

## JGE42/2011

### ACUERDO DE LA JUNTA GENERAL EJECUTIVA POR EL CUAL SE APRUEBAN ADICIONES A LOS 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.

#### ANTECEDENTES

- I. El 16 de diciembre de 1997, el Consejo General del Instituto Federal Electoral emitió el *Acuerdo del Consejo General del Instituto Federal respecto de la propuesta presentada por el Consejero Presidente del Consejo General para la formalización de la existencia de la Unidad Técnica de Coordinación Nacional de Comunicación Social del Instituto Federal Electoral y por el que se crea una comisión del Consejo General para dar seguimiento a las actividades de dicha Unidad Técnica.*
- II. En la 4ª sesión de la Comisión de Comunicación Social, celebrada el 20 de abril de 1998 se procedió a la aprobación de los *Lineamientos para la aplicación de los recursos en materia de publicidad y gestoría de tiempos oficiales con la Dirección General de Radio, Televisión y Cinematografía.*
- III. En sesión ordinaria celebrada el 29 de abril de 2005, el Consejo General del Instituto Federal Electoral aprobó el *Dictamen de la Comisión de Reglamentos del Consejo General del Instituto Federal Electoral respecto de la iniciativa que presenta el Consejero Presidente del Consejo General por la que se propone la reforma a diversos artículos del Reglamento Interior del Instituto Federal Electoral, la modificación del Acuerdo de creación del Centro de Formación y Desarrollo, así como de la propuesta de la Consejera Electoral, Alejandra Latapí Renner para la fusión de las comisiones de Asuntos Internacionales y Comunicación Social y la creación de la Comisión de Relaciones Institucionales e Internacionales.*

- IV. En sesión ordinaria de la Comisión de Relaciones Institucionales e Internacionales, celebrada el 14 de mayo de 2007, se reformaron los Lineamientos citados en el antecedente II.
- V. El 13 de noviembre de 2007 se publicó en el Diario Oficial de la Federación el *Decreto que reforma los artículos 6°, 41, 85, 99, 108, 116 y 122; adiciona el artículo 134 y deroga un párrafo al artículo 97 de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos*, el cual entró en vigor al día siguiente de su publicación en términos de su artículo primero transitorio.
- VI. El 14 de enero de 2008 se publicó en el Diario Oficial de la Federación el *Decreto por el que se expide el Código Federal de Instituciones y Procedimientos Electorales*, el cual entró en vigor al día siguiente de su publicación, de acuerdo con el artículo primero transitorio.

El 31 de mayo de 2010 en sesión de la Junta General Ejecutiva fueron aprobados los *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*, y el 29 de junio de 2010 fueron publicados en el Diario Oficial de la Federación, entrando en vigor al día siguiente. Por lo anterior y;

## **CONSIDERANDO**

- 1. Que, de conformidad con el artículo 41 de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, el Instituto Federal Electoral es un organismo público autónomo, dotado de personalidad jurídica y patrimonio propios. Asimismo, estima que en el ejercicio de sus funciones, la certeza, legalidad, independencia, imparcialidad y objetividad serán principios rectores.
- 2. Que el artículo 134, párrafo primero de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos señala que la administración de los recursos federales deberá realizarse con eficiencia, eficacia y honradez para satisfacer los objetivos a los que estén destinados.

3. Que el artículo 104 del Código Federal de Instituciones y Procedimientos Electorales establece que el Instituto Federal Electoral, depositario de la autoridad electoral, es responsable del ejercicio de la función estatal de organizar las elecciones.
4. Que el artículo 105, numeral 1, del Código Federal de Instituciones y Procedimientos Electorales determina que son fines del Instituto: contribuir al desarrollo de la vida democrática; preservar el fortalecimiento del régimen de partidos políticos; integrar el Registro Federal de Electores; asegurar a los ciudadanos el ejercicio de los derechos político-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 y Ejecutivo de la Unión; velar por la autenticidad y efectividad del sufragio; llevar a cabo la promoción del voto y coadyuvar a la difusión de la educación cívica y la cultura democrática; y fungir como autoridad única para la administración del tiempo que corresponda al Estado en radio y televisión destinado a los objetivos propios del Instituto, a los de otras autoridades electorales y a garantizar el ejercicio de los derechos que la Constitución otorga a los partidos políticos en la materia. Asimismo, el párrafo 2 del citado artículo establece que todas las actividades del Instituto se regirán por los principios de certeza, legalidad, independencia, imparcialidad y objetividad.
5. Que el artículo 106, numeral 2, del Código Federal de Instituciones y Procedimientos Electorales, determina que el patrimonio del Instituto se integra con los bienes muebles e inmuebles que se destinen al cumplimiento de su objeto y las partidas que anualmente se le señalen en el Presupuesto de Egresos de la Federación, así como con los ingresos que reciba por cualquier concepto, derivados de la aplicación de las disposiciones del citado Código.
6. Que el artículo 108 del ordenamiento legal supracitado determina que los órganos centrales del Instituto Federal Electoral serán: El Consejo General, la Presidencia del Consejo General, la Junta General Ejecutiva, la Secretaría Ejecutiva; y la Unidad de Fiscalización de los Recursos de los Partidos Políticos.

7. Que el artículo 121, numeral 1, del Código de la materia estipula que La Junta General Ejecutiva será presidida por el Presidente del Consejo y se integrará con el Secretario Ejecutivo y con los Directores Ejecutivos del Registro Federal de Electores, de Prerrogativas y Partidos Políticos, de Organización Electoral, del Servicio Profesional Electoral, de Capacitación Electoral y Educación Cívica, y de Administración.
8. Que el artículo 122, numeral 1 incisos a) y b), del Código Federal de Instituciones y Procedimientos Electorales determina que son atribuciones de la Junta General Ejecutiva, entre otras, proponer al Consejo General las Políticas y los Programas Generales del Instituto, así como fijar los procedimientos administrativos, conforme a dichas políticas y programas .
9. Que el artículo 128, numeral 1, incisos a) y d), del Código Federal de Instituciones y Procedimientos Electorales señala que son atribuciones de la Dirección Ejecutiva del Registro Federal de Electores, entre otras, formar el Catálogo General de Electores, así como formar el Padrón Electoral.
10. Que el artículo 132, numeral 1, incisos a), b), c) y d), del Código Federal de Instituciones y Procedimientos Electorales determina que son atribuciones de la Dirección Ejecutiva de Capacitación Electoral y Educación Cívica, entre otras, elaborar y proponer los programas de educación cívica y capacitación electoral que desarrollen las juntas locales y distritales ejecutivas; coordinar y vigilar el cumplimiento de los programas a que se refiere el inciso anterior; preparar el material didáctico y los instructivos electorales; y orientar a los ciudadanos para el ejercicio de sus derechos y cumplimiento de sus obligaciones político-electorales.
11. Que el artículo 133, numeral 1, incisos a), d) y h), del Código Federal de Instituciones y Procedimientos Electorales establece que son atribuciones de la Dirección Ejecutiva de Administración, entre otras, aplicar las políticas, normas y procedimientos para la administración de los recursos financieros y materiales del Instituto; establecer y operar los sistemas administrativos para el ejercicio y control presupuestales; y atender las necesidades administrativas de los órganos del Instituto.

12. Que el artículo 134, numeral 1, incisos a), b) y c), del Código Federal de Instituciones y Procedimientos Electorales establece que en cada una de las entidades federativas el Instituto contará con una delegación integrada por: la Junta Local Ejecutiva, el Vocal Ejecutivo y el Consejo Local.
13. Que el artículo 136, numeral 1, incisos a) y b) del Código Federal de Instituciones y Procedimientos Electorales establece que las juntas locales ejecutivas tendrán las atribuciones de supervisar y evaluar el cumplimiento de los programas y las acciones de sus vocalías y de los órganos distritales, así como supervisar y evaluar el cumplimiento de los programas relativos al Registro Federal de Electores, Organización Electoral, Servicio Profesional Electoral y Capacitación Electoral y Educación Cívica.
14. Que el artículo 141, numeral 1, incisos b) y f), del Código Federal de Instituciones y Procedimientos Electorales establece que son atribuciones de los consejos locales, entre otras, vigilar que los consejos distritales se instalen en la entidad, en los términos de este Código y publicar la integración de los consejos distritales por lo menos en uno de los diarios de mayor circulación en la localidad.
15. Que, 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 2011*, aprobado el 25 de febrero de 2011, con el número de expediente JGE25/2011, son partidas sujetas a Dictamen Técnico aquéllas que requieren el Dictamen técnico del área normativa respectiva. Asimismo, que las partidas 33604, 33605 y 36101 están sujetas al Dictamen Técnico de la Coordinación Nacional de Comunicación Social.
16. Que el artículo 38, numeral 1, inciso c), del Reglamento Interior del Instituto Federal Electoral determina que es facultad de la Junta General Ejecutiva dictar los acuerdos y Lineamientos necesarios para la adecuada ejecución de los acuerdos y resoluciones del Consejo.
17. Que el artículo 43, numeral 1, inciso e) del Reglamento Interior del Instituto Federal Electoral, establece que es atribución de la Dirección Ejecutiva del Registro Federal de Electores coadyuvar con la Dirección Ejecutiva de Capacitación Electoral y Educación Cívica en el diseño e instrumentación de

las campañas institucionales.

18. Que el artículo 47, numeral 1, incisos i) y l), del Reglamento Interior del Instituto Federal Electoral establece, la atribución de la Dirección Ejecutiva de Capacitación Electoral y Educación Cívica de diseñar e instrumentar las campañas de difusión institucionales y, en su caso, coordinarse para ello con las instancias que por el objeto o contenido de la campaña sean competentes, y planear dirigir y supervisar las campañas de difusión y los programas de divulgación de la cultura democrática.
19. Que el artículo 48, numeral 1, incisos b) y e), del Reglamento Interior del Instituto Federal Electoral establece que son atribuciones de la Dirección Ejecutiva de Administración, entre otras, establecer y aplicar las políticas generales, criterios técnicos y Lineamientos a que se sujetarán los programas de administración de personal, recursos materiales y servicios generales, recursos financieros y de organización del Instituto; y organizar y dirigir la administración de los recursos materiales, financieros, así como la administración del personal del Instituto.
20. Que el artículo 52, numeral 2, del Reglamento Interior del Instituto Federal Electoral establece que, para el cumplimiento de sus atribuciones, cuando así se requiera y exista disponibilidad presupuestal, la Vocalía Ejecutiva, previa aprobación del Secretario Ejecutivo, contará con las siguientes áreas: Secretaría Particular; Coordinación Nacional de Comunicación Social; Coordinación de Asesores; y Coordinación Administrativa.
21. Que el artículo 62 del Reglamento Interior del Instituto Federal Electoral establece que son atribuciones de la Coordinación Nacional de Comunicación Social, entre otras: a) proponer al Presidente del Consejo la estrategia de comunicación social necesaria, para difundir las actividades y funciones que desarrolla el Instituto para que, una vez que sea aprobada por el mismo, se incorpore a la propuesta de Políticas y Programas Generales del Instituto que la Junta debe poner a consideración del Consejo; b) autorizar la publicación de los contenidos informativos institucionales; c) 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 d) coadyuvar con la Dirección Ejecutiva de

Capacitación Electoral y Educación Cívica en el diseño de la estrategia de las campañas de difusión institucional.

22. Que resulta necesario definir los mecanismos a través de los cuales se ejerzan los recursos destinados a la comunicación social, así como disponer del tiempo para realizar una adecuada planeación de los programas de comunicación social del Instituto, incorporar criterios para la contratación de espacios publicitarios y evaluar los resultados de la difusión de los temas prioritarios del Instituto Federal Electoral, a fin de fortalecer la imagen y confiabilidad del Instituto ante la comunidad nacional e internacional, informar a la ciudadanía de las actividades que realiza la institución y fortalecer la relación del Instituto con los representantes de los medios de comunicación.
23. Que en la formación de la estrategia de comunicación social del Instituto a que se refieren los considerandos 21 y 22 de este Acuerdo deben participar todas las áreas con necesidades de difusión de información hacia la ciudadanía, debiendo presentar cada una un programa anual de actividades de difusión que, una vez analizados por la Coordinación Nacional de Comunicación Social formarán parte integral de dicha Estrategia.

