EL USO DE LOS RECURSOS EN MATERIA DE DIFUSIÓN EN MEDIOS IMPRESOS E INTERNET Y ELABORACIÓN E IMPRESIÓN DE MATERIALES PROMOCIONALES**

<b>TÍTULO CUARTO</b>	<b>Págs. 16-20</b>
De los Procedimientos. ....	
<b>CAPÍTULO I</b>	
De la Recepción de Pautas y Emisión de Ordenes de inserción	<b>Pág. 16</b>
.....	
<b>CAPÍTULO II</b>	
De la Recepción y trámite de pago de las facturas por concepto de gasto de difusión en medios impresos (periódicos y revistas) e Internet. ....	<b>Pág. 19</b>
<b>TÍTULO QUINTO</b>	<b>Págs. 20</b>
Disposiciones Complementarias. ....	

# **LINEAMIENTOS PARA EL USO DE LOS RECURSOS EN MATERIA DE DIFUSIÓN EN MEDIOS IMPRESOS E INTERNET Y ELABORACIÓN E IMPRESIÓN DE MATERIALES PROMOCIONALES.**

## **TÍTULO PRIMERO. Disposiciones Generales.**

### **CAPÍTULO I. Generalidades.**

**1.** Los presentes Lineamientos Generales del Instituto Federal Electoral tienen por objeto regular el uso de los recursos en materia de difusión en medios impresos, Internet y elaboración e impresión de materiales promocionales a través del procedimiento para la solicitud y emisión del dictamen de procedencia técnica de las partidas presupuestales 33604, 33605 y 36101.

Los lineamientos son de observancia obligatoria para los órganos desconcentrados, las Direcciones Ejecutivas y unidades técnicas del Instituto, así como para la CNCS.

**2.** Por disposición del artículo 62, párrafo 1, incisos g) y j), del Reglamento Interior del Instituto Federal Electoral y de los Acuerdos emanados del Consejo General del Instituto Federal Electoral y de la Junta General Ejecutiva de dicho organismo, la CNCS será la encargada de emitir el Dictamen de Procedencia Técnica respecto al ejercicio de las partidas presupuestales 33604, 33605 y 36101, que se refieren a los gastos por concepto de impresión y elaboración de material informativo derivado de la operación y administración de las unidades responsables, de la información en medios masivos derivada de la operación y administración de las unidades responsables, y por concepto de difusión de mensajes sobre programas y actividades institucionales.

**3.** Las actividades relacionadas con la aplicación de los recursos en materia de difusión en medios Impresos, Internet y para la elaboración e impresión de materiales promocionales, se apegarán a las disposiciones contenidas en el Código Federal de Instituciones y Procedimientos Electorales, en los Acuerdos aprobados por el Consejo General del Instituto Federal Electoral, y en los Acuerdos tomados por la Junta General Ejecutiva, así como en los presentes Lineamientos.

**4.** Los presentes Lineamientos incorporarán íntegramente la Estrategia de Difusión que desarrolla la DECEYEC y que es aprobada por la Comisión del ramo, en razón de que dicha estrategia recoge las necesidades de difusión de las áreas del Instituto, bajo un criterio homogéneo que tiene como finalidad dar unidad a los mensajes a comunicar y presentar una sola imagen institucional.

**5.** Para los efectos de estos Lineamientos, se entenderá por:

- I. **Banner:** Imagen rectangular, horizontal o vertical, que puede ser colocada en la parte superior, inferior o en los costados de una página web, y que enlaza con el sitio o página del anunciante. Los banners se miden en pixeles y se crean como archivos .JPG y .GIF. El nombre del banner varía según el medio y las medidas.
- II. **Buscador:** Directorio en la red, que localiza una base de datos o textos con las palabras definidas por un usuario de Internet.
- III. **Campaña:** Conjunto de mensajes basados en un concepto rector, cuya difusión se realiza a través de los medios de comunicación.
- IV. **Certificación de circulación y cobertura geográfica:** Certificado que deberá ser expedido por cualquier persona moral ajena al medio de difusión, cuya capacidad técnica y conceptual le permita emitir los dictámenes correspondientes sobre la contabilidad y los controles de producción y distribución de los ejemplares vendidos. Dicha certificación deberá contener la circulación promedio del medio impreso de que se trate, así como las cifras totales de la circulación pagada y gratuita.
- V. **El Consejo.** El Consejo General del Instituto Federal Electoral.
- VI. **CNCS:** La Coordinación Nacional de Comunicación Social.
- VII. **El Catálogo:** El Catálogo Nacional de Medios Impresos e Internet. Es el documento que concentra los diarios y revistas nacionales y locales, así como las páginas web, que podrán ser considerados como sujetos de publicidad.
- VIII. **Contenidos Informativos Institucionales:** Actividades y funciones que desarrolla el Instituto, de acuerdo con las políticas y programas aprobadas por el Consejo General del mismo, las cuales se publican tanto en la página web del IFE, como en los medios masivos de comunicación.
- IX. **Circulación gratuita:** Cifra total de ejemplares de medios impresos distribuidos por el editor con una periodicidad regular y sin costo.
- X. **Circulación pagada:** Cifra en número de ejemplares. Comprende las ventas directas y las ventas a través de canales de distribución (personas físicas, empresas o entidades), más las suscripciones, menos las devoluciones sobre venta.
- XI. **Cobertura geográfica:** Localidades específicas o regiones en donde circula un medio impreso.
- XII. **DEA:** La Dirección Ejecutiva de Administración

