

## Contenido

1. Objetivo .....	1
2. Alcance .....	2
3. Marco normativo.....	2
4. Definiciones .....	3
5. Responsabilidades .....	6
6. Políticas de Operación .....	6
7. Diagrama de Flujo .....	9
8. Descripción de Actividades .....	12
9. Formato .....	14

## Control de cambios

Revisión	Fecha	Descripción de cambio
01	23/08/2023	<ul style="list-style-type: none"><li>Actualización del <i>Procedimiento para la publicación de inserciones institucionales en medios de comunicación impresos, electrónicos, virtuales, en Internet y Redes Sociales. IECM/PR/UTCSyD/2/2017</i>, con base en la incorporación de los <i>Lineamientos Generales del Instituto Electoral de la Ciudad de México para el uso de los recursos en materia de difusión en medios impresos, electrónicos, virtuales, internet y redes sociales</i>, aprobados por la Junta Administrativa el 11 de octubre de 2019.</li><li>Actualización conforme a la Estructura documental del Sistema de Gestión de Calidad Electoral vigente.</li></ul>
00	15/11/2017	Emisión del documento

### 1. Objetivo

Reglamentar los trámites de inserción de publicaciones institucionales en medios de comunicación impresos, electrónicos, virtuales, en Internet y Redes Sociales, mediante el establecimiento de los lineamientos básicos que deberán observarse en cumplimiento de las políticas y programas institucionales.

## 2. Alcance

Aplica para la gestión de inserciones solicitadas por las diferentes áreas del Instituto, en medios de comunicación impresos, electrónicos, virtuales, internet y redes sociales, que formen parte del Catálogo de Medios.

## 3. Marco normativo

- Ley General de Comunicación Social. DOF 02-06-2023.
- Ley Federal de Austeridad Republicana. DOF 15-11-2019.
- Ley de Austeridad, Transparencia en Remuneraciones, Prestaciones y Ejercicio de Recursos de la Ciudad de México. GOCM 11-11-2021.
- Código de Instituciones y Procedimientos Electorales de la Ciudad de México. (Código).
- Gaceta Oficial de la Ciudad de México: No. 94, 30-11-2022.
- Reglamento Interior del Instituto Electoral de la Ciudad de México, Vigente.
- Lineamientos Generales del Instituto Electoral de la Ciudad de México para el uso de los recursos en materia de difusión en medios impresos, electrónicos, virtuales, internet y redes sociales.
- Manual para el uso incluyente, no sexista y no discriminatorio del lenguaje en el Instituto Electoral de la Ciudad de México.
- Última reforma: Acuerdo No. JA-076-15, aprobado por la Junta Administrativa, 14-VII-2015. Actualización vigente.
- Programa Anual de Adquisiciones, Arrendamientos y Servicios.
- Manual de Identidad Gráfica del Instituto Electoral de la Ciudad de México.
- Normas de racionalidad, austeridad y disciplina presupuestal del Instituto Electoral de la Ciudad de México para el ejercicio fiscal 2023.
- Última reforma: Acuerdo ACU- JA023-23, del 14 de febrero de 2023.

#### 4. Definiciones

**Alcance:** Número de personas usuarias que han tenido una vista, visita o interacción con un contenido publicado.

**Analítica web:** Recopilación de la información de navegación e interacción de la persona usuaria con el sitio web, a fin de conocer y analizar el funcionamiento de una página web.

**Banner:** Imagen cuadrangular, rectangular, horizontal o vertical, que puede ser colocada en la parte superior, inferior, central o en los costados de una página web, y que enlaza con el sitio o página del anunciente. Los banners se miden en pixeles y se crean en archivos con extensión JPEG, PNG y GIF. El nombre y tamaño del banner varía según el diseño de medio virtual, de internet o red social.

**Campaña:** Conjunto de contenidos basados en un concepto rector, cuya difusión se realiza a través de los medios de comunicación; puede abarcar medios impresos, electrónicos, virtuales, internet y redes sociales.