En virtud de los considerandos anteriores y con fundamento en los artículos 41, párrafo segundo, Base V, párrafos primero y segundo y 134 párrafo primero de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos; 104, 105, numeral 1, incisos a), d) y g); 108; y 122, numeral 1 incisos a) y b) del Código Federal de Instituciones y Procedimientos Electorales, así como en el artículo 38, numeral 1, inciso c), del Reglamento Interior del Instituto Federal Electoral; la Junta General Ejecutiva del Instituto Federal Electoral emite el siguiente:

### **A c u e r d o**

**Primero.-** Se aprueban las adiciones a los **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.**

**Segundo.-** Los órganos desconcentrados, las Direcciones Ejecutivas y unidades técnicas del Instituto, así como la Coordinación Nacional de Comunicación Social, en sus diversos ámbitos de competencia, deberán observar y aplicar los presentes Lineamientos.

**Tercero.-** Los recursos que se destinen a difundir mensajes en medios impresos, Internet, y/o a través de la producción de materiales impresos o grabados se limitarán exclusivamente al desarrollo de los programas y contenidos institucionales autorizados para difusión y/o promoción interna y externa del Instituto.

**Cuarto.-** La Coordinación Nacional de Comunicación Social y la Dirección Ejecutiva de Capacitación Electoral y Educación Cívica, podrán emitir en el ámbito de sus atribuciones, las reglas complementarias y precisiones que fueran necesarias, mediante circulares u oficios de carácter específico que garanticen el cumplimiento de los presentes Lineamientos.

**Quinto.-** El presente Acuerdo entrará en vigor al día siguiente de su publicación en el Diario Oficial de la Federación.

**Sexto.-** Se instruye a la Coordinación Nacional de Comunicación Social para que haga del conocimiento de todas las unidades administrativas del Instituto Federal Electoral el presente Acuerdo.

**Séptimo.-** Publíquese el presente Acuerdo en el Diario Oficial de la Federación.

## **TRANSITORIO**

**Único.-** A partir de la entrada en vigor del presente Acuerdo, se abroga el Acuerdo por el cual se aprueban los 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, publicado en el Diario Oficial de la Federación el 29 de junio del 2010.



---

**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

<b>TÍTULO PRIMERO</b>	
Disposiciones Generales. ....	Pág. 4
<b>CAPÍTULO I</b>	
Generalidades. ....	Pág. 4
<b>CAPÍTULO II</b>	
De los programas de difusión . ....	Pág. 10
<b>TÍTULO SEGUNDO</b>	
Del Catálogo Nacional de Medios Impresos e Internet. ....	Pág. 10
<b>CAPÍTULO ÚNICO</b>	
De la elaboración del Catálogo Nacional de Medios Impresos e Internet . ....	Pág. 10
<b>TÍTULO TERCERO</b>	
De los Dictámenes de Procedencia Técnica. ....	Pág. 13
<b>CAPÍTULO I</b>	
De las Solicitudes. ....	Pág. 14
<b>CAPÍTULO II</b>	
De la Emisión del Dictamen de Procedencia Técnica. ....	Pág. 16
<b>CAPÍTULO III</b>	
Requisitos para el uso de espacios publicitarios en medios impresos e Internet. ....	Pág. 17

## 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> De los Procedimientos. ....	<b>Pág. 18</b>
<b>CAPÍTULO I</b> De la Recepción de Pautas y Emisión de Ordenes de inserción .....	<b>Pág. 18</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. 22</b>
<b>TÍTULO QUINTO</b> Disposiciones Complementarias. ....	<b>Pág. 23</b>

## **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.



Coordinación Nacional de Comunicación Social  
**Catálogo Nacional de Medios Impresos e Internet 2011**  
 Diarios Distrito Federal

Periódico	No. De Medio	Entidad	Tipo	Tiraje	Tamaño	Periodicidad	Perfil del Lector
Diario de México	D.F. 01	Distrito Federal	Nacional	14,850	Tabloide	Lunes a viernes	ND
El Economista	D.F. 02	Distrito Federal	Nacional	37,163	Tabloide	Lunes a viernes	AB C+
El Financiero	D.F. 03	Distrito Federal	Nacional	72,000	Tabloide	Lunes a viernes	AB C+
El Nuevo Mexicano	D.F. 04	Distrito Federal	D.F. y área metropolitana	105,352	Tabloide	Lunes a viernes	ABC
El País	D.F. 05	Distrito Federal	Nacional	15,000	Tabloide	Diario	ABC+
El Punto Crítico	D.F. 06	Distrito Federal	Nacional	10,000	Tabloide	Diario	C/D
El Sol de México	D.F. 07	Distrito Federal	Nacional	26,626	Estándar	Diario	ABC
El Universal	D.F. 08	Distrito Federal	Nacional	117,863*	Estándar	Diario	ABC DE
El Universal Gráfico	D.F. 09	Distrito Federal	D.F. y área metropolitana	300,000	Tabloide	Diario	D/E
Estadio	D.F. 10	Distrito Federal	Nacional	149,563	Tabloide	Diario	C+ C
Esto	D.F. 11	Distrito Federal	Nacional	139,712	Tabloide	Diario	ABC D
Excélsior	D.F. 12	Distrito Federal	Nacional	90,000	Estándar	Diario	AB C+
Impacto El Diario	D.F. 13	Distrito Federal	Nacional	65,000	Tabloide	Diario	ABC
La Extra	D.F. 14	Distrito Federal	Nacional	30,000	Estándar	Semanal	ND
La Crónica	D.F. 15	Distrito Federal	Nacional	70,000	Tabloide	Diario	ABC
La Prensa	D.F. 16	Distrito Federal	Nacional	244,299	Tabloide	Diario	ND
La Jornada	D.F. 17	Distrito Federal	Nacional	110,236	Tabloide	Diario	ABC
La Razón de México	D.F. 18	Distrito Federal	Nacional	61,675	Tabloide	Lunes a sábado	ABC D
Le Monde Diplomatique	D.F. 19	Distrito Federal	América Latina	8,000	24.30 x 30 cm	Mensual	AB
Más por más	D.F. 20	Distrito Federal	D.F. y área metropolitana	150,000	Tabloide	Lunes a viernes	ND
Milenio Diario	D.F. 21	Distrito Federal	Nacional	103,605	Tabloide	Diario	ABC DE
Ovaciones	D.F. 22	Distrito Federal	Nacional	82,082	Estándar	Diario	B C
Publimetro	D.F. 23	Distrito Federal	D.F. y área metropolitana	140,000	Tabloide	Lunes a viernes	ABC+
Record	D.F. 24	Distrito Federal	Nacional	197,000	Tabloide	Diario	ABC C+
Reforma	D.F. 25	Distrito Federal	D.F. y área metropolitana	145,963	Estándar	Diario	ABC+
Rumbo de México	D.F. 26	Distrito Federal	Nacional	149,563	Tabloide	Diario	C C+
The News	D.F. 27	Distrito Federal	Nacional	47,438	Tabloide	Lunes a viernes	AB
Unomásuno	D.F. 28	Distrito Federal	Nacional	70,000	Tabloide	Diario	C+



Coordinación Nacional de Comunicación Social  
**Catálogo Nacional de Medios Impresos e Internet 2011**  
 Revistas

Revista	Clave	Tiraje	Frecuencia	Perfil del Lector
Actual	REV-01	53,000	Mensual	ABC
Alcaldes de México	REV-02	11,000	Mensual	ABC+ y C
Atención Médica	REV-03	25,000	Mensual	ABC+ C y D+
Alto Nivel	REV-04	30,000	Mensual	AB,C
América Economía	REV-05	21,877	Mensual	A,B,C,D/E
American Health & Fitness	REV-06	65,000	Mensual	ABC+C
Armas	REV-07	15,000	Bimestral	A
Arqueología Mexicana	REV-08	38,000	Mensual	ABC
Audio Car	REV-09	55,000	Quincenal	C+,CD+
Automóvil Panamericano	REV-10	125,000	Mensual	ABC+, C
Aventura de Vaqueros	REV-11	150,000	Semanal	D+D
Balance	REV-12	60,000	Mensual	ABC+,C
Box y Lucha	REV-13	30,000	Semanal	B,C,D+
Bravo Por ti	REV-14	193,972	Catorcena	B+B,B-,C+,C,C-
Buenhogar	REV-15	45,000	Mensual	ABC+ C y D+
Cambio	REV-16	47,544	Semanal	A,B
Candelero	REV-17	10,000	Quincenal	A,B,C,D,E
Caras	REV-18	75,000	Mensual	ABC+
Cinépolis +	REV-19	200,000	Quincenal	AB
Cinépolis VIP	REV-20	44,000	Mensual	AB
Ciné Premier	REV-21	80,000	Mensual	ABC+
Chevymanía	REV-22	55,000	Mensual	C+,C
Chilango	REV-23	55,000	Mensual	ABC+,C
Clase Premier	REV-24	20,000	Mensual	AB,C+
Club Nintendo	REV-25	90,000	Mensual	ABC+,C,D+,D,E
Cocina Fácil	REV-26	250,000	Mensual	ABC+,C,D+,D,E
Cocina Vital	REV-27	121,639	Mensual	AB
Congresistas	REV-28	10,000	Quincenal	ABC
Conozca más	REV-29	120,000	Mensual	ABC+,C,D+,D,E
Contenido	REV-30	99,000	Mensual	ABC
Contralínea	REV-31	35,000	Semanal	AB,C,D
Cosmopolitan	REV-32	200,000	Quincenal	ABC+,C

Revista	Clave	Tiraje	Frecuencia	Perfil del Lector
Cuartoscuro	REV-33	10,000	Bimestral	ND
Debate Feminista	REV-34	2,000	Semestral	ND
Desarrollo Económico	REV-35	20,800	Mensual	ND
Día Siete	REV-36	274,628	Semanal	ABC+,C,D+,D,E
Dog Planet	REV-37	55,000	Mensual	C+CD
Donde ir	REV-38	78,450	Mensual	ABC+
Educación 2001	REV-39	10,000	Mensual	C
El Chamuco y los hijos de Averno	REV-40	60,000	Catorcenal	A/B,C+
Elle	REV-41	57,000	Mensual	ABC,C
El Por qué de las finanzas	REV-42	15,000	Mensual	ABC+
Emeequis	REV-43	50,000	Quincenal	ABC+,C
Empresas y Empresarios	REV-44	50,000	Mensual	ABC+
Endless Vacation	REV-45	55,000	Trimestral	ABC+
Entrepreneur	REV-46	121,000	Mensual	ABC+,C
Eres Niños	REV-47	80,000	Mensual	ABC+,C
Escala	REV-48	121,000	Mensual	ABC+,C
Este País	REV-49	10,000	Mensual	ABC
Etcétera	REV-50	5,000	Mensual	A/BC+C/D,D/E
Eve	REV-51	65,000	Mensual	ABC+
Eventos y Ceremonias: Mi boda	REV-52	55,000	Bimestral	C+,C
Expansión	REV-53	53,000	Catorcenal	ABC+
Familia Saludable	REV-54	60,000	Mensual	ABC+,C
Fernanda	REV-55	65,584	Mensual	ABC+
Fibra América	REV-56	200,000	Mensual	ABC+,C,D+,D,E
Foreign Affairs	REV-57	8,000	Trimestral	No envió
Foro Jurídico	REV-58	10,000	Mensual	A/B,C+
Fortuna	REV-59	30,000	Mensual	ABC,C,D
Furia Musical	REV-60	50,000	Mensual	ABC+,C,D+,D,E
Futbol Total	REV-61	185,000	Mensual	A/BC+
Gente y Actualidad	REV-62	60,000	Mensual	ABC+C
Gran Plan	REV-63	160,000	Trimestral	ABC+
Guía Universitaria	REV-64	200,000	Anual	A/B/C+C
H para Hombres	REV-65	293,305*	Mensual	No envió
Habitat	REV-66	30,000	Bimestral	ABC
Historia Semanal (de amor y pasión)	REV-67	150,000	Semanal	CD+D
Hoy Revista Positiva Util y de Interes	REV-68	30,000	Mensual	C+C
Impacto	REV-69	75,000	Semanal	ABC
Inversionista	REV-70	50,000	Mensual	ABC+
IQ Magazine	REV-71	20,000	Mensual	Media
Kena Mensual	REV-72	80,500	Mensual	ABC +