- XIII. **Dictamen:** El Dictamen de Procedencia Técnica es el documento que emite la CNCS para aprobar las propuestas de difusión que presentan las áreas del Instituto que utilicen recursos de las partidas presupuestales 33604, 33605 y 36101.
- XIV. **DECEyEC:** La Dirección Ejecutiva de Capacitación Electoral y Educación Cívica.
- XV. **DERFE:** La Dirección Ejecutiva del Registro Federal de Electores.
- XVI. **Directorios de Medios:** Publicaciones que ofrecen información acerca de, agencias de publicidad, radio, televisión, publicidad exterior y alterna, así como medios impresos, con datos generales de los mismos y sus tarifas. Los directorios usados por la CNCS son: Media Vyasa y MPM
- Media Vyasa tienen 27 años en el mercado y reúne a medios impresos (periódicos y revistas), radio, televisión, publicidad exterior y alterna.
- MPM cuenta con 50 años en el mercado y publica un directorio por cada tipo de medio: medios impresos, medios audiovisuales, agencias y anunciantes y un anuario publicitario.
- XVII. **Encarte:** Un encarte es una pieza de comunicación impresa, con mensajes publicitarios, que se inserta en periódicos o revistas y que sobresale del resto de la publicación por medio del uso de un formato diferente.
- XVIII. **Estados:** Los enunciados en el artículo 43 de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, bajo la denominación de partes integrantes de la Federación.
- XIX. **Erogación:** Todo recurso presupuestario ejercido, incluido el Impuesto al Valor Agregado (IVA), en servicios que sean susceptibles de ser registrados en las partidas de gasto 33604, 33605 y 36101, del Clasificador por Objeto de Gasto del Instituto Federal Electoral.
- XX. **GIF:** Formato digital gráfico para imágenes.
- XXI. **Impresión:** En términos de publicidad en Internet, se refiere a las visualizaciones de una página web.
- XXII. **Instituto:** El Instituto Federal Electoral.
- XXIII. **Internet:** Conjunto descentralizado de redes, interconectadas por medio de protocolos (lenguajes), que permiten la comunicación entre usuarios de la web en todo el mundo.

- XXIV. **JPG:** Formato digital gráfico para imágenes.
- XXV. **La Junta.** La Junta General Ejecutiva del Instituto Federal Electoral.
- XXVI. **Manual de identidad Gráfica:** Documento que proporciona los elementos que constituyen el logotipo del IFE, el manejo del mismo, así como las características que deben tomarse en cuenta para todos los productos que se generen, con el propósito de que se unifiquen los criterios en la aplicación de la imagen institucional. Las disposiciones señaladas por este manual deberán ser atendidas para la construcción de cualquier material de difusión.
- XXVII. **Materiales promocionales.** Elementos audiovisuales y/o gráficos y sus partes componentes (diseño, producción, impresión), que se utilizan para difundir los mensajes institucionales. Entre estos se encuentran: perifoneo, videos; manuales, padrones, programas, informes; decretos, convenios, instructivos, proyectos editoriales (libros, revistas y gacetas), folletos, trípticos, dípticos, carteles, mantas, lonas, rótulos, mobiliario urbano, espectaculares, tarjetas telefónicas, gorras, camisetas, plumas, lápices, llaveros, memorias USB, mouse pad, tazas, termos, mochilas, carpetas, cuadernos, calendarios, portapapeles, sobres, cajas, estampas, globos, bolsas, chamarras, ceniceros, encendedores, notas adhesivas, portavasos, pulseras, botones, agendas, inflables, paneles, pelotas, discos compactos, portaplumas, paraguas, portagafetes, magnéticos, entre otros.
- XXVIII. **Mensaje Institucional:** Conjunto de conceptos que buscan incidir favorablemente en la opinión pública con el objeto de informar, proyectar la imagen institucional correcta y promover las actividades del Instituto.
- XXIX. **Orden de Inserción:** Oficio mediante el cual se solicita a los medios de comunicación impresos la inserción de mensajes en una fecha determinada.
- XXX. **Pageview:** Entrada a la página web. Se va contabilizando cada vez que el usuario ve algún contenido y lo lleva a otros vínculos o a más contenido.
- XXXI. **Página web:** Documento situado en una red informática, al que se accede mediante enlaces de hipertexto.
- XXXII. **Palabra Clave (Keyword):** Identificador del sitio o página web. Ejemplo: Instituto, Federal, Electoral, credencial, IFE, voto, elección.
- XXXIII. **Partida:** El nivel más específico del Clasificador por Objeto de Gasto del Instituto Federal Electoral, que describe los bienes o servicios de un mismo género, requeridos para la consecución de los programas y metas autorizados. A este nivel de agregación se registra el ejercicio del

presupuesto del Instituto.