**Catálogo:** Catálogo de Medios Impresos, Digitales, Electrónicos, Virtuales, Internet y Redes Sociales de cada ejercicio fiscal. Es el documento que concentra los sujetos susceptibles de otorgamiento de publicidad en medios impresos, electrónicos, virtuales, internet y redes sociales.

**Certificación de circulación:** Documento 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.

**Circulación gratuita:** Cifra total de ejemplares de medios impresos distribuidos por el editor con una periodicidad regular y sin costo.

**Circulación pagada:** Cifra de ejemplares vendidos, la cual comprende las ventas directas y las ventas a través de canales de distribución (personas físicas, empresas o entidades), más las suscripciones contratadas, menos las devoluciones sobre venta.

**Cobertura geográfica:** Localidades específicas o regiones en donde circula un medio impreso.

**Contenidos Informativos Institucionales:** Difusión de las actividades y funciones que desarrolla el Instituto, a través de la UTCSyD de acuerdo con los planes, políticas y programas del Instituto.

**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.

**Encarte:** Pieza de comunicación impresa, de contenido informativo y/o promocional, que se inserta en medios impresos y que sobresale del resto de la publicación por medio del uso de un formato diferente.

**GIF:** Formato digital gráfico para imágenes, en la mayoría de los casos, con movimiento.

**Impresiones:** En términos de publicidad en Internet, el número de veces que ha aparecido una publicación o contenido en medios virtuales, redes sociales o internet.

**Interacción:** Acción que realiza la persona en una publicación o contenido emitido en una red social o página web. Pueden ser “me gusta” (likes), comentarios, compartidos (shares), reacciones, mensajes guardados, clic en el enlace y clic en el video o en la foto.

**Internet:** Conjunto descentralizado de redes de telecomunicaciones en todo el mundo, interconectadas entre sí, que proporciona diversos servicios de comunicación y que utiliza protocolos y direccionamiento coordinados internacionalmente para el enrutamiento y procesamiento de los paquetes de datos de cada uno de los servicios.

**JPEG o JPG:** Formato digital gráfico para imágenes.

**Medios de comunicación:** Se entenderán como tales a las personas físicas o morales que podrán proveer servicios en medios electrónicos, medios impresos, medios digitales, medios virtuales y medios públicos, mismos que podrán ser captados simultáneamente por gran cantidad de individuos.

**Medios digitales:** Aquellos en los que se involucran mecanismos tecnológicos para la exhibición y distribución de mensajes o propaganda, tales como correos electrónicos, mensajes de texto, de audio y video, circuito cerrado en lugares públicos, redes sociales, así como internet.

**Medios virtuales:** Foros de discusión, correos electrónicos, chat, grupos de noticias, videoconferencias, videojuegos, servicios de streaming en audio y video.

**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.

**Orden de Inserción:** Oficio mediante el cual se solicita a los medios de comunicación impresos, virtuales, redes sociales o de internet la difusión de mensajes en una fecha o periodo determinado.

**Página web:** Sitio digital de carácter multimedíatico, capaz de incluir audio, video, texto y sus combinaciones, a la que se puede acceder a través de un navegador Web y una conexión activa a Internet.

**Palabra Clave:** Término específico que describe el contenido de un sitio web, utilizado por motores de búsqueda para posicionar y mostrar información en internet.

**Pauta:** Difusión de un mensaje determinado, en un medio determinado, por un tiempo determinado.

**Pauta de conteo regresivo:** Divulgación de un mensaje determinado, el cual implica un tiempo específico de difusión para cumplir con su objetivo.

**PDF:** Formato de archivo universal que conserva las fuentes, las imágenes y la maquetación de los documentos originales creados en una amplia gama de aplicaciones y plataformas.

**Perfil del lector:** Características demográficas, socioeconómicas y psicográficas de los lectores de un determinado medio.