Revista	Clave	Tiraje	Frecuencia	Perfil del Lector
Jugos y Licuados	REV-73	30,000	Mensual	C+CD
La Tempestad Arte	REV-74	15,000	Bimestral	AB
La Tempestad Universitaria	REV-75	80,000	Mensual	ABC+
Lee + Gandhi	REV-76	50,000	Mensual	ABC+
Letras Libres	REV-77	35,000	Mensual	A,B,C+
Libertas	REV-78	5,000	Catorcenal	ABC +
Líderes Mexicanos	REV-79	42,000	Mensual	ND
Life&style	REV-80	60,000	Mensual	ABC+
Macroeconomía	REV-81	10,000	Mensual	AB
Marie Claire	REV-82	50,000	Mensual	ABC+,C
Max	REV-83	100,000	Mensual	ABC+
Maxim	REV-84	100,000	Mensual	ABC+,C
Maxituning	REV-85	50,000	Mensual	A,B,C,D+
Men's Health	REV-86	200,000	Mensual	ABC+,C
Mercedes Magazine	REV-87	20,000	Mensual	AB+,C
Mexicanísimo	REV-88	12,000	Mensual	ABC+
México Desconocido	REV-89	75,000	Mensual	ABC+,C
Mi bebé y yo	REV-90	160,000	Mensual	A,B,C,D+
Milenio Semanal	REV-91	105,480	Semanal	ABC D E
Misión Política	REV-92	239,500	Semanal	ABC
Motociclismo Panamericano	REV-93	30,000	Mensual	ABC+,C
Mujer Ejecutiva	REV-94	36,783	Mensual	ABC
Mujer y mamá	REV-95	80,000	Mensual	A,B,C,D+
Mundo Ejecutivo	REV-96	50,790	Mensual	ABC
Mundo Legislativo	REV-97	10,000	Quincenal	A/B,C,C+
Mundo Traveler	REV-98	30,000	Bimestral	ABC +
Mustang	REV-99	55,000	Quincenal	ABC+C
Muy Interesante	REV-100	350,000	Mensual	A,B,C,D+
National Geographic en Español	REV-101	170,000	Mensual	ABC+,C
Newsweek en Español	REV-102	49,000	Semanal	A+AA,B
Nexos	REV-103	16,000	Mensual	No envió
Notas para Ti	REV-104	83,000**	Catorcenal	No envió
Nueva	REV-105	47,103*	Catorcenal	No envió
Nupcias	REV-106	35,000	Bimestral	ABC+
Observer Magazine	REV-107	9,000	Mensual	A,B
Ok	REV-108	100,000	Catorcenal	ABC+,C
Orbe (Encarte)	REV-109	75,000	Quincenal	C+ C DE
Padres e Hijos	REV-110	80,000	Mensual	ABC+,C
Pensamiento Libre	REV-111	4,200	Bimestral	ABC+
Petróleo y Energía	REV-112	25,000	Cada 45 días	AB

Revista	Clave	Tiraje	Frecuencia	Perfil del Lector
Poder y Negocios	REV-113	45,000	Mensual	ABC+,C
Política Digital	REV-114	30,000	Mensual	ABC
Proceso	REV-115	102,962	Semanal	ABC+
Proyección Económica	REV-116	15,000	Mensual	No envió
Psychologies	REV-117	95,000	Mensual	ABC+
Quien	REV-118	120,000	Catorcenal	ABC+,C
15 a 20	REV-119	131,506*	Mensual	No envió
Quo	REV-120	130,000	Mensual	ABC+,C
Ranking de las 1000 empresas más importantes de México	REV-121	50,790	Mensual	ABC+
Relatos e Historias de México	REV-122	38,000	Mensual	ABC+
Revista de Educación y Cultura AZ	REV-123	9,700	Mensual	ABC
Revista Mexicana de Comunicación	REV-124	4,000	Bimestral	ND
Revista Personae	REV-125	15,000	Mensual	A,B,C/C
Revista de la Universidad de México	REV-126	4,000	Mensual	AB,C+,C,D
Seventeen	REV-127	60,000	Mensual	ABC+,C
Selecciones	REV-128	72,000	Mensual	A/B/C+/C/D/E
Selecciones edición especial (bookazine)	REV-129	80,000	Bimestral	A/B/C+/C/D/E
Siempre, presencia de México	REV-130	47,500	Semanal	ABC D
Siempre en familia	REV-131	100,000	Mensual	ABC +
Sport Life	REV-132	50,000	Mensual	ABC+,C
Super Car	REV-133	65,000	Mensual	ABC+
Tú	REV-134	150,000	Quincenal	ABC+,C
Tuning Car	REV-135	55,000	Quincenal	C+C
Tv Notas	REV-136	624,770*	Semanal	No envió
TV Notas USA	REV-137	150,000**	Semanal	No envió
Tvymás	REV-138	175,000	Semanal	ABC
TVyNovelas	REV-139	400,000	Semanal	ABC+ C D+, D Y E
TVyNovelas USA	REV-140	200,000	Quincenal	ABC
Valores, la visión Joven de la Política Nacional	REV-141	10,000	Mensual	ND
Vanidades	REV-142	250,000	Catorcenal	ABC+ C
Vanidades USA	REV-143	180,000	Mensual	ABC
Veintitantos	REV-144	114,465*	Mensual	No envió
Ven América	REV-145	15,000	Mensual	No envió
Vértigo	REV-146	20,000	Semanal	A,B,C+,C
Vochomanía	REV-147	70,000	Quincenal	C+CD+
Voz y Voto	REV-148	6,000	Mensual	A/B y C
Vuelo	REV-149	60,000	Mensual	ABC+
Yo con diabetes	REV-150	55,444	Mensual	ABC+
Zócalo	REV-151	6,000	Mensual	A,B,C,C+



Coordinación Nacional de Comunicación Social  
**Catálogo Nacional de Medios Impresos e Internet 2011**  
 Diarios Estados

Periódico	Clave	Tiraje	Formato	NSE	Frecuencia	Cobertura
<b>Aguascalientes</b>						
El Hidrocálido	AGS 01	13,700	Estándar	ABC +	Diario	Regional (Aguascalientes, sur de Zacatecas, norte de Jalisco)
El Heraldo de Aguascalientes	AGS 02	15,645	Estándar	ABC	Diario	Regional
La Jornada	AGS 03	6,380	Tabloide	ABC D	Diario	Local
Aguas	AGS 04	5,800	Tabloide	ABC	Lunes a sábado	Local
<b>Baja California</b>						
El Mexicano	BC 01	25,000	Estándar	ABCD E	Diario	Estatal
La Crónica de Baja California	BC 02	19,500	Tabloide	ABCD E	Diario	Mexicali, Valle de Mexicali, San Felipe, San Luis R. C. Sonora
La Voz de la Frontera	BC 03	23,000	Estándar	ABCD E	Diario	Mexicali y su valle
Frontera	BC 04	50,150	Tabloide	ABC	Diario	Tijuana, Tecate, Rosarito, Ensenada y sur de San Diego
El Vigía	BC 05	15,000	Estándar	ABC	Diario	Ensenada y su valle
El Sol de Tijuana	BC 06	10,000	Estándar	ABCD E	Diario	Tijuana, Tecate, Rosarito, Ensenada, San Diego, Los Angeles y Chula Vista CA.
Semanario Zeta	BC 07	35,000	Tabloide	ABC	Semanal	Tijuana, Tecate, Rosarito, Ensenada y Mexicali

Periódico	Clave	Tiraje	Formato	NSE	Frecuencia	Cobertura
<b>Baja California Sur</b>						
El Sudcaliforniano	BCS 01	19,000	Estándar	ABC	Diario	Estatal
Semanario El Periódico	BCS 02	5,000	Tabloide	ABC	Semanal	Estatal
El Peninsular	BCS 03	16,521	Tabloide**	ND	Lunes a sábado	Guerrero Negro, Santa Rosalía, La Paz, Los Cabos, La Ribera, Miraflores
Tribuna de los Cabos	BCS 04	9,000	Tabloide	ABC	Lunes a sábado	Estatal
<b>Campeche</b>						
Tribuna de Campeche	CAMP 01	25,000	Estándar	ABCD E	Diario	Regional
Novedades de Campeche	CAMP 02	8,500	Tabloide	ABCD E	Diario	Estatal
Expreso de Campeche	CAMP 03	5,800	Estándar	ABC	Diario	Estatal
Crónica de Campeche	CAMP 04	8,621	Estándar	ABCD E	Diario	Regional
<b>Chiapas</b>						
El Heraldo de Chiapas	CHIS 01	10,000	Tabloide	ABC	Diario	30 municipios
Noticias Voz e Imagen de Chiapas	CHIS 02	5,500	Tabloide	ABC	Diario	118 municipios
<b>Chihuahua</b>						
El Sol de Parral	CHIH 01	5,232*	Estándar**	ND	Diario*	*Guadalupe, El Calvo, Balleza, Guachochi, Huejotitlán, Valle de Zaragoza, Parral, Santa Bárbara
El Heraldo de Chihuahua	CHIH 02	52,109*	Estándar**	ND	Diario**	
El Heraldo de la tarde	CHIH 03	5,434*	Estándar**	ND	Lunes a sábado*	* Chihuahua
El Norte de Cd Juárez	CHIH 04	30,996*	Estándar**	*ABC+	Diario	ND

Periódico	Clave	Tiraje	Formato	NSE	Frecuencia	Cobertura
Diario de Chihuahua	CHIH 05	24,000	Tabloide**	ABC	Diario	Chihuahua
Diario de Juárez	CHIH 06	57,000	Estándar**	ABC	Diario	CD Juárez
Diario de Casas Grandes	CHIH 07	3,000	ND	ABC	Diario	Ciudad Casas Grandes
Diario de Delicias	CHIH 08	6,000	Tabloide**	ABC	Diario	Ciudad Delicias
Diario de Parral	CHIH 09	3,500	Tabloide**	ABC	Miércoles, sábados y domingos	Ciudad Parral
Diario de Cuauhtémoc	CHIH 10	4,500	Tabloide**	ABC	Viernes	Ciudad Cuauhtémoc
El Peso	CHIH 11	40,000	Tabloide**	BC	Lunes a sábado	Chihuahua
P.M. de Juárez	CHIH 12	60,000	Tabloide**	BC	Lunes a sábado	Ciudad Juárez
<b>Coahuila</b>						
Vanguardia	COAH 01	25,000	Estándar	AB	Diario	Saltillo, Parras, General Cepeda, Arteaga, Ramos Arizpe
El Guardián	COAH 02	36,000	Estándar	CD	Diario	Saltillo, Parras, General Cepeda, Arteaga, Ramos Arizpe
Suplemento Vanguardia	COAH 03	25,000	Tabloide	AB	Semanal (viernes o sábado)	Saltillo, Parras, General Cepeda, Arteaga, Ramos Arizpe
Zócalo Monclova	COAH 04	14,150	Estándar	ND	Diario	Monclova, Frontera, Castaños, Candela, Sanbuenaventura, Cuatrociénegas, Sierramojada, Abasolo, Escobedo, Lamadrid, Nadadores, Ocampo, Sacramento

Periódico	Clave	Tiraje	Formato	NSE	Frecuencia	Cobertura
Zócalo Piedras Negras	COAH 05	14,250	Estándar	ND	Diario	Piedras Negras, Sabinas, Nueva Rosita, Palau, Muzquiz, Nava, Morelos, Allende, Zaragoza, Villa Union, Hidalgo, Guerrero, Eagle- Pass, Texas.
Zócalo Acuña	COAH 06	6,925	Estándar	ND	Diario	Cd. Acuña, Jimenez, Del Rio, Texas
Calibre 57	COAH 07	20,545	Estándar	ND	Diario	Monclova, Frontera, Castaños, Candela, Sanbuenaventura, Cuatrociénegas, Sierramojada, Abasolo, Escobedo, La madrid, Nadadores, Ocampo, Sacramento, Progreso
El Diario de Coahuila	COAH 08	12,500	Estándar	ABC	Diario	Región Carbonífera, Comarca Lagunera
La I Laguna	COAH 09	12,000	Tabloide	ND	Lunes a sábado	Torreón, Gómez Palacio y Ciudad Lerdo
El Siglo de Torreón	COAH 10	45,000	Estándar	ND	Diario	Coahuila, Durango y Zacatecas
Siglo Nuevo	COAH 11	35,000	Revista	ND	Catorcenal	
Doctor en casa	COAH 12	38,000	Tabloide	ND	Mensual	
Rostros	COAH 13	38,000	Tabloide	ND	Catorcenal	
<b>Colima</b>						
Ecos de la Costa	COL 01	12,555*	Estándar	ABCD E	Diario	Colima, Manzanillo, Villa de Álvarez, Tecomán, Cuauhtémoc y Sur de Jalisco