- XXXIV. **Partida 33604:** Gasto por concepto de impresión y elaboración de material informativo derivado de la operación y administración de las unidades responsables.
- XXXV. **Partida 33605:** Gasto por concepto de información en medios masivos derivada de la operación y administración de las unidades responsables.
- XXXVI. **Partida 36101:** Gasto por concepto de difusión de mensajes sobre programas y actividades institucionales.
- XXXVII. **Presupuesto de Difusión:** Partida asignada en el presupuesto autorizado para el gasto en difusión del Instituto.
- XXXVIII. **Pauta:** Difusión de un mensaje determinado, en un medio determinado, por un tiempo determinado.
- XXXIX. **Pauta de conteo regresivo:** Divulgación de un mensaje determinado, el cual implica un tiempo específico de difusión para cumplir con su objetivo. Ejemplo: Actualización del padrón electoral, antes de un proceso electoral.
- XL. **Pago de publicidad en Internet:** En la mayoría de los casos se determina contabilizando el número de entradas al anuncio.
- XLI. **PDF:** Acrónimo de *Portable Document Format* (en inglés), es un documento que permite almacenar información, sin que ésta pueda ser modificada, sin un programa específico.
- XLII. **Periodicidad:** Tiempo que transcurre entre la publicación de un número por un medio impreso y la publicación del número siguiente inmediato.
- XLIII. **Perfil del lector:** Características demográficas, socioeconómicas y psicográficas de los lectores de un determinado medio.
- XLIV. **Pixel:** Unidad homogénea de color, con la que se miden las imágenes que se usan en Internet, ya sean fotografías, videos o un gráfico.
- XLV. **Políticas y Programas:** Las Políticas y Programas Generales del Instituto Federal Electoral del año correspondiente.
- XLVI. **Público objetivo:** Conjunto de individuos con características comunes a quienes se dirige un mensaje, los cuales son destinatarios de acciones, planes y programas efectuados por el Instituto Federal Electoral.
- XLVII. **Recursos presupuestarios:** Monto total disponible en las partidas 33604,

33605 y 36101 del Instituto Federal Electoral.

- XLVIII. **Reglamento:** El Reglamento Interior del Instituto Federal Electoral.
- XLIX. **Solicitud de inserción:** Oficio de instrucción de las Direcciones Ejecutivas a la CNCS, para la gestión de inserciones en medios impresos.
- L. **Tarifa:** Precio unitario fijado por los medios impresos para las publicaciones con determinadas especificaciones.
  - LI. **Tarifa comercial:** Costo regular que un medio impreso fija por la publicación de un material con determinadas especificaciones (tamaño, ubicación, color, etc).
  - LII. **Tarifa política:** Costo ofrecido a las entidades del Gobierno Federal y partidos políticos por la publicación de un material con determinadas especificaciones (tamaño, ubicación, color, etc.).
  - LIII. **Tráfico (en Internet).** Número de visitas que tiene una página web, en un determinado espacio de tiempo. Normalmente se mide por día.
  - LIV. **Usuario:** Lector de las páginas de Internet. También se utiliza como un factor para medir cuántas personas entran a un sitio o página. A esto se llama Usuario Único, y también se mide por día.
  - LV. **Web:** Sistema de documentos enlazados y accesibles a través de Internet.

## **CAPITULO II**

### **De los programas anuales de difusión.**

6. Cada una de las áreas del Instituto que cuenta con recursos para realizar difusión de mensajes institucionales, deberá elaborar su programa anual de difusión con base en el formato único que se anexa, conteniendo los siguientes elementos:

- a) Temas a difundir
- b) Objetivos por tema
- c) Calendario por tema
- d) Población objetivo

7. Los programas de difusión serán entregados a más tardar el último día de agosto de cada año, a la DECEYEC que, en colaboración con la CNCS, se encargará de determinar, conforme a las campañas de difusión establecidas para el Instituto, los mensajes que las áreas podrán emitir, seleccionando los medios y/o materiales más adecuados para su difusión.

8. La CNCS autorizará, mediante los dictámenes de procedencia técnica, el uso de los recursos destinados a la difusión de los mensajes institucionales.

9. De manera extraordinaria, las áreas del Instituto podrán poner a consideración de la DECEYEC y de la CNCS, programas de difusión complementarios no contemplados en sus programas anuales. Para llevar a cabo dicho procedimiento, deberán presentar sus necesidades de difusión, junto con la solicitud de Dictamen de procedencia técnica, cuando menos 10 días naturales antes de iniciar la difusión. La DECEYEC y la CNCS contarán con cinco días laborables a partir de la recepción de la solicitud, para emitir su determinación. La CNCS notificará al área solicitante la procedencia o improcedencia del Dictamen técnico.