**Periodicidad:** Tiempo que transcurre entre la publicación de un número a través de un medio impreso y la publicación del número siguiente inmediato.

**Persona usuaria:** Personas que visitan un sitio web o visualizan contenidos en un medio virtual o red social.

**Persona usuaria única:** Conteo absoluto de cada persona que visita o visualiza un contenido sin importar el número de veces que ingrese al sitio web o red social; es decir, es el conteo de la persona y no el número de visitas que realiza durante el día.

**Píxel de seguimiento:** Es un gráfico que se descarga cuando un usuario visita un sitio web o abre un correo electrónico y es utilizado para fines estadísticos.

**Píxel gráfico:** Unidad homogénea de color, con la que se mide la resolución de imágenes y videos en formato digital.

**Público objetivo:** Conjunto de personas con características comunes a quienes se dirige un mensaje, los cuales son destinatarios de acciones, planes y programas efectuados por el Instituto.

**Red social:** Plataforma en Internet que permite a las personas interactuar con otros perfiles de manera virtual, es un medio que permite compartir contenidos, interactuar y crear comunidades sobre intereses similares.

**Segmentación:** Proceso para distribuir contenidos, seleccionando grupos etarios, demográficos, psicográficos y por comportamiento, consumo o intereses del usuario.

**SLF (Selección a Libre Formación):** Potestad para colocar una inserción en un medio de comunicación impreso.

**Solicitud de inserción:** Formato de orden de inserción que se envía al medio de comunicación.

**Suscriptores/ Me gusta / Seguidores:** Ponderaciones que determinan el número de usuarios que dan seguimiento a las publicaciones en una red social, página en internet o contenidos virtuales.

**Tarifa:** Precio unitario fijado por los medios impresos para las publicaciones con especificaciones determinadas.

**Tarifa comercial:** Costo regular que un medio de comunicación fija por la publicación de un material con determinadas especificaciones (tamaño, ubicación, color, etc.).

**Tarifa de Hacienda:** Costo ofrecido a las entidades del Gobierno Federal o de la Ciudad de México por la publicación de un material con especificaciones determinadas y que son dadas de alta ante la Secretaría de Hacienda y Crédito Público.

**Tráfico (en Internet).** Número de usuarios que tiene un sitio web, en un determinado espacio de tiempo. Normalmente se mide por periodo de tiempo (día, mes).

## 5. Responsabilidades

### UTCSyD

- Gestionar la publicación de toda inserción pagada.
- Sugerir el medio de comunicación en función de la suficiencia presupuestal, impacto en sus plataformas multimedia y del público objetivo.
- Vigilar que se aplique correctamente el Manual de Identidad Gráfica.
- Coadyuvar en el diseño arte creativo o aplicación de las inserciones.

### Secretaría Administrativa

- Otorgar la suficiencia presupuestal a la UTCSyD y facilitar las gestiones necesarias para realizar inserciones.

### Unidades responsables (UR's)

- Elaborar y enviar el contenido de la información a publicar.
- Proponer el diseño de la publicación.
- Solicitar la publicación de manera anticipada.

## 6. Políticas de Operación

- Las solicitudes de inserciones en los medios deberán sujetarse a la disponibilidad presupuestal.
- La UTCSyD deberá gestionar la publicación de toda inserción pagada en medios de comunicación impresos, electrónicos, virtuales, en Internet y Redes Sociales, con excepción de las publicaciones de la Gaceta Oficial de la Ciudad de México y de las mencionadas el Código de Instituciones y Procedimientos Electorales de la Ciudad de México.