Periódico	Clave	Tiraje	Formato	NSE	Frecuencia	Cobertura
Diario de Colima	COL 02	7,481*	Estándar	ABCD E	Diario	10 municipios del Estado
El Mundo desde Colima	COL 03	3,600**	Estándar	ABCD E	Diario	Colima
El Comentario	COL 04	4,500	Tabloide	ABC	Diario	Colima, Villa de Álvarez, Tecmán, Armería, así como a todos los campus del a U de C (Colima, Villa de Álvarez, Norte, Coquimatlán, Manzanillo, Tecmán)
El Noticiero de Manzanillo	COL 05	13,500	Estándar	ABCD E	Diario	Colima, Villa de Álvarez, Manzanillo, Tecmán, Armería, Cuauhtémoc, Minatitlán, Coquimatlán, Cómala, Cihuatlán, Jaluco, Barra de Navidad, San Patricio Melaque, Villa Obregón
<b>Durango</b>						
Siglo de Durango	DUR 01	15,000	Estándar	ND	Diario	Durango y 33 municipios
Tiempo de Durango	DUR 02	3,500	Tabloide	ND	Lunes a sábado	Durango y 5 municipios
Contexto de Durango	DUR 03	3,964	Tabloide	ABC+	Diario	Durango y municipios de Gómez Palacio y Lerdo
El Sol de Durango	DUR 04	32,000	Estándar	ND	Diario	En todo el Estado y parte de Gómez Palacio, Dgo.
Victoria de Durango	DUR 05	10,210	Estándar	ND	Diario	En Durango capital, Gómez Palacio y Lerdo; 16 municipios
<b>Estado de México</b>						
Reforma Estado	EDO MEX 01	30,279	Tabloide	ABC+	Diario	Estatal
El Heraldo de Toluca	EDO MEX 02	20,000	Estándar	ABC D	Diario	80% del Estado
Milenio Estado de México	EDO MEX 03	37,998	Tabloide	ABC D	Diario	Estatal

Periódico	Clave	Tiraje	Formato	NSE	Frecuencia	Cobertura
<b>Guanajuato</b>						
AM (Regional)	GTO 01	33,870	Estándar	ABCD E	Diario	Estatal
AM Edición León	GTO 02	23,000*	Estándar	ABCD E	Diario	León, Silao y Romita
AM Edición Guanajuato	GTO 03	1,558*	Estándar	ABCD E	Diario	Irapuato, Salamanca, Cuerámara, Huanímaro, Pueblo Nuevo, Abasolo, Pénjamo, Valle de Santiago, Jaral del Progreso, Guanajuato capital, San Francisco, Manuel Doblado, Purísima del Rincón, Celaya, Juventino Rosas, Uriangato, Villagrán, Cortazar, Comonfort, Salvatierra, Tarimoro, Apaseo el Alto, Apaseo el Grande, San Miguel de Allende y Moroleón
AM Edición San Francisco	GTO 04	1,822*	Estándar	ABCD E	Diario	
AM Edición Irapuato	GTO 05	2,035*	Estándar	ABCD E	Diario	
AM Edición Celaya	GTO 06	3,771*	Estándar	ABCD E	Diario	
El Sol de León	GTO 07	20,000	Estándar	ABCD E	Diario	León, San Francisco del Rincón, Purísima de Bustos, Guanajuato, Silao y Romita
El Sol de Irapuato	GTO 08	30,000	Estándar	ABCD E	Diario	Irapuato, Abasolo, Pénjamo, Huanímaro, Cuerámara, Pueblo Nuevo, Manuel Doblado y Guanajuato capital
El Sol de Salamanca	GTO 09	16,000	Estándar	ABCD E	Diario	Salamanca, Valle de Santiago, Jaral del Progreso, Yuriria, Uriangato, Moroleón y Guanajuato Capital
El Sol del Bajío	GTO 10	32,000	Estándar	ABCD E	Diario	Celaya, San Miguel de Allende, Acámbaro, Salvatierra, Cortazar, Villagrán, Apaseo del Grande, Apaseo El Alto, Juventino Rosas, Comonfort, Tarimoro, Coroneo, Santiago Maravatío, Jerécuaro, Tarandacuaoy Guanajuato capital

Periódico	Clave	Tiraje	Formato	NSE	Frecuencia	Cobertura
<b>Guerrero</b>						
El Sur, Periódico de Guerrero	GRO 01	15,000	Tabloide	ABC	Diario	En las siete regiones de Guerrero sus principales plazas son: Acapulco, Zihuatanejo, Chilpancingo, Iguala, Ometepepec, Ayutla, Taxco y Ciudad Altamirano.
La Jornada Guerrero	GRO 02	9,913	Tabloide	ABC	Diario	Estatad
El Sol de Acapulco	GRO 03	20,000	Estándar	ABCD E	Diario	Acapulco, Ixtapa Zihuatanejo, Chilpancingo, Taxco, Iguala, Costa Chica y Costa Grande
Diario 17	GRO 04	14,745	Estándar	ABC	Diario	Acapulco; Costa Grande (Coyuca, Atoyac, San Jerónimo, Tecpan, Petatlán, Zihuatanejo e Ixtapa); Costa Chica (San Marcos, san Juan de los Llanos, Copala, Ayutla, Cruz Grande, Marquelia); Acapulco-México (Kilómetro 30, Ocotito, Tierra Colorada, Xaltianguis, Chilpancingo, Zumpango del Río, Iguala y Taxco).
Periódico Pueblo	GRO 05	4,500	Tabloide	ABCD E	Lunes a sábado	En 21 municipios (Chilpancingo, Mochitlán, Quechultenango, Zumpango, Tierra Colorada, Tixtla, Apango; Zitlala, chilapa, Ahucutzingo, Acatepec, Zapotitlán Tablas, Tlapa y Taxco)
<b>Hidalgo</b>						
Criterio Hidalgo	HGO 01	15,000	Tabloide	ABC+	Diario	79 de los 84 municipios
Milenio de Hidalgo	HGO 02	10,260	Tabloide	ABCD E	Diario	39 de los 84 municipios
Síntesis de Hidalgo	HGO 03	12,609	Estándar	ABC	Diario	68 de los 84 municipios

Periódico	Clave	Tiraje	Formato	NSE	Frecuencia	Cobertura
La Crónica de Hoy en Hidalgo	HGO 04	5,000	Tabloide	ABC D	Diario	11 de los 84 municipios
El Reloj	HGO 05	15,900	Tabloide	ABC	Lunes a viernes	50% de los 84 municipios
Plaza Juárez	HGO 06	12,000	Estándar	ABC D	Diario	15 de los 84 municipios
El Independiente de Hidalgo	HGO 07	10,000	Tabloide	ABC D	Diario	45% de los 84 municipios
<b>Jalisco</b>						
Público Milenio	JAL 01	42,505	Tabloide	ABC+	Diario	Guadalajara y principales municipios de Jalisco
El Informador	JAL 02	51,185	Estándar	ABCD E	Diario	Guadalajara y principales municipios de Jalisco
Mural	JAL 03	42,852	Estándar	ABC+	Diario	Guadalajara y principales municipios de Jalisco
Ocho Columnas	JAL 04	38,800	Estándar	ABC+	Diario	Estatad
La Jornada	JAL 05	25,656	Tabloide	ABC+	Diario	Guadalajara y 14 municipios
<b>Michoacán</b>						
La Voz de Michoacán	MICH 01	37,200	Tabloide	ABC	Diario	Local
La Jornada de Michoacán	MICH 02	14,319	Tabloide	ABC	Diario	Local
Cambio de Michoacán	MICH 03	8,891	Tabloide	ABC	Diario	Local
Provincia	MICH 04	16,114	Tabloide	ABCD E	Diario	Local
<b>Morelos</b>						
La Unión de Morelos	MOR 01	27,222*	Tabloide	ABC	Diario	Estatad
El Regional del Sur	MOR 02	4,888*	Tabloide	ABC	Lunes a sábado	Estatad
El Sol de Cuernavaca	MOR 03	1,976*	Estándar	ABC+	Diario	Estatad

Periódico	Clave	Tiraje	Formato	NSE	Frecuencia	Cobertura
<b>Nayarit</b>						
Express	NAY 01	6,000	Tabloide	ABC	Lunes a viernes	Estatal
Meridiano de Nayarit	NAY 02	14,800	Estándar	ABC D	Diario	Estatal
Realidades de Nayarit	NAY 03	15,000	Tabloide	ABCD E	Lunes a sábado	Estatal
Enfoque	NAY 04	12,000	Estándar	ABC	Diario	Estatal
Nayarit Opina	NAY 05	26,400	Tabloide	ABC+	Diario	Estatal
<b>Nuevo León</b>						
El Norte	NL 01	100,000	Estándar	ABC+	Diario	Regional
Milenio Diario de Monterrey	NL 02	50,000	Europeo	ABC	Diario	Regional
El Porvenir	NL 03	25,000	Estándar	ABC+	Diario	Regional
<b>Oaxaca</b>						
Noticias, Voz e Imagen de Oaxaca	OAX -01	28,642	Estándar	ABC D	Diario	Todo el estado excepto la Cuenca
El Imparcial de Oaxaca	OAX -02	20,314	Estándar	ABC D	Diario	Estatal
El Imparcial del Istmo	OAX -03	9,020	Estándar	ABC D	Diario	Regional (Istmo)
Diario Marca	OAX -04	25,000	Tabloide	ABC	Lunes a sábado	Regional (Oaxaca, Puebla y Tlaxcala)
Rotativo Tribuna de Oaxaca	OAX -05	6,000	Tabloide	ND	Lunes a sábado	Estatal

Periódico	Clave	Tiraje	Formato	NSE	Frecuencia	Cobertura
<b>Puebla</b>						
El Sol de Puebla	PUE 01	30,000	Estándar	ABC D	Diario	Estatal
Síntesis	PUE 02	19,950	Estándar	ABC D	Diario	Estatal
El Heraldo de Puebla	PUE 03	11,250	Estándar	ABC D	Diario	Ciudad de Puebla y 16 municipios
Intolerancia	PUE 04	20,000	Tabloide	ABC+	Diario	Ciudad de Puebla y 20 municipios
El Popular	PUE 05	20,000	Estándar	ABC	Diario	Ciudad de Puebla y 7 municipios
La Jornada de Oriente	PUE 06	15,107	Tabloide	ABC+	Lunes a viernes	Ciudad de Puebla y 11 municipios
Milenio Puebla	PUE 07	13,561	Tabloide	ABC	Diario	Ciudad de Puebla
<b>Querétaro</b>						
El Corregidor	QRO 01	12,360	Tabloide	ABCD E	Diario	Estatal
Diario de Querétaro	QRO 02	25,000	Estándar	ABCD E	Diario	Estatal
El Sol de San Juan	QRO 03	7,000	Estándar	ABCD E	Diario	San Juan del Río y algunos municipios
Noticias	QRO 04	19,590	Estándar	ABCD E	Diario	Estatal
AM de Querétaro	QRO 05	10,000	Estándar	ABCD E	Diario	Estatal
<b>Quintana Roo</b>						
Que Qui	QROO 01	15,000	Tabloide	ABC	Diario	Estatal
Diario Respuesta	QROO 02	9,000	Tabloide	ABC	Diario	Estatal
Diario de Quintana Roo	QROO 03	25,000	Tabloide	ABC	Diario	Estatal

Periódico	Clave	Tiraje	Formato	NSE	Frecuencia	Cobertura
El Quintanarroense	QROO 04	12,531	Tabloide	ABCD E	Diario	Estatal
Novedades de Quintana Roo	QROO 05	16,131	Estándar	ABCD E	Diario	Peninsular
<b>San Luis Potosí</b>						
El Sol de San Luis	SLP 01	22,000	Estándar	ABCD E	Diario	Estatal
La Prensa del Centro	SLP 02	4,000	Tabloide	ABCD E	Diario	San Luis Potosí, Zacatecas y Aguascalientes
Pulso	SLP 03	30,000	Estándar	AB	Diario	Estatal
San Luis Hoy	SLP 04	15,000	Tabloide	BC	Diario	Zona Metropolitana
<b>Sinaloa</b>						
El Debate de Culiacán	SIN 01	33,834	Tabloide	*Bajo 50.1% Medio/Medio 30.6% Alto 19.3%	Diario	Culiacán y Navolato
EL Debate de los Mochis	SIN 02	16,000	Tabloide	*Alto y Medio Alto 20.8% Medio Medio 28.9% Bajo 50.3%	Diario	Ahome, El Fuerte
El Debate de Mazatlán	SIN 03	16,000	Tabloide	*Alto y Medio Alto 18.7% Medio Medio 31.2% Bajo 50.1%	Diario	MAZATLAN, ROSARIO, ESCUINAPA, SAN IGNACIO, CONCORDIA, ACAPONETA (NAYARIT)
El Debate de Guamuchil	SIN 04	3,803	Tabloide	*Alto y Medio Alto 18.4% Medio Medio 29.4% Bajo 52.2%	Diario	Guamuchil
El Debate de Guasave	SIN 05	4,700	Tabloide	*Alto y Medio Alto 13.5% Medio Medio 36.0% Bajo 50.5%	Diario	Guasave