En caso de emisión de un dictamen de procedencia técnica con observaciones, el área solicitante deberá acatar las recomendaciones propuestas.

## **TÍTULO SEGUNDO**

### **Del Catálogo Nacional de Medios Impresos e Internet**

#### **CAPÍTULO ÚNICO**

##### **De la elaboración del Catálogo Nacional de Medios Impresos e Internet**

10. El Catálogo será elaborado por la CNCS. Las Vocalías Ejecutivas Locales enviarán las propuestas de medios impresos e Internet considerados para contratación de publicaciones en sus estados.

11. A partir del mes de octubre de cada año, la CNCS dará inicio a los trabajos para la integración de El Catálogo. Para ello, se invitará a las casas editoriales y medios en Internet a fin de solicitarles el envío de sus propuestas.

Por lo que se refiere a cada entidad federativa, las propuestas de medios impresos e Internet por plaza, serán enviadas por las Juntas Locales a la CNCS. Es responsabilidad de cada Junta la negociación de la tarifa con el medio. La CNCS analizará y validará su inclusión, conforme a los criterios establecidos, e integrará la base de datos final.

En cuanto a la integración de El Catálogo, en la parte que corresponde a medios impresos e Internet nacionales, la CNCS recibirá las cartas compromiso de los medios que deseen participar en El Catálogo e, igualmente, analizará las propuestas e integrará la base de datos final.

Solamente serán incluidos en El Catálogo los medios impresos e Internet que ofrezcan al Instituto una tarifa menor o igual a la comercial publicada.

12. La CNCS será la responsable de integrar El Catálogo y presentarlo a la

consideración de la DECEyEC y la DERFE, para su conocimiento y observaciones.

**13.** Posteriormente la CNCS será la responsable de presentar ante la Junta General Ejecutiva, el documento final para su aprobación.

**14.** La inclusión de un medio en El Catálogo no implicará, en ningún momento, un compromiso de contratación para el Instituto que, en todo caso, utilizará únicamente los medios idóneos para satisfacer sus necesidades de difusión.

**15.** Para los medios, sin embargo, su inclusión en El Catálogo conlleva la obligación de mantener la tarifa pactada para el Instituto, durante el año en curso. Solamente los medios incluidos en el mismo podrán ser considerados como sujetos de contratación.

**16.** El Catálogo tendrá vigencia hasta la presentación de la actualización en la Junta General Ejecutiva correspondiente; por lo que mientras no se tenga la versión del año en curso las áreas deberán sujetarse a las tarifas incluidas en el Catálogo vigente.

**17.** Para la inclusión de los medios impresos en El Catálogo, se considerarán los siguientes criterios:

- a) Perfil del lector.
- b) Tiraje.
- c) Cobertura geográfica.
- d) Periodicidad.
- e) Tarifas.
- f) Certificación de circulación.

**18.** Para la inclusión de medios de Internet en El Catálogo se considerarán los siguientes criterios:

- a) Perfil de visitantes.
- b) Tráfico (Pageviews o Usuarios Únicos)
- c) Tarifas y criterios para establecer sus costos
- d) Certificaciones de seguridad y de tráfico.

**19.** Es requisito para la inclusión de un medio impreso en El Catálogo, que se encuentre certificado ante el Padrón Nacional de Medios Impresos elaborado por la Subsecretaría de Normatividad de Medios de la Secretaría de Gobernación, toda vez que dicho certificado avala los siguientes elementos:

- a) La reserva de Derechos al Uso Exclusivo del Título, expedido por el Instituto Nacional de Derechos de Autor (INDAUTOR).
- b) Licitud de Título.
- c) Licitud de Contenido, ambos expedidos por la Comisión Calificadora de

Publicaciones y Revistas Ilustradas (CCPRI).

O cuando menos, estar registrado en los directorios especializados en medios Media Vyasa y MPM.

**20.** La CNCS podrá realizar tres actualizaciones a El Catálogo durante el año de vigencia del mismo, a fin de incluir nuevas propuestas. Las actualizaciones tendrán verificativo la primera semana de los meses de abril, julio y octubre. Para tales actualizaciones se seguirá el procedimiento antes descrito.

**21.** La CNCS podrá hacer actualizaciones a El Catálogo fuera de los periodos estipulados, en el caso de situaciones excepcionales, previa justificación del solicitante y con 30 días para su resolución.

### **TÍTULO TERCERO**

#### **De los Dictámenes de Procedencia Técnica**

**22.** El artículo 62 del Reglamento Interior del Instituto Federal Electoral establece que son atribuciones de la CNCS, entre otras, las de supervisar, evaluar y contratar los diferentes espacios en los medios de comunicación, de las diversas campañas de difusión que realicen los órganos institucionales en el ámbito de sus respectivas competencias; y coadyuvar con la DECEYEC en el diseño de la estrategia de la campaña institucional.