- La UTCSyD deberá sugerir el medio de comunicación, en función del público que se busque impactar. Para las inserciones se deberán observar, conforme a las características de cada medio, los siguientes criterios:

**Medios impresos**

1. Público Objetivo.
2. Perfil de Lector.
3. Tiraje.
4. Periodicidad de la publicación.
5. Tarifas.

**Electrónicos, virtuales e interactivos en Internet y Redes Sociales.**

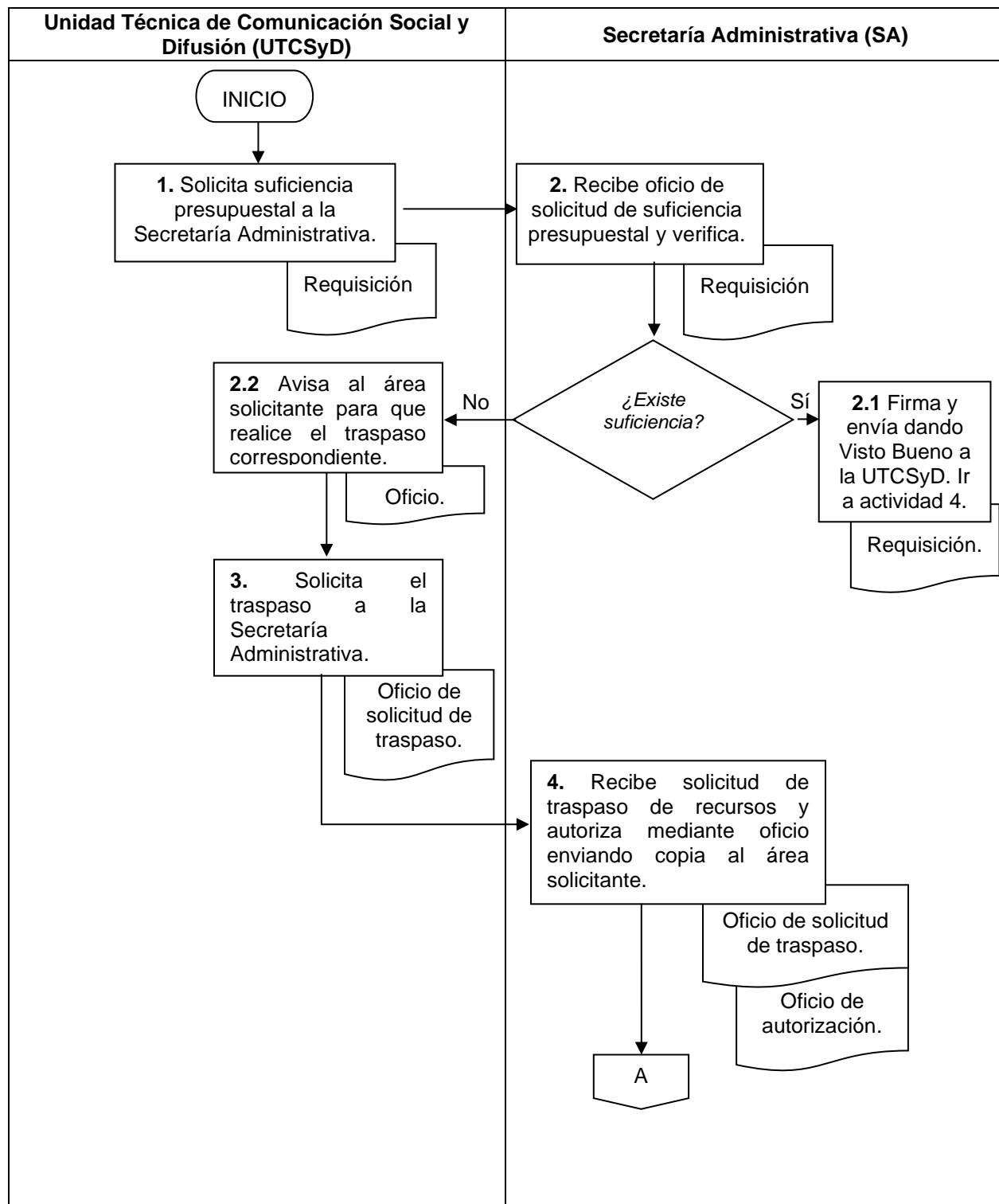
1. Perfil del usuario.
  2. Alcance (impresiones).
  3. Tarifas.
  4. Especificaciones técnicas.
  5. Video en sección multimedia.
- La UTCSyD deberá verificar que se aplique correctamente el Manual de Identidad Gráfica, previo a la publicación de las inserciones solicitadas.
  - La UTCSyD podrá sugerir la presentación, diseño y el tamaño de la inserción, de acuerdo con la extensión del texto, mensajes y/o gráficos a publicar.
  - La UTCSyD podrá sugerir al área solicitante, modificaciones en el contenido del mensaje a difundir.
  - Los tipos de inserción que la UTCSyD podrá gestionar son:
    1. Comunicados.
    2. Convocatorias.
    3. Avisos.
    4. Anuncios.
    5. Pronunciamientos.
    6. Esquelas.
    7. Banners.
    8. Difusión de campañas institucionales.
    9. Video en sección multimedia / Redes Sociales.