Periódico	Clave	Tiraje	Formato	NSE	Frecuencia	Cobertura
Noreste de Culiacán	SIN 06	22,952	Estándar	ABC+ C	Diario	El Dorado, Costa Rica, Pueblos Unidos, Navolato
Noreste de Mazatlán	SIN 07	26,871	Estándar	ABC+ C	Diario	Escuinapa, Rosario, Villa Unión, Concordia, San Ignacio, Cruz de Elota
Noreste de Guamuchil	SIN 08	2,834	28 x 25.8 cm	ABC+ C	Diario	Guamuchil
Noreste de Guasave	SIN 09	2,543	28 x 25.8 cm	ABC+ C	Diario	Guasave
Noreste Mochis	SIN 10	2,327	28 x 25.8 cm	ABC+ C	Diario	Mochis
Primera Hora Culiacán	SIN 11	7,982	Tabloide**	D+ y D	Diario	El Dorado, Costa Rica, Pueblos Unidos, Navolato
El Sol del Pacífico (Mazatlán)	SIN 12	6,000	Tabloide	ND	Diario	Mazatlán, Rosario, Esquinapa, La Cruz de Elota
<b>Sonora</b>						
La Voz del Puerto	SON -01	8,600	Estándar	C+ C y D	Diario	Guaymas, San Carlos, San José, Santa Clara, Empalme, La Atravezada, Santa María
El Imparcial	SON -02	30,477	Estándar**	ABC+	Diario	Estatad y sur de Arizona
Tribuna	SON -03	24,818	Estándar**	ABC	Diario	Estatad, preferentemente sur del Estado
Diario del Yaqui	SON -04	21,459	Estándar	C+ C y D	Diario	Sur del Estado
Tribuna de San Luis	SON -05	7,000	Tabloide	ABCD E	Diario	San Luis Río Colorado y su Valle, Sonoita y Puerto Peñasco
Expreso	SON -06	15,500	Estándar	ABC+	Diario	Estatad
El Diario de Sonora	SON -07	18,500	Estándar	ABCD E	Diario	



Periódico	Clave	Tiraje	Formato	NSE	Frecuencia	Cobertura
<b>Tabasco</b>						
Novedades de Tabasco	TAB -01	20,000	Estándar	C+ y C	Diario	Estatal
Milenio Diario de Tabasco	TAB -02	15,250	Tabloide	C+ y C	Diario	Estatal
Presente de Tabasco	TAB -03	29,000	Estándar	C+ y C	Diario	Estatal
<b>Tamaulipas</b>						
Primera Hora	TAMPS -01	15,000	Tabloide	ABCD E	Diario	Tamaulipas
Última Hora	TAMPS -02	15,000	Tabloide	ABCD E	Diario	Tamaulipas
Líder Informativo	TAMPS -03	14,650	Estándar	ABC D	Diario	Regional
La Mañana de Reynosa	TAMPS -04	28,000	Estándar	ABC+	Diario	REYNOSA, MIGUEL ALEMAN, CAMARGO, DIAZ ORDAZ, RIO BRAVO.
La Prensa de Reynosa	TAMPS -05	15,000	Estándar	ABC	Diario	REYNOSA, RIO BRAVO Y RIBERENA.
El Mañana de Matamoros	TAMPS -06	45,000	Estándar	ABC	Diario	Regional
El Expreso de Matamoros	TAMPS -07	15,000	Tabloide	ABC+	Diario	MATAMOROS, VALLE HERMOSO, SAN FERNANDO
Contacto	TAMPS -08	5246**	Estándar**	ND	Diario**	Matamoros**
El Diario de Cd. Victoria	TAMPS -09	49,000	Estándar	ABC+	Diario	Estatal
La Verdad de Tamaulipas	TAMPS -10	42,000	Estándar	ABC	Diario	Local y Regional
El Mercurio de Tamaulipas	TAMPS -11	35,000	Estándar	*A/B 9.7% C+ 15.3% C 18.7% D+ 34.5% D/E 22%	Diario	Estatal
Siempre con la Verdad a Tiempo	TAMPS -12	10,000	Estándar	ABCD E	Diario	Estatal
Matutino	TAMPS -13	3,000	Estándar	ABCD E	Diario	Estatal
Milenio Diario de Tampico	TAMPS -14	24,000	Tabloide	ABC	Diario	TAMPICO, CD. MADERO, ALTAMIRA, NORTE DE VERACRUZ, ESTE DE SAN LUIS POTOSI

Periódico	Clave	Tiraje	Formato	NSE	Frecuencia	Cobertura
<b>Tlaxcala</b>						
El Sol de Tlaxcala	TLAX 01	17,500	Estándar	ABCD E	Diario	Local en los 60 municipios del Estado
Síntesis	TLAX 02	10,464	Estándar	*AB 48% C+ 52	Diario	Estatad
ABC Noticias	TLAX 03	5,000	Tabloide	ABC	Lunes a viernes	50 de los 60 municipios
La Jornada de Oriente	TLAX 04	4,916	Tabloide	ABCD E	Lunes a viernes	Estatad a los 8 principales municipios
<b>Veracruz</b>						
Diario de Xalapa	VER 01	40,000	Estándar	ABC	Diario	07. MARTINEZ DE LA T., 08. XALAPA, 09. COATEPEC, 10. XALAPA, 07.MTZ DE LA TORRE, 19.SAN ANDRES TUX.
El Dictamen	VER 02	40,000	Estándar	ABC	Diario	04. VERACRUZ 05. POZA RICA 07. MARTINEZ DE LA T. 08. XALAPA 09.COATEPEC 10. XALAPA 12. VERACRUZ 17. COSAMALOAPAN 18. ZONGOLICA 19. SAN ANDRÉS TUXTLA
Liberal del Sur	VER 03	12,000	Estándar	ABC	Diario	08. XALAPA 10. XALAPA 11. COATZACOALCOS 14. MINATITLÁN 17. COSAMALOAPAN 20. ACAYUCAN 21. COSOLEACAQUE
Gráfico de Xalapa	VER 04	35,000	Estándar	ABC	Diario	07. MARTINEZ DE LA T. 08. XALAPA 09. COATEPEC 10. XALAPA

Periódico	Clave	Tiraje	Formato	NSE	Frecuencia	Cobertura
La Opinión de Poza Rica	VER 05	30,000	Estándar	ABC	Diario	02. TANTOYUCA 03. TUXPAN 05. POZA RICA 06. PAPANTLA 07. MARTINEZ DE LA T. 08. XALAPA 10. XALAPA
El Sol de Córdoba	VER 06	14,000	Estándar	ABC	Diario	13. HUATUSCO 15. ORIZABA 16. CÓRDOBA 18. ZONGOLICA
El Sol de Orizaba	VER 07	12,000	Estándar	ABC	Diario	13. HUATUSCO 15. ORIZABA 16. CÓRDOBA 18. ZONGOLICA
Mundo de Córdoba	VER 08	14,000	Estándar	ABC	Diario	13. HUATUSCO 15. ORIZABA 16. CÓRDOBA 18. ZONGOLICA
El Mundo de Poza Rica	VER 09	27,000	Estándar	ABC	Diario	05. POZA RICA 06. PAPANTLA 07. MARTINEZ DE LA T.
Noreste	VER 10	8,000	Estándar	ABC	Diario	02. TANTOYUCA 03. TUXPAN 05. POZA RICA 06. PAPANTLA 07. MARTINEZ DE LA T. 08. XALAPA 10. XALAPA
Diario Martinense	VER 11	10,000	Estándar	ABC	Diario	07. MARTÍNEZ DE LA T. 08. XALAPA 10. XALAPA
Gráfico de Martínez de la Torre	VER 12	14,000	Estándar	ABC	Diario	07. MARTÍNEZ DE LA T. 08. XALAPA 10. XALAPA

Periódico	Clave	Tiraje	Formato	NSE	Frecuencia	Cobertura
Gráfico de los Tuxtlas	VER 13	5,000	Estándar	ABC	Diario	19.SAN ANDRES TUXTLA
Gráfico de la Cuenca	VER 14	5,000	Estándar	ABC	Diario	17.COSAMALOAPAN
Gráfico del Sur	VER 15	5,000	Estándar	ABC	Diario	20.ACAYUCAN
Gráfico de las Huastecas	VER 16	5,000	Estándar	ABC	Diario	03. TUXPAN
Diario de la Mañana	VER 17	5,000	Estándar	ABC	Diario	08. XALAPA 10. XALAPA
Diario de Minatitlán	VER 18	4,000	Estándar	ABC	Diario	MINATITLAN COSOLEACAQUE
<b>Yucatán</b>						
Diario de Yucatán	YUC-01	65,000	Estándar	ABCD E	Diario	Peninsular
Por Esto	YUC-02	45,000	Tabloide	ABCD E	Diario	Peninsular
Milenio Novedades	YUC-03	25,000	Tabloide	ABCD E	Diario	Peninsular
De Peso Yucatán	YUC-04	75,000	Tabloide	ABCD E	Diario	Peninsular
Artículo 7	YUC-05	17,500	Tabloide	ABCD E	Semanal	Estatal
<b>Zacatecas</b>						
Zacatecas en Imagen	ZAC-01	7,680	Tabloide	ABC D	Diario	Estatal (48 municipios)
El Sol de Zacatecas	ZAC-02	20,000	Estándar	ND	Diario	Estatal (54 municipios)
Diario NTR	ZAC-03	8,000	Estándar	ND	Diario	Estatal

\* PNMI de SEGOB

\*\* Vyasa



Coordinación Nacional de Comunicación Social  
**Catálogo Nacional de Medios Impresos e Internet 2011**  
 Internet

Nombre comercial	Dirección WEB	Clave	Tipo de Banner	Promedio de usuarios al mes	NSE
Alto Nivel (IASA Online)	www.altonivel.com.mx	INT 01	Super Banner	110,000 usuarios únicos	AB
América Economía	www.americaeconomia.com	INT 02	Top Leader Board	ND	ABC+
Animal Político	www.animalpolitico.com	INT 03	Leaderboard	2,579,079 pageviews	ABC+
Arqueología Mexicana	www.arqueomex.com	INT 04	Full Banner	122,722 usuarios únicos	ND
Azteca WEB	www.tvazteca.com/barradeopinion	INT 05	Full Banner	50 millones de pageviews	ABC+
BBC.com	www.bbc.com	INT 06	Leaderboard	2,055,536 visitas mensuales	AB
Cambio	www.revistacambio.com.mx	INT 07	Banner Superior	9,000 usuarios registrados	AB
Candelero	www.candelero.com.mx	INT 08	Banner Superior	20,000 visitas mensuales	C+ C
Caras (Televisa)	www.caras.com.mx	INT 09	Leaderboard	2 millones promedio	ND
Cinepremier (Editorial Premier)	www.cinepremier.com.mx	INT 10	Head Banner	499,000 usuarios únicos	ND
Cinépolis	www.revistamascinepolis.com.mx	INT 11	Banner	75,820 pageviews	ABC+
CNN México	http://mexico.cnn.com	INT 12	Banner Principal	4.1 millones de pageviews	ABC+
Congresistas	www.congresistas.com.mx	INT 13	Banner en Home	ND	ABC+
Cosmopolitan (Televisa)	www.cosmopolitan.com.mx	INT 14	Leaderboard	1,500,000 visitas promedios	ND
Cuartoscuro	www.cuartoscuro.com.mx	INT 15	Banner Rectángulo	ND	ND
Día Siete	www.diasiete.com	INT 16	Super Banner	148,141 usuarios registrados	ABC+
Donde Ir	www.donde-ir.com	INT 17	Leaderboard	98,501 usuarios	ND
Eje Central	www.ejecentral.com.mx	INT 18	BannerCalle Uno (Cabezal)	180,000 visitantes	ABC+ C
El Arsenal (Diario Digital)	www.elarsenal.net	INT 19	Banner tipo cintillo	ND	NA
El Chamuco	www.elchamuco.com	INT 20	Leaderboard	71,856 visitantes	ABC
El Economista	www.eleconomista.com.mx	INT 21	Leaderboard superior	2,646,859 pageviews	ABC+ C
El Financiero	www.elfinanciero.com.mx	INT 22	Top Full Banner	2 millones de impresiones	ABC+
El Norte	www.elnorte.com.mx	INT 23	Home patrocinio superior	99,987 usuarios únicos registrados	ABC+
El Punto Crítico	www.elpuntocritico.com	INT 24	Banner cabeza	485,000 usuarios	ABC
El Sol de México	www.oem.com.mx/elsoldemexico/	INT 25	Full Banner	200,000 visitas mensuales	C