Atendiendo a estas atribuciones y de conformidad con el Acuerdo de la Junta General Ejecutiva por el cual se aprueban los Lineamientos Generales del Instituto Federal Electoral para el ejercicio presupuestal, la CNCS emite dictámenes de procedencia técnica para el uso de las partidas 33604, 33605 y 36101.

Lo anterior, con el fin de conocer, evaluar y verificar el uso de herramientas y materiales así como contenidos de difusión, tanto de la DECEYEC que tiene a su cargo el diseño de la campaña institucional como de las Juntas Locales y Distritales que instrumentan esta campaña en los estados.

Los Directores Ejecutivos, los Coordinadores de Unidades Técnicas, los Vocales Ejecutivos de las Juntas Locales, los Vocales de las Juntas Distritales y los Coordinadores de Comunicación de los órganos desconcentrados, serán los únicos sujetos que podrán presentar solicitudes de Dictamen de procedencia técnica a la CNCS.

La CNCS emitirá el Dictamen de procedencia técnica mismo que estará sujeto a una valoración técnico-normativa, con base en la información, documentación y otros elementos que el solicitante presenta a consideración. Buscará lograr el mejor aprovechamiento de las herramientas de difusión así como unificar los contenidos de los mensajes de difusión. Asimismo, servirá para verificar la correcta utilización de la imagen institucional.

La CNCS podrá requerir al área solicitante, en todo momento, que profundice los datos, justificaciones, antecedentes e información sobre los objetivos del proyecto, antes de dictaminar la procedencia técnica de la propuesta de difusión.

Los dictámenes de procedencia técnica que se emitan en base a la verificación de la correcta aplicación de la imagen institucional, valorarán la propuesta de materiales gráficos enviada a consideración, a la luz de los preceptos del Manual de Identidad Gráfica del Instituto\*.

\*(Se integra el Manual de Identidad Gráfica del Instituto como parte de los anexos a este documento).

## **CAPÍTULO I**

### **De las Solicitudes**

**23.** La solicitud de Dictamen de procedencia técnica que realicen las áreas deberá contener los siguientes elementos:

- a) Área solicitante.
- b) Justificación de la necesidad o pertinencia de ejercer la(s) partida(s) presupuestal(es) para la contratación del bien o servicio que se pretende.
- c) Partida o partidas que se pretende(n) afectar.
- d) Tema a difundir
- e) Público Objetivo
- f) Descripción del bien o servicio que se pretende adquirir o, en su caso, arrendar. Se deberá explicitar el número de materiales, las características físicas de los mismos y cualquier otro elemento que coadyuve a clarificar el bien de que se trate.
- g) Para el caso de contratación de espacios en medios impresos e Internet con fines publicitarios, las solicitudes de Dictamen de procedencia técnica deberán incluir el plan de medios a utilizar, mismo que considerará únicamente los diarios, revistas y medios de Internet contenidos en El Catálogo.
- h) Fecha en que se pretende realizar la publicación.
- i) De ser el caso, se anexarán la medida y el diseño de los materiales a publicar.

**24.** Las Juntas Locales Ejecutivas y las Juntas Distritales Ejecutivas remitirán a la CNCS las solicitudes de Dictamen de procedencia técnica para el uso de las partidas 33604, 33605 y 36101, de acuerdo con las necesidades de difusión de las campañas establecidas por las Direcciones Ejecutivas correspondientes.

**25.** Las solicitudes de Dictamen de procedencia técnica para el uso de las partidas, serán enviadas a la CNCS, mediante oficio firmado por: el Vocal Ejecutivo de la Junta Local o Distrital, o el Vocal Secretario, o el Coordinador Estatal de Comunicación Social, en días y horas laborables, y deberán de indicar con precisión los siguientes datos:

- a) Nombre del proyecto (en su caso)
- b) Tema a difundir
- c) Objetivo específico del tema a difundir
- d) Número de partida(s) a utilizar
- e) Número de objetos promocionales y costo, o número de inserciones en medios y costo
- f) Población-objetivo
- g) Periodo de vigencia
- h) Medio de publicación, medidas y posición (en su caso)

La procedencia técnica del Dictamen sólo será válida cuando se cumpla con todos los requisitos previstos, incluida la fecha de envío.

## **CAPÍTULO II**

### **De la Emisión del Dictamen de Procedencia Técnica**

**26.** Las áreas ejecutivas del Instituto, así como los órganos desconcentrados del mismo, deberán solicitar, vía oficio, el Dictamen de Procedencia Técnica, con al menos 15 días de anticipación a la contratación.

**27.** La CNCS contará con 10 días laborables para dar respuesta a las solicitudes de Dictamen de Procedencia Técnica. En caso de ser rechazada la solicitud, se detallarán las deficiencias y/o motivos que justifiquen esta decisión.

**28.** Bajo ninguna circunstancia se emitirá el Dictamen de manera extemporánea; esto es, una vez que el área usuaria haya llevado a cabo la contratación y ejercido el presupuesto destinado para dichas actividades.