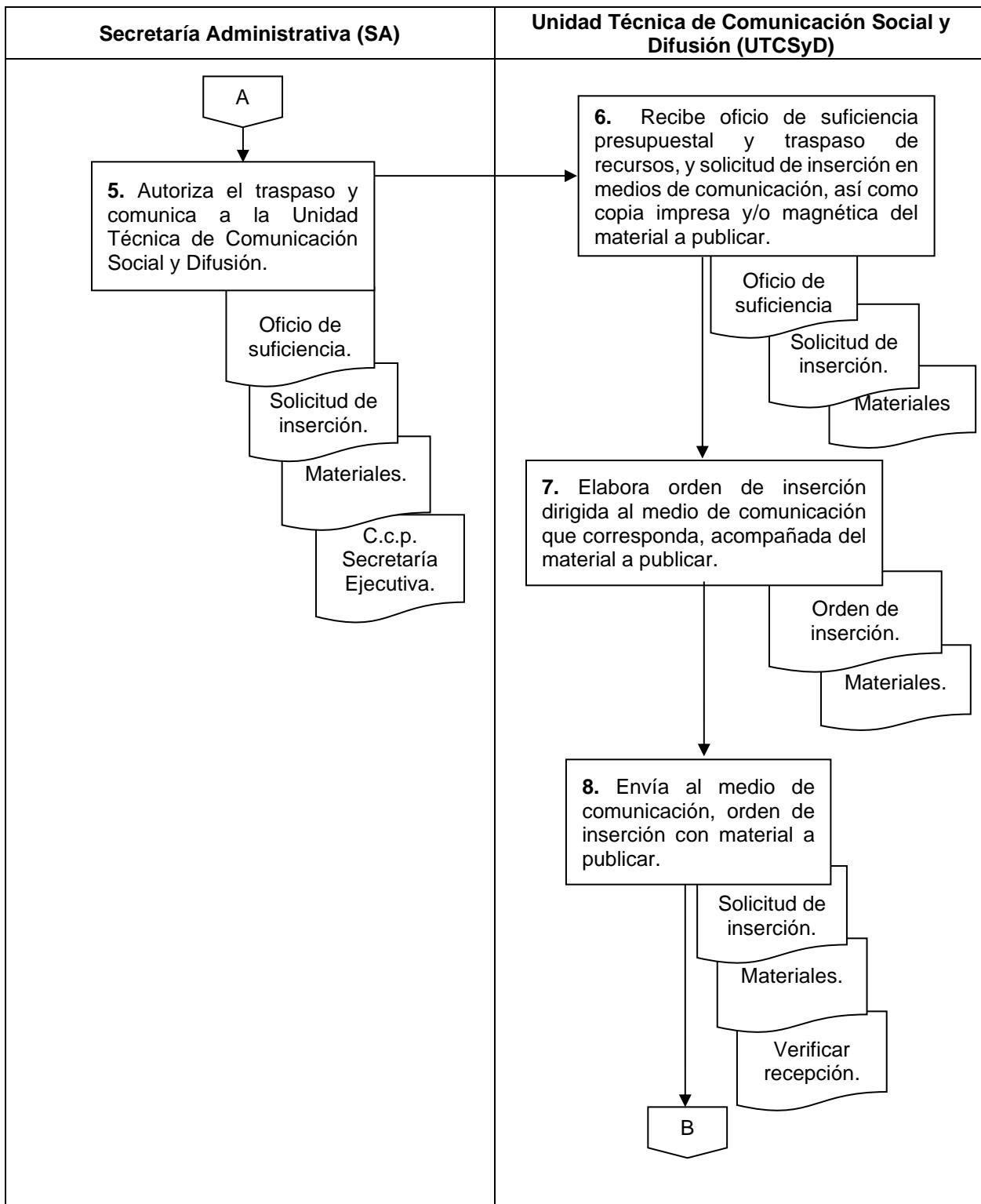
**10. Publicaciones en Redes Sociales.**