Nombre comercial	Dirección WEB	Clave	Tipo de Banner	Promedio de usuarios al mes	NSE
El Universal	www.eluniversal.com.mx	INT 26	Super Banner	12 millones de usuarios únicos /170 millones de visitas	ABC+
Emeeqis	www.m-x.com.mx	INT 27	Superior horizontal grande	114,487 usuarios únicos	ABC+ C
Entrepreneur (IASA Online)	www.soyentrepreneur.com	INT 28	Super Banner	1.1 millones de pageviews	AB
Es más (Televisa Interactive)	www.esmas.com	INT 29	Super Banner	34 millones usuarios mensuales	ND
ESPN México	www.espn deportes.com	INT 30	Super Banner	325,500 usuarios únicos	ABC+ C
Esquire (Televisa)	www.esquire.com.mx	INT 31	Leaderboard	ND	ND
Estadio	www.estadiodeportes.com.mx	INT 32	Banner Superior	1, 241 visitantes	C+ C
Este País	www.estepais.com	INT 33	Banner Superior	20,468 visitas / 6,000 usuarios únicos	ABC+
Estilo Hoy (IASA Online)	www.estilohoy.com	INT 34	Super Banner	143,100 pageviews	AB
Esto	www.oem.com.mx/esto/	INT 35	Full Banner	1.5 millones de pageviews	CD
Etcétera	www.etcetera.com.mx	INT 36	Full Banner	131,669 visitas mensuales	ND
Excelsior	www.excelsior.com.mx	INT 37	Leaderboard	800,000 usuarios únicos	ABC+ C
Feminis (IASA Online)	www.feminis.com	INT 38	Super Banner	450,000 pageviews	AB
Fernanda	www.fernanda.com	INT 39	Leaderboard	17,078 usuarios mensuales	ND
Foreign Affairs Latinoamérica	www.fal.itam.mx	INT 40	Banner	5,000 visitas mensuales	ND
Futbol Total	www.futboltotal.com.mx	INT 41	Leaderboard	122,189 usuarios	ND
Game Master	www.gamemaster.com.mx	INT 42	Leaderboard	10,339 usuarios	ND
Imagen (Grupo Imagen)	www.imagen.com.mx	INT 43	Leaderboard	350,000 usuarios únicos	ABC+ C
Impacto el Diario	www.impacto.com.mx	INT 44	Banner completo	119,277 visitas únicas	ABC
International Business Times México	www.ibtimes.com.mx	INT 45	Leaderboard	1.5 millones de pageviews	ABC+
IQ Magazine	www.revistaiq.com.mx	INT 46	Banner	1,500 visitas mensuales	ND
Jambitz (Televisa)	www.jambitz.com	INT 47	Leaderboard	750 mil visitas	ND
La Crónica	www.cronica.com.mx	INT 48	Banner Superior	3,200,000 usuarios únicos promedio	ND
La Jornada	www.jornada.unam.mx	INT 49	Leader Board	5,985,762 pageviews	ABC D+
La Prensa	www.la-prensa.com.mx	INT 50	Banner fijo	500,000 usuarios mensuales	ND
La Tempestad	www.diariolatempestad.com	INT 51	Banner Skybox	30,000 hits mensuales	ABC+
La Razón	www.razon.com.mx	INT 52	Banner superior	3 millones de impresiones	ND
La Silla Rota	www.lasillarota.com	INT 53	Banner Superior	60,000 visitas mensuales	ABC+
Le Monde Diplomatique	www.lemondediplomatique.cl	INT 54	Banner Vertical	87,000 visitas mensuales	ABC+
Líderes Mexicanos	www.lideresmexicanos.com	INT 55	Super Banner	85,000 visitas mensuales	AB

Nombre comercial	Dirección WEB	Clave	Tipo de Banner	Promedio de usuarios al mes	NSE
Macroeconomía	www.macroeconomia.com.mx	INT 56	Leaderboard	323,981 pageviews	ABC
Más por más	www.maspormas.com.mx	INT 57	Super Banner	150,000 pageviews	ABC
Maxi Tunning (Televisa)	www.maxitunning.com.mx	INT 58	Leaderboard	1.5 millones de pageviews	ND
Max Online (Editorial Premier)	www.maxonline.com.mx	INT 59	Head Banner	100,000 usuarios únicos	ABC+
Mexicanísimo	www.mexicanisimo.com.mx	INT 60	Banner animado	1,734 usuarios únicos	ABC+
México Desconocido (IASA Online)	www.mexicodesconocido.com	INT 61	Superbanner	2.1 millones de pageviews	ABC
Mi Bebé y Yo	www.mibebeyyo.com.mx	INT 62	Leaderboard	86,000 visitas mensuales	ABC
Milenio Diario	www.milenio.com	INT 63	Full Banner	27.9 millones de pageviews	ABC+ CD
Misión Política	www.mision_politica.com	INT 64	Banner portada	1,200 visitas mensuales	AB
Mundo Ejecutivo	www.mundoejecutivo.com.mx	INT 65	Superbanner expandible	60,000 visitas mensuales	ABC+
Mundo Legislativo	www.enlacelegislativo.com	INT 66	Spot o takeover	5,000 usuarios únicos	ABC C+
Mural	www.mural.com	INT 67	Home patrocinio superior	23,847 usuarios únicos	ABC+
Muy Interesante (Televisa)	www.muyinteresante.com.mx	INT 68	Leaderboard	Dos millones	ND
National Geographic (Televisa)	www.nationalgeographic.com.mx	INT 69	Leaderboard	Dos millones	ND
Newsweek en Español	www.newsweek-espanol.com.mx	INT 70	Banner	106685 pageviews	AB
Nexos	www.nexos.com.mx	INT 71	Header	45,201 usuarios únicos	ND
Nuestra Salud	www.nuestrasalud.mx	INT 72	Banner prehome	700 usuarios diarios	ND
Observer Magazine	www.obsomagazine.com	INT 73	Leaderboard	1,000 pageviews	ABC
Por ti	www.porti.com.mx	INT 74	Mega Banner	775,000 pageviews/	AB C D
Proceso	www.proceso.com.mx	INT 75	Full Banner	5,652,034 pageviews	ND
Prodigy MSN	www.prodigymsn.com	INT 76	Super Banner	13,836,000 usuarios únicos/ 450,000,000 visitas	ND
Proyección Económica 2020	www.proyeccioneconomica2020.com.mx	INT 77	Banner	4,000 pageviews	ABC D+
Record	www.record.com.mx	INT 78	Leaderboard	4,299,441 visitas mensuales	ABC
Reforma	www.reforma.com	INT 79	Home patrocinio superior	126,642 usuarios registrados / 7 millones de pageviews aprox.	ABC+
Revista de Educación y Cultura AZ	www.revistaaz.com	INT 80	Banner Superior 03	3,500 visitas	ABC
Revista Mexicana de la Comunicación	www.mexicanadecomunicacion.com.mx	INT 81	Banner Principal	ND	ABC
Revista de la Universidad	www.revistadelauniversidad.unam.mx	INT 82	Box Banner	ND	ND
Revista Tú (Televisa)	www.revistatu.com.mx	INT 83	Leaderboard	Un millón de visitas mensuales	ND
Sección Amarilla	www.seccionamarilla.com	INT 84	Banner	3,049,152 usuarios	ABC/ D

Nombre comercial	Dirección WEB	Clave	Tipo de Banner	Promedio de usuarios al mes	NSE
Selecciones	www.selecciones.com.mx	INT 85	Banner	450,000 pageviews	ABC
Siempre	www.siempre.com.mx	INT 86	Banner	30,900 visitas mensuales	ND
Su Médico	www.sumedico.com	INT 87	Banner medio principal	39,000 usuarios registrados	ABC+
The News	www.thenews.com.mx	INT 88	Banner Superior	12,624 visitas	AB
Tu Aviso	www.tuaviso.com.mx	INT 89	Widesky Scrapper	2.9 millones de visitas mensuales	ABC+ C
TV y Más	www.tvymas.mx	INT 90	Banner frontpage	48,000 pageviews	BC
TV Notas	www.tvnotas.com.mx	INT 91	Leaderboard	1.5 millones de pageviews	BCD
Uno más uno	www.unomasuno.com.mx	INT 92	Letter Box	131,225 usuarios	C+
Vanidades (Televisa)	www.vanidades.com	INT 93	Leaderboard	2.5 millones promedio	ND
Windows Live Hotmail	www.hotmail.com	INT 94	Banner Skyscraper	14,544,000 usuarios únicos / 2.2 billones de pageviews	ND
Windows Live Messenger	http://explore.live.com/windows-live-messenger	INT 95	Half Banner	13,493,000 usuarios únicos/ 900 millones de pageviews	ND
Yahoo	www.yahoo.com.mx	INT 96	Banner Principal	12 millones de usuarios únicos	ABC y D
Yo con diabetes	www.yocondiabetes.com	INT 97	Leaderboard	13,462 usuarios	ND
Zócalo	www.revistazocalo.com.mx	INT 98	Leaderboard	1,000 usuarios únicos	AB
El Vigía (Baja California)	www.elvigia.net	INT 99	Banner Superior	14,500 usuarios diarios	ND
Frontera (Baja California)	www.frontera.info	INT 100	Banner A	2,035,603 visitas	ABC Y D
La Crónica de Baja California	www.lacronica.com	INT 101	Banner A	1,332,040 visitas	ABC y D
AF Medios (Colima)	www.afmedios.com	INT 102	Tabulador B Alto Hit	180,000 usuarios únicos	C y D
Ángel Guardián MX (Colima)	www.angelguardian.mx	INT 103	Banner superior grande	34,347 usuarios únicos	ABC
Códigos Guanajuato	www.codigosguanajuato.com	INT 104	Banner superior	177, 878.4 visitas mensuales	ABC
Códigos News (Guanajuato)	www.codigosnews.com	INT 105	Banner superior	177, 878.4 visitas mensuales	ABC
Noticias Guanajuato	www.noticiasguanajuato.com	INT 106	Banner	1,600 usuarios únicos	ABC
Notisistema (Jalisco)	www.notisistema.com	INT 107	Mega Banner	17,101 pageviews	ABC
Cambio de Michoacán	www.cambiodemichoacan.com.mx	INT 108	Banner superior izquierdo	306,909 visitas	ABC
Quadratin (Michoacán)	www.quadratin.com.mx	INT 109	Banner	500,000 pageviews	ABC
Global Media (San Luis Potosí)	www.globalmedia.mx	INT 110	Banner	15,000 visitas diarias	ABC y D
Reporteros Hoy (Yucatán)	www.reporteroshoy.net	INT 111	Premium 1	106,375 trimestralmente	C+ y C
Radio Mayabtv (Yucatán)	www.radiomayabtv.com	INT 112	Banner Superior	20,810 usuarios	ABC y D





En la XXVII sesión ordinaria de la Comisión de Comunicación Social, celebrada el 12 de diciembre de 2002, se aprobó el **Manual de Identidad Gráfica del IFE** preparado por la Coordinación Nacional de Comunicación Social con la colaboración de la Dirección Ejecutiva de Capacitación Electoral y Educación Cívica y la Dirección Ejecutiva del Registro Federal de Electores.

Con la Reforma Electoral llevada a cabo en 2007 y la publicación en enero de 2008 del nuevo Código Federal de Instituciones y Procedimientos Electorales se derogaron los *Lineamientos para la aplicación de los recursos en materia de publicidad y gestión de tiempos oficiales con la Dirección General de Radio, Televisión y Cinematografía.*

Por este motivo se presentaron, el 31 de mayo de 2010, para aprobación de la Junta General Ejecutiva los ***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,*** a fin de establecer los criterios para la emisión de mensajes institucionales y uso de la imagen del IFE así como regular la aplicación de recursos en materia de publicidad.

**El Manual de Identidad Gráfica del IFE** se integra como anexo de los Lineamientos, para establecer las bases de uso y aplicación de los elementos gráficos que han identificado al Instituto y que se conjugan de manera equilibrada como a continuación se indica:

**Símbolo.-** Formado por una boleta que entra en una urna transparente, cuyo fin es representar la acción de votar.

**Logotipo.-** Con las siglas del IFE.

**Tipografía.-** Con la cual se escribe el nombre completo del Instituto Federal Electoral.

El Manual de Identidad Gráfica del IFE proporciona los elementos que constituyen el logotipo, su manejo y las características que deben tomarse en cuenta para todos los productos que se generen, con el propósito de que se unifiquen los criterios de aplicación de la imagen institucional, a través de las disposiciones señaladas en este documento.