**29.** Será responsabilidad del área solicitante el uso de los recursos ejercidos a través de las partidas bajo Dictamen de Procedencia Técnica, conforme a las normas de contratación que lo regulan.

**30.** No será procedente emitir Dictamen de Procedencia técnica que solicite el ejercicio de una partida presupuestal para la adquisición de bienes o servicios diferente a las partidas presupuestales 33604, 33605 y 36101, de conformidad con lo establecido en el Acuerdo de la Junta General Ejecutiva del Instituto Federal Electoral por el cual se aprueban los Lineamientos Generales para el ejercicio presupuestal.

**31.** La CNCS extenderá el Dictamen de procedencia técnica cuando el área solicitante cumpla con las especificaciones marcadas en el Manual de Identidad Gráfica para la difusión de mensajes así como con las determinaciones marcadas por la DECEYEC para la campaña institucional y mediante la aprobación de los programas anuales de difusión.

**32.** El Dictamen de Procedencia Técnica que emita la CNCS deberá contemplar que el objetivo comunicacional de la publicación sea congruente con la audiencia o perfil del lector del medio seleccionado contemplado para ello.

**33.** El Dictamen de procedencia técnica únicamente avala el uso de las partidas de referencia, la suficiencia presupuestal será responsabilidad de las áreas solicitantes.

### **CAPÍTULO III**

#### **Requisitos para el uso de espacios publicitarios en medios impresos e Internet**

**34.** Para poder ejercer cualquier presupuesto de difusión con alguno de los medios impresos e Internet incluidos en el Catálogo, es necesario contar con cartas compromiso a fin de disponer de un documento que valide la tarifa pactada con el Instituto durante el año en curso. Asimismo, se dará cumplimiento a los siguientes requisitos:

- a) Solamente serán sujetos de contratación los medios que ofrezcan al Instituto una tarifa igual o menor a la tarifa comercial publicada. Se tomará como tope máximo esta tarifa comercial, tratando de pactar una tarifa menor, y/o bonificaciones. En caso de que exista algún medio que no quiera respetar la tarifa comercial, pretendiendo cobrar tarifa política, quedará fuera de El Catálogo.
- b) La unidad de medida base para calcular los costos para medios impresos será la plana, para los medios en Internet se tomará como base el costo por millar o costo mensual del banner superior en la página principal.
- c) Los medios impresos deberán desglosar los precios para espacios menores a la plana: media plana, cuarto, octavo, cintillo, robaplana.
- d) Los medios en Internet deberán desglosar los precios de cada banner ofrecido, así como de cualquier otro formato publicitario.
- e) Se tratará directamente con el ejecutivo de cuenta del área comercial de cada medio, en las instalaciones del Instituto.
- f) La carta compromiso tendrá vigencia del 1° de enero al 31 de diciembre del año en curso, lo que implica que la tarifa negociada será respetada en tanto la carta compromiso esté vigente.
- g) El pago por el importe de las publicaciones en medios impresos se realizará contra entrega de la factura, acompañada del testigo de la publicación y después de realizar los trámites correspondientes.
- h) El pago por el importe de las publicaciones en medios de Internet se realizará contra entrega de la factura, acompañada del (los) testigo(s) de publicación (se entregará, cuando menos, una impresión de pantalla que dé cuenta de la difusión del anuncio respectivo por cada día de la campaña implementada. El testigo deberá contar con elementos que comprueben el día y la hora en que se obtuvo la impresión de pantalla), y después de realizar los trámites administrativos correspondientes.

- i) En el caso de publicaciones realizadas por las Juntas Locales que no estén dentro de las pautas enviadas por las Direcciones Ejecutivas, se considerarán como publicidad local, por lo que no se utilizarán recursos del presupuesto de difusión, a fin de cubrir el pago de dichas publicaciones.

## **TÍTULO CUARTO**

### **De los Procedimientos**

#### **CAPÍTULO I**

#### **De la Recepción de Pautas y Emisión de Órdenes de Inserción**

**35.** Las Direcciones Ejecutivas del Instituto serán las encargadas de remitir a la CNCS las solicitudes y pautas mensuales, de acuerdo con los temas a difundir programados por el área.

**36.** Las áreas usuarias desarrollarán pautas acordes a la población-objetivo de los mensajes a difundir. La pauta deberá incluir los medios donde se hará la publicación, así como la fecha y los temas a difundir. Solamente podrán incluir medios impresos y de Internet que se encuentren en El Catálogo vigente.

**37.** Las solicitudes de inserción serán enviadas a la CNCS mediante oficio firmado por el Director Ejecutivo, en días y horas hábiles, cuando menos cinco días antes de la publicación e indicarán con precisión la siguiente información:

- a) Nombre del proyecto.
- b) Tema a difundir.
- c) Objetivo del tema a difundir.
- d) Población-objetivo.
- e) Periodo de vigencia.
- f) Medio de publicación.
- g) Características de la inserción (tamaño, color, página/sección)
- h) Costo de la inserción

**38.** Para su tramitación, las solicitudes de inserción deberán acompañarse de un oficio de autorización firmado por el Coordinador Nacional de Comunicación Social.