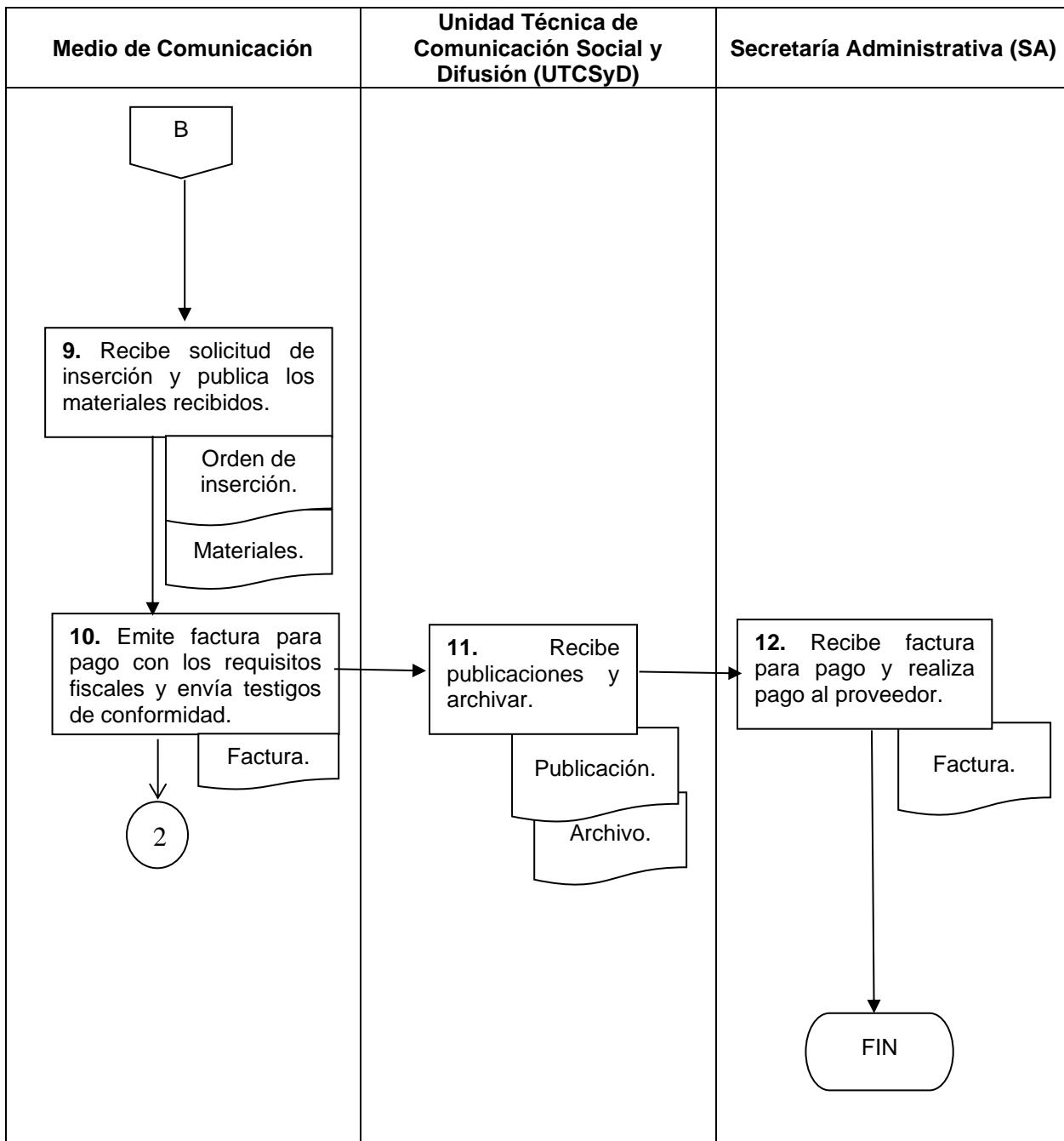
**11. Otros dependiendo las necesidades del Instituto.**