Atentamente  
Lic. José Luis Alcudia Goya  
Coordinador Nacional de Comunicación Social

# CONTENIDO

## Manual de Identidad Gráfica

### CONTENIDO

#### LOGOTIPO Y TIPOGRAFÍA

Construcción geométrica	05
Tipografía institucional	07
Tipografía auxiliar	09
Proporciones	10
Retícula de trazo	11
Áreas mínimas libres	12
Proporción mínima	13
Imagen institucional compartida	14

#### USOS CORRECTOS DE LOGOTIPO

Aplicaciones correctas	17
Usos correctos	18
Usos incorrectos	19

#### COLOR

Color institucional	21
Color auxiliar	22
Fondos de color	23
Retícula / Marca de agua	24

#### PATRONES DE REPRODUCCIÓN

Patrones de reproducción	26
Colores institucionales	28

#### PUBLICACIONES INSTITUCIONALES

Publicaciones de esquelas institucionales	30
Publicaciones editoriales	31
Portada para disco compacto	33
Gaceta IFE	34
Libros blancos	35
Productos editoriales	36
Documentos internos	37
Manuales	38

#### APLICACIÓN DEL ESCUDO NACIONAL

Uso del Escudo Nacional	40
Uso del Escudo Nacional con la imagen institucional	41
Usos incorrectos	42

# CONTENIDO

## Manual de Identidad Gráfica

### **PAPELERÍA INSTITUCIONAL Y ADMINISTRATIVA**

Papelería oficial	45
Papelería diplomática	49
Papelería ejecutiva	51
Papelería ordinaria	53
Formatos básicos	62

### **IDENTIDAD FORMAL**

Edificios institucionales a nivel central y desconcentrados	66
---	----

### **SIMBOLOGÍA Y SEÑALAMIENTO**

Tipos de señalización	70
Periféricos	71
Formal y oficinas	72
Protección civil	74

### **MÓDULOS DE ATENCIÓN CIUDADANA**

Material externo para módulos	76
Módulos de atención ciudadana	77
Interior módulos	80
Material interno para módulos	81
Gafete para personal de módulos	82
Señalización periférica para módulos	83
Señalización interna para módulos	84

### **TRANSPORTE**

Módulos móviles	86
Módulos semifijos	87
Operativos	88

### **UNIFORMES**

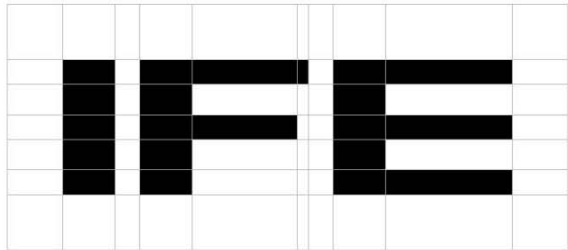
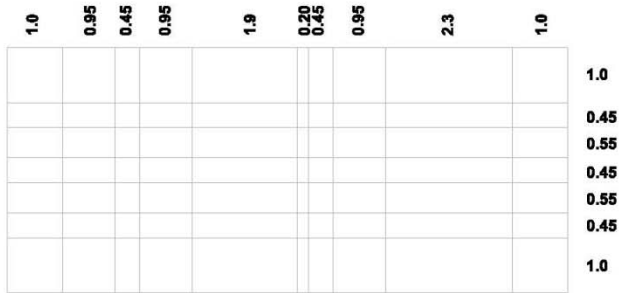
Personal operativo	94
Personal de atención al público	95

## **LOGOTIPO Y TIPOGRAFÍA**



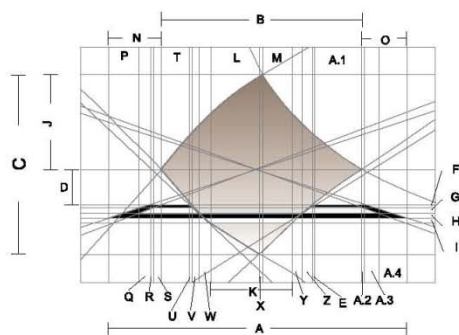
En esta sección se examina la manera en que está estructurado el logotipo del IFE, desde la construcción geométrica, tipografía institucional y auxiliar, proporción, retícula de trazo, áreas mínimas libres, proporción mínima e imagen institucional compartida.



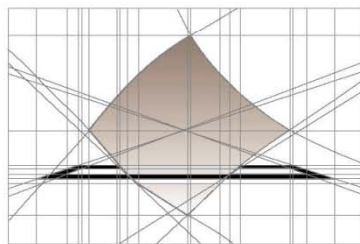


Para la realización del logotipo se utilizaron trazos auxiliares rectos y curvos. Es la única manera mediante la cual se podrá reproducir la imagen del Instituto. La construcción geométrica del logotipo, está compuesta con base en líneas horizontales y verticales para generar la palabra IFE; estas tres letras no se contemplan en ninguna familia tipográfica conocida, fueron diseñadas especialmente para este logotipo.

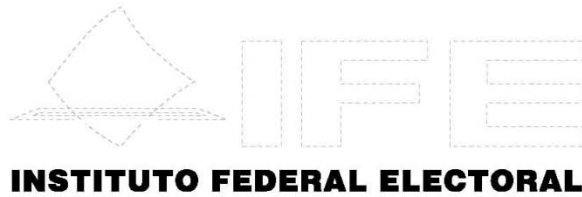
**Las medidas se muestran en centímetros.**



A) 5.4 cm	K) 1.45 cm	U) 0.5 mm
B) 3.6 cm	L) 9 mm	V) 1 mm
C) 3.2 cm	M) 5 mm	W) 2 mm
D) 6 mm	N) 1.0 cm	X) 5 mm
E) 5.5 mm	O) 8 mm	Y) 2 mm
F) 0.5 mm	P) 5.5 mm	Z) 2 mm
G) 1 mm	Q) 2 mm	A.1) 9 mm
H) 1 mm	R) 0.5 mm	A.2) 0.5 mm
I) 1 mm	S) 1.5 mm	A.3) 2.5 mm
J) 1.7 cm	T) 5 mm	A.4) 5 mm



La imagen de la urna es generada mediante trazos rectos en diferentes ángulos y apoyada por algunas líneas curvas para dar movimiento a la papeleta.



**ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRST  
UVWXYZ  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
1234567890  
¿?!;\$(;)/%="',.:&#**

La tipografía institucional es Arial Black, debido a que es sumamente legible y sólida en su forma. Se usará para rotular el nombre del Instituto en cualquier medio, ya sea impreso o en video.

# TIPOGRAFÍA INSTITUCIONAL

## Manual de Identidad Gráfica



Se presenta un logotipo con una segunda aplicación de tipografía institucional (Arial Black), es decir, un segundo renglón donde se aplicará el nombre de cada uno de los órganos que componen la estructura del Instituto, así como en todas las formas de comunicación que realicen, y hasta un tercero cuando así se requiera.

El tamaño de la tipografía es 32.75% menor que la que se utiliza en el primer renglón.

Esta aplicación deberá utilizarse únicamente en el manejo de documentos internos.

Por lo tanto, nunca se utilizará en publicaciones, comunicados o documentos externos.



ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRST  
UVWXYZ  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
1234567890  
¿?!¡\$(:)/%=" ,.:&#

HelveticaNeue MediumCond

**ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRST**  
**UVWXYZ**  
**abcdefghijklmnopqrstuvwxyz**  
**1234567890**  
**¿?!¡\$(:)/%=" ,.:&#**

HelveticaNeue BoldCondObl

**ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRST**  
**UVWXYZ**  
**abcdefghijklmnopqrstuvwxyz**  
**1234567890**  
**¿?!¡\$(:)/%=" ,.:&#**

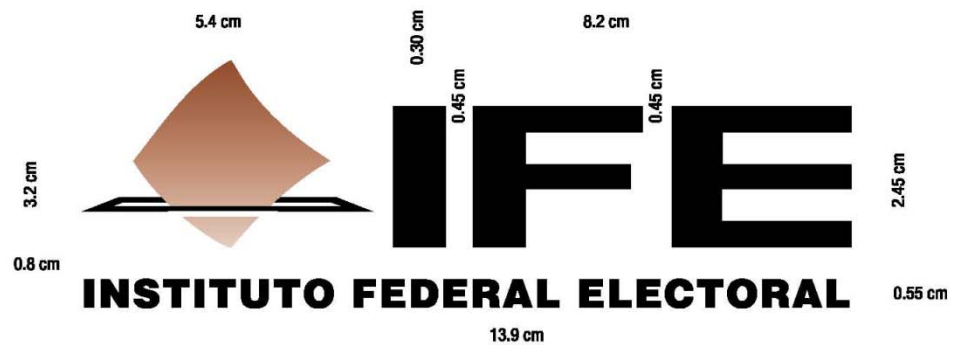
HelveticaNeue BlackCond Obl.

La tipografía auxiliar es la que se utiliza para algunas formas de comunicación del Instituto, ya sea en medio impreso o en video. Es una familia tipográfica que por sus características de legibilidad y en sus formas, se muestra compatible con la tipografía institucional.

Es la familia tipográfica:  
-HelveticaNeue MediumCond  
-HelveticaNeue BoldCondObl  
-HelveticaNeue BlackCond Obl

# PROPORCIONES

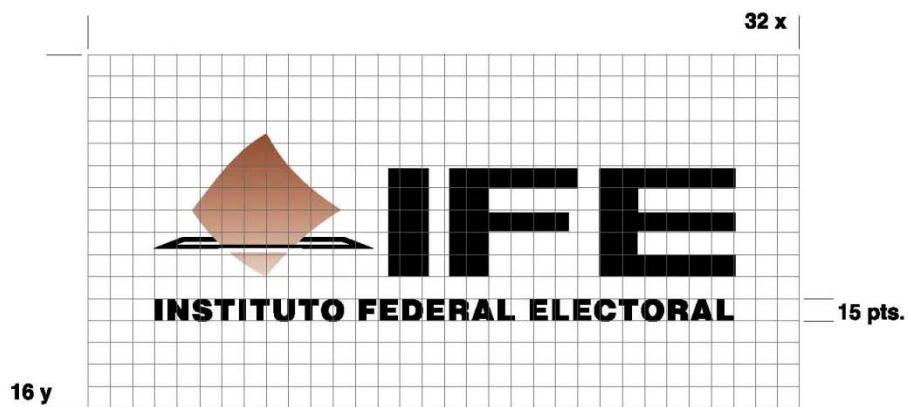
## Manual de Identidad Gráfica



Las proporciones que se señalan tanto en la tipografía como en el logotipo deben emplearse cuando sea necesario reproducir el logotipo, esto es básicamente a nivel internacional, en donde aún no se identifica plenamente la imagen gráfica del Instituto Federal Electoral.

Las proporciones se muestran en centímetros.

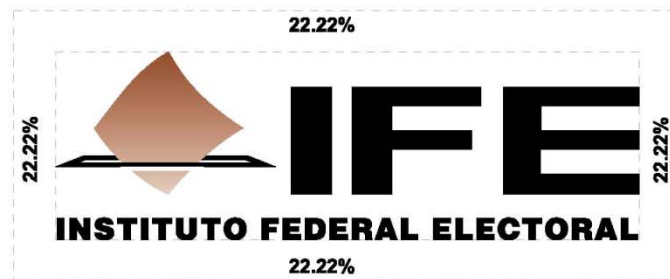
# RETÍCULA DE TRAZO



En los casos en que sea necesaria la reproducción del logotipo a escalas mayores, en las que los métodos fotográficos no sean suficientes, entonces se procederá a hacer la escala en forma manual.

Aquí se muestra la retícula que facilita el trazado en estas circunstancias, ubicando los puntos de intersección de cada parte del logotipo con la trama.