**39.** Las pautas deberán ser enviadas a la CNCS diez días antes de la fecha de publicación para su tramitación. En el caso de las revistas, la CNCS enviará a las áreas sustantivas la información de las fechas de cierre y recibirá de éstas las pautas, con cinco días de anticipación para su tramitación.

Para pautas en Internet, deberá notificarse a la CNCS, para que ésta verifique con el medio la disponibilidad de tiempo y espacio en la página o sitio, 15 días antes de la publicación. La CNCS deberá dar respuesta al área solicitante, a más tardar

dos días después de esta notificación. De ser posible la publicación en el medio, el solicitante deberá entregar el material gráfico 10 días antes de su publicación para realizar los trámites correspondientes.

**40.** Las pautas deberán ir acompañadas de los materiales a publicar, contando con un original para cada medio, en los formatos requeridos.

Además del original impreso, el material deberá enviarse por correo electrónico, dirigido a la Subdirección de Publicidad, área encargada de la gestión ante los medios.

**41.** Para el caso de inserciones en medios locales, será responsabilidad de las Juntas Locales y Distritales la gestión con los medios así como la administración del uso de estos espacios publicitarios. El área con necesidades de difusión en medios locales informará mediante oficio a la CNCS, las necesidades y características del proyecto acompañado de la pauta por estado, con diez días laborables de anticipación a la fecha de publicación.

La CNCS verificará con cada Junta los medios propuestos y las tarifas vigentes y, en su caso, hará las modificaciones requeridas a la pauta, mismas que informará mediante oficio del Coordinador Nacional de Comunicación Social al área solicitante.

El área solicitante será responsable de los envíos para la distribución oportuna de la documentación y los materiales de difusión, los cuales deberán remitirse al Vocal Ejecutivo de la Junta Local, con copia al Vocal del área responsable y al Coordinador Estatal de Comunicación Social. De igual modo, se remitirá una copia al Coordinador Nacional de Comunicación Social, y a los funcionarios de las oficinas centrales que deban tener conocimiento de esta actividad.

**42.** Las Juntas Locales tramitarán ante la CNCS los dictámenes de procedencia técnica para el uso de los recursos con base a los Lineamientos Generales para el Ejercicio Presupuestal vigente, para ello deberá enviar su solicitud cuando menos cinco días antes de la publicación, acompañada de la pauta ya verificada por la CNCS. El área solicitante será responsable de enviar copia del dictamen de procedencia técnica a las Juntas en los estados.

**43.** Para verificar el cumplimiento de la pauta por parte del medio, se revisarán la fecha y características de la publicación para confirmar su coincidencia tanto con la orden de inserción emitida como con la pauta solicitada por el área solicitante.

**44.** Para el caso excepcional de inserciones publicadas por los medios fuera de las fechas marcadas en las pautas solicitadas, se deberán contemplar los siguientes criterios:

- a) El plazo de tolerancia para la publicación de un anuncio extemporáneo será

máximo dos días posteriores a la fecha registrada en las pautas, siempre y cuando no exceda la fecha de término de una campaña.

- b) Las pautas de conteo regresivo son absolutamente inamovibles de las fechas programadas.
- c) En caso de que el periódico no publique en la fecha indicada por la orden de inserción, el anuncio será publicado posteriormente, previa autorización por escrito del área solicitante, basándose en las disposiciones contenidas en los presentes Lineamientos.

**45.** La CNCS, la Dirección Ejecutiva de Organización Electoral y las Juntas locales definirán los diarios que se considerarán para la distribución de los encartes a que se refiere el artículo 242 del Código, mismos que estarán incluidos en El Catálogo.

Una vez definidos los medios y costos y contando con el Dictamen de procedencia técnica de la CNCS, cada Junta será responsable de gestionar los trabajos y cubrir sus costos con el presupuesto asignado.

**46.** Para la Publicación de Convocatorias de Licitaciones Públicas, se deberán atender las siguientes disposiciones:

- a) El área solicitante deberá enviar a la CNCS, en días y horas hábiles, los materiales y los requisitos de publicación, fecha y medio, con cinco días de anticipación para su tramitación.
- b) Los recursos que se utilicen para estos trabajos serán responsabilidad del área solicitante.
- c) Las solicitudes deberán ir acompañadas de los materiales a publicar, contando con un original en los formatos requeridos por los medios.
- d) Adicional al original impreso, el material deberá enviarse por correo electrónico, dirigido a la Subdirección de Publicidad, encargada de la gestión ante los medios.