- La UTCSyD solicitará la contratación de espacios publicitarios en medios alternativos y/o en aquellos en los que se tenga interés en difundir mensajes institucionales, tales como *banners* en páginas en Internet y video en secciones de multimedia, aplicaciones móviles y/o digitales.
- Las inserciones en los medios referidos deberán realizarse conforme al Programa Operativo Anual (POA) del año que corresponda.
- La UTCSyD salvo asuntos urgentes o imposibles de prever, preferentemente deberá de recibir con por lo menos 48 horas hábiles de anticipación, la solicitud de la publicación para banners o inserciones impresas, y al menos con 5 días naturales para las publicaciones en Redes Sociales, ambos casos por escrito y acompañada del material y, en su caso, del diseño correspondiente tanto en forma impresa, magnética o digital. Sólo en casos extraordinarios o de excepción la UTCSyD, atenderá solicitudes no programadas.
- En caso de requerir algún ajuste de último momento, la UR deberá comunicarlo por escrito directamente a la UTCSyD.
- La UTCSyD asesorará a las áreas que así lo requieran sobre tarifas e información técnica para la contratación de servicios de difusión programados en el POA o para la tramitación de la inserción.
- La UTCSyD deberá gestionar administrativamente las inserciones que tengan suficiencia presupuestal.
- Los criterios no deberán ser limitativos, no necesariamente llevarán el orden en que fueron enumerados.
- En virtud de ser área concentradora, la UTCSyD podrá realizar gestiones para la publicación de inserciones, con base en necesidades de difusión específica.

## 7. Diagrama de Flujo







## 8. Descripción de Actividades

Núm.	Actividad	Responsable	Documento empleado
1	Solicita suficiencia presupuestal a la Secretaría Administrativa.	Unidad Técnica de Comunicación Social y Difusión	Requisición.
2	Recibe oficio de solicitud de suficiencia presupuestal y verifica.  <i>¿Existe suficiencia presupuestal?</i>	Secretaría Administrativa	Requisición.
2.1	Procede: <b>Sí</b> Firma y envía dando Visto Bueno a la Unidad Técnica de Comunicación Social y Difusión. Ir a actividad 4.	Secretaría Administrativa	Requisición.
2.2	Procede: <b>No</b> Avisa al área solicitante para que realice el trámite de traspaso de recursos correspondiente.	Unidad Técnica de Comunicación Social y Difusión	Oficio.
3	Solicita traspaso a la Secretaría Administrativa.	Unidad Técnica de Comunicación Social y Difusión	Oficio de solicitud de traspaso.
4	Recibe solicitud de traspaso de recursos y autoriza mediante oficio enviando copia al área solicitante.	Secretaría Administrativa	Oficio de solicitud de traspaso. Oficio de autorización.
5	Autorizan el traspaso y comunita a la Unidad Técnica de Comunicación Social y Difusión.	Secretaría Administrativa	Copia de suficiencia traspaso, solicitud de inserción y materiales a publicar.
6	Recibe oficio de suficiencia presupuestal y traspaso de recursos, y solicitud de inserción en medios de comunicación, así como copia impresa y/o magnética del material a publicar.	Unidad Técnica de Comunicación Social y Difusión	Oficio de suficiencia, Solicitud de inserción y Materiales.
7	Elabora la orden de inserción dirigida al medio de comunicación que corresponda, acompañada del material a publicar. Formato de Orden de Inserción UTCSyD/FR/1.	Unidad Técnica de Comunicación Social y Difusión	Orden de inserción y materiales a publicar.

8	Envía al medio de comunicación, orden de inserción junto con el material a publicar en medio electrónico. En ésta se deberá especificar las características técnicas del material a publicar, así como el costo con el IVA incluido.	Unidad Técnica de Comunicación Social y Difusión	Solicitud de inserción y Materiales.
9	Recibe la orden de inserción y publica los materiales recibidos, de la Unidad Técnica de Comunicación Social y Difusión.	Medio de comunicación	Orden de inserción y materiales a publicar.
10	Emite factura para pago con los requisitos fiscales y envía testigos, de conformidad con la orden de inserción.	Medio de comunicación	Factura.
11	Recibe publicaciones y archiva.	Unidad Técnica de Comunicación Social y Difusión	Publicación, Archivo.
12	Recibe facturas para pago y realiza pago al proveedor.	Secretaría Administrativa	Factura.
<b>FIN DEL PROCEDIMIENTO.</b>			



**Procedimiento para la publicación de inserciones institucionales en medios de comunicación impresos, electrónicos, virtuales, en Internet y Redes Sociales.**

IECM-JA124-23

UTCSyD/PR/01

Revisión:01

Fecha de revisión: 23/08/2023

Fecha de emisión:15/11/2017

## 9. Formato



XXXXXXX

Presente

### ORDEN DE INSERCIÓN

UTCSyD/FR/01

Ciudad de México,XXXXXXX.

### ORDEN DE INSERCIÓN

Por este conducto, le solicito atentamente realizar las gestiones necesarias a fin de que sea difundida una inserción con las características que se describen a continuación:

Guía:	<i>Promoción y difusión de la participación de la ciudadanía en la Consulta de Presupuesto Participativo 2023-2024.</i>
Periodo de difusión:	<i>Del 1 de marzo al 12 de mayo de 2023.</i>
Especificaciones:	<i>Box Banner (300 por 250 px) Segmentado a la Ciudad de México 180 mil impresiones (\$ 00,000.00 IVA incluido)</i>
Ubicación:	<i>Home</i>

Facturar a: *Instituto Electoral de la Ciudad de México, con domicilio en Huizaches No. 25, Col. Rancho Los Colorines, Tlalpan, C.P. 14386, Ciudad de México.*

**RFC IED 990115SM2**

Con cargo a la Unidad Técnica de Comunicación Social y Difusión a la partida presupuestal 09.02-136-11.26.21-02 3661.

La orden de inserción y el material serán enviados a través de correo electrónico.

Nota. Al momento de enviar su factura, es necesario incluir testigos de manera impresa y otra copia en C.D. o USB que muestren la difusión del material y en su caso las métricas firmadas por el representante legal que avalen el alcance de número de impresiones en el periodo solicitado, y agregar la leyenda: **Bajo protesta de decir verdad se manifiesta que estos datos analíticos pueden ser consultados, verificados y comprobados a través de los datos que entrega nuestro servidor, lo anterior para el pago correspondiente.**

### ATENTAMENTE

**Mtro. Salvador Gabriel Macías Payén**  
**Titular de la Unidad Técnica de**  
**Comunicación Social y Difusión**

**Procedimiento de referencia: UTCSyD/PR/01**