**47.** Las publicaciones a realizarse en el Diario Oficial de la Federación, deberán cumplir los siguientes puntos:

- a) El pago del monto de la publicación deberá realizarse por medio de cheque certificado o de caja.
- b) La publicación deberá ir rubricada por el responsable de la misma.
- c) Los días de publicación serán únicamente martes o jueves, para licitaciones de adquisiciones, como lo marca la Secretaría de Gobernación, en la Guía de Trámites del Diario Oficial de la Federación. En caso de avisos u otro tipo de publicaciones, la fecha de entrega a la CNCS es de 3 días laborables.
- d) Para las publicaciones que se realicen en martes, el material deberá entregarse el jueves anterior a la fecha de publicación, a más tardar a las 10:00 horas.
- e) Para las publicaciones que se realicen en jueves, el material deberá

entregarse el lunes anterior a la fecha de publicación, a más tardar a las 10:00 horas.

- f) En el caso de las publicaciones para el interior de la República, se deberá contar con el material a publicar con 10 días de antelación.
- g) Adicional al original impreso, el material deberá enviarse por correo electrónico, dirigido a la Subdirección de Publicidad, área encargada de la gestión ante los medios.

## **CAPÍTULO II**

### **De la recepción y trámite de pago de las facturas por concepto de gastos de difusión en medios impresos (periódicos y revistas) e Internet**

**48.** Para la recepción y trámite de las facturas se realizará el siguiente procedimiento:

- a) La CNCS entregará, en sus oficinas, las órdenes de inserción correspondientes a cada medio con las instrucciones de publicación.
- b) Acompañada de esta orden de inserción el representante del medio entregará a la CNCS dos testigos originales de la publicación. En el caso de Internet, deberán entregarse dos tantos de los testigos diarios, sin importar el tiempo de la campaña, copia de la carta-compromiso especificando la tarifa pactada con el Instituto y la factura que deberá contener los siguientes datos:
  - Razón Social: "Instituto Federal Electoral"
  - RFC: IFE-901011-IH1.
  - Domicilio: Viaducto Tlalpan 100, Colonia Arenal Tepepan, 14610, México D.F. Delegación Tlalpan.
  - I.V.A. desglosado
  - Concepto (nombre de la publicación)

La CNCS se encargará de cotejar el monto contra la tarifa pactada, los datos de facturación así como que en una misma factura no sean incluidas publicaciones de mensajes que correspondan a unidades responsables distintas. Ante cualquiera de estas omisiones, la CNCS devolverá las facturas para su corrección. Finalmente la CNCS enviará a la Coordinación Administrativa Central las facturas para su pago.

**49.** Con el fin de llevar un control de las facturas, la CNCS, integrará, en archivo electrónico, una base de datos con la siguiente información:

- a) Fecha de Recepción
- b) Número de factura
- c) Razón social
- d) Nombre del medio

- e) Fecha de publicación
- f) Importe
- g) Nombre de la publicación
- h) Número de inserción

**50.** Todas las facturas sin excepción deberán ser verificadas y rubricadas por la Subdirección de Publicidad, que solicitará la autorización de la Dirección de Análisis y Evaluación de la CNCS para efectuar los pagos correspondientes, una vez verificados los respaldos y cotejados los montos.

## **TÍTULO QUINTO**

### **Disposiciones Complementarias**

**51.** En el uso de espacios publicitarios en medios se podrán aceptar publicaciones gratuitas o descuentos adicionales a favor del Instituto por parte de los medios, siempre que lo anterior no implique para el Instituto obligación o compromiso alguno para próximas publicaciones. De ser el caso, el órgano institucional que así lo acuerde deberá notificar a la CNCS, vía oficio signado por el Director Ejecutivo, Vocal de Junta o Coordinador de área, el descuento pactado, a fin de hacerlo válido al momento de gestionar la publicación con el medio. Solamente podrán utilizarse los medios incluidos en El Catálogo aún cuando la publicación sea gratuita.

**52.** No se realizarán erogaciones por concepto de notas, entrevistas o imágenes con fines periodísticos. Las publicaciones que se realicen con cargo a recursos públicos, deberán estar directamente vinculadas con sus funciones, y en su caso, con las campañas de comunicación social y difusión.

**53.** Los órganos desconcentrados del Instituto deberán presentar a la CNCS, informes cuatrimestrales sobre la utilización de las partidas presupuestales que hayan sido dictaminadas como técnicamente procedentes, a fin de verificar el logro de los objetivos planteados.

**54.** Todas las publicaciones en medios locales serán responsabilidad de las Juntas que se encargarán de tramitar las inserciones y vigilar el cumplimiento de las tarifas aprobadas en El Catálogo.

**55.** En los casos en que la CNCS deba realizar inserciones en los medios estatales, será la Junta Local correspondiente, la encargada de verificar que éstas se publiquen, y que el costo sea el acordado con el medio y aprobado en El Catálogo.

**56.** Cualquier modificación que los medios deban realizar a las tarifas pactadas en El Catálogo deberá ser consultada y autorizada por la CNCS, la cual se encargará de la actualización correspondiente en El Catálogo, y presentación para su aprobación en la sesión más próxima de la Junta General Ejecutiva.