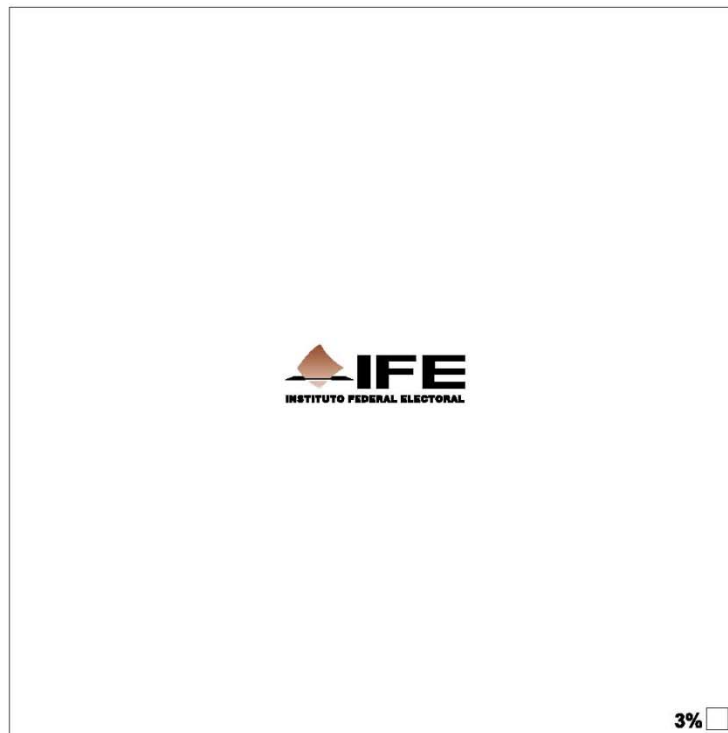
## ÁREAS MÍNIMAS LIBRES



Las áreas mínimas libres son los espacios mínimos que deben rodear al logotipo, con el fin de que conserve legibilidad, limpieza y efectividad. Dichas áreas se determinan según la aplicación, y bajo ninguna circunstancia deben ser invadidas por algún otro elemento.

Las áreas mínimas libres se muestran en porcentajes y corresponden al 22.22% de la altura total del logotipo, tomándose ésta desde la base de la tipografía hasta la parte superior de la papeleta.

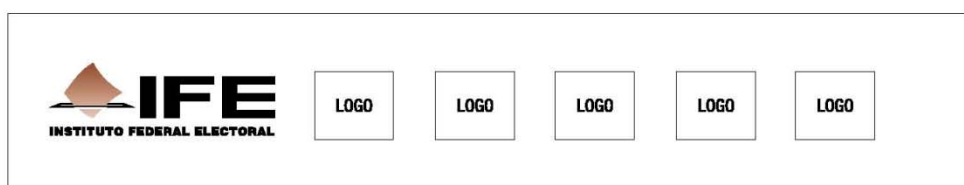
# PROPORCIÓN MÍNIMA



Siempre que se aplique el logotipo, sin importar la superficie, se debe considerar un área mínima de aplicación; la totalidad de la superficie se toma como el 100% y en función de ésta, el espacio a utilizar por el logotipo no debe ser menor al 3%.

# IMAGEN INSTITUCIONAL COMPARTIDA

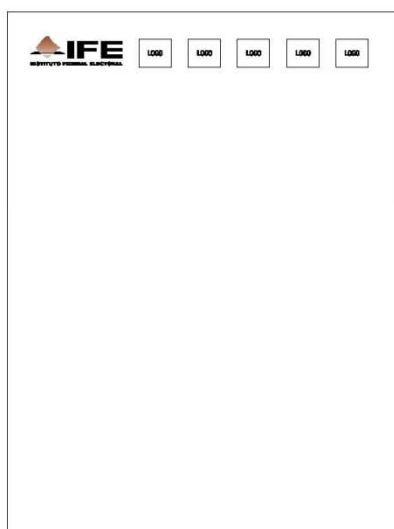
## Manual de Identidad Gráfica



2/3

Aplicación 1

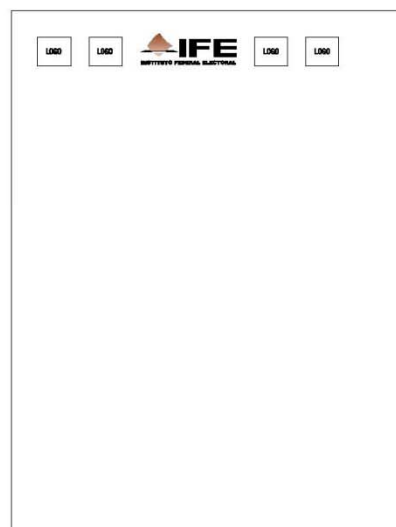
2/3



Para aquellos casos en que sea necesaria la utilización de uno o varios logotipos independientes de otras instituciones y/o dependencias en elementos de papelería, folletería, cartel, invitación, escenografía, etc., estos deberán colocarse del lado derecho del logotipo del Instituto, manteniendo siempre la misma altura que se maneje para el logotipo del IFE. Ver aplicación 1.

# IMAGEN INSTITUCIONAL COMPARTIDA

## Manual de Identidad Gráfica



Como caso excepcional, se podrá ubicar el logotipo del IFE al centro y los demás logotipos a sus costados, a una distancia de  $\frac{2}{3}$  partes, con relación a la altura del logotipo del IFE. Ver aplicación 2.

## ***USOS CORRECTOS DEL LOGOTIPO***

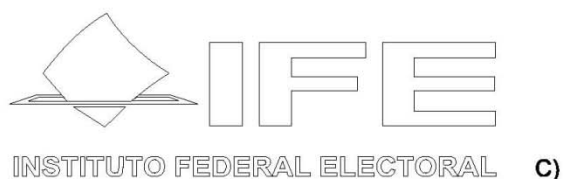


**A continuación se presenta la aplicación del logotipo en materiales del Instituto y las normas a respetar.**



## APLICACIONES CORRECTAS

### Manual de Identidad Gráfica



La identidad gráfica del IFE también se puede aplicar de diferentes formas:

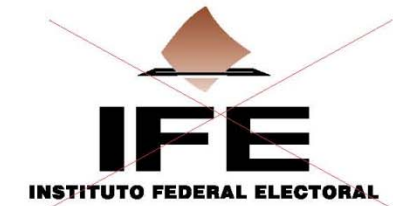
- A) El uso en color (selección) o 2 tintas directas.
- B) Una sola tinta de color negro (prensa).
- C) Out line.
- D) Escala de grises.



Para el caso de las dos últimas aplicaciones del logotipo que agregan el nombre de alguna área, éstas se utilizarán únicamente para publicaciones internas.

# USOS INCORRECTOS

## Manual de Identidad Gráfica



Con el fin de mantener una imagen limpia y una identidad gráfica congruente y consistente, el logotipo del Instituto Federal Electoral no debe sufrir ningún cambio en terminología, orientación, espaciamento y proporciones.

Esto quiere decir que no se permite ningún tipo de cambio en la tipografía, en el diseño del símbolo

de la papeleta y la urna, el espaciamento entre letras, ni su uso en forma continua a manera de textura. Asimismo, queda prohibido separar el logotipo en dos partes; esto es, la papeleta con la urna separada de la palabra IFE o añadir cualquier otro elemento no señalado en este manual.

## ***COLOR***



A continuación se presentan los colores institucionales que proveerán al Instituto de una continuidad visual a lo largo de todas las comunicaciones gráficas que se realicen. Por lo tanto, el control de calidad para la reproducción del logotipo con sus respectivos colores institucionales deberá ser muy estricto, ya que de su correcta aplicación depende el impacto visual que el Instituto puede lograr.

## ***COLOR INSTITUCIONAL***

### ***Manual de Identidad Gráfica***



**Negro**



**Café 4705 del Pantone Matching System**  
(Catálogo de colores utilizado internacionalmente)

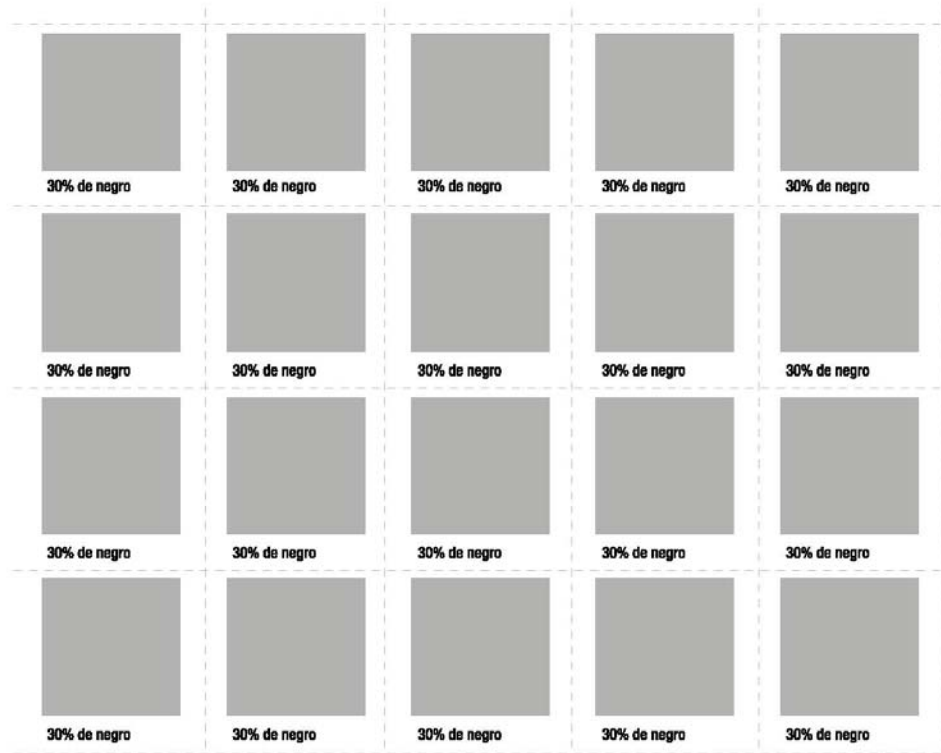


**Degradado será del 100% al 20%**

Los colores que se utilizaron son el negro para la urna y la tipografía, y el café 4705 del Pantone Matching System (Catálogo de colores utilizado internacionalmente) para la papeleta. El degradado será del 100% al 20% como la muestra.

# ***COLOR AUXILIAR***

## ***Manual de Identidad Gráfica***



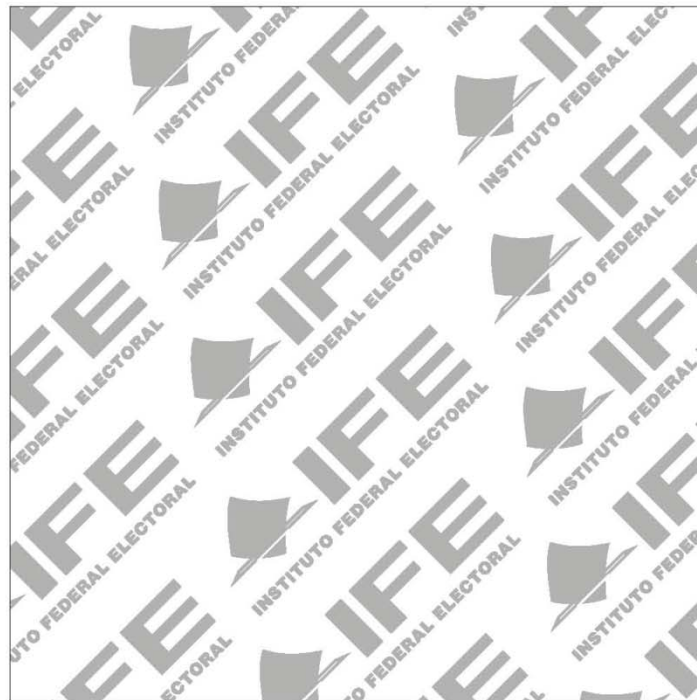
Son aquellos colores que se han seleccionado como auxiliares para todas las formas de comunicación del Instituto, como el color gris que se genera de un 30% de negro.



Cuando se pretenda utilizar un fondo de color o negro, se aplicará la imagen institucional en calado, siempre y cuando no interfiera con su legibilidad.

Se muestran aquí las combinaciones permisibles en las que el comportamiento de imagen institucional-fondo proporciona sobriedad visual a las comunicaciones gráficas que así lo requieran.

Estas formas de aplicación permiten flexibilidad de manejo dentro de un mismo sistema y son válidas únicamente para los casos en las que el fondo representa el total del área en donde se aplicará la imagen institucional. Bajo ningún concepto se podrán utilizar recuadros.



**Marca de agua**  
**Logotipo a 45° de inclinación**  
**30% de negro**

El único caso en que se permite otro elemento más cercano al símbolo, es cuando se aplique como pantalla o textura, previniendo su función como uso decorativo y no para propósitos de identificación. Cuando se utilice como cintillo, es decir, en una sola línea, el logotipo no deberá ser cortado.

Será utilizado como fondo de agua a un 30% de negro, a 45° de inclinación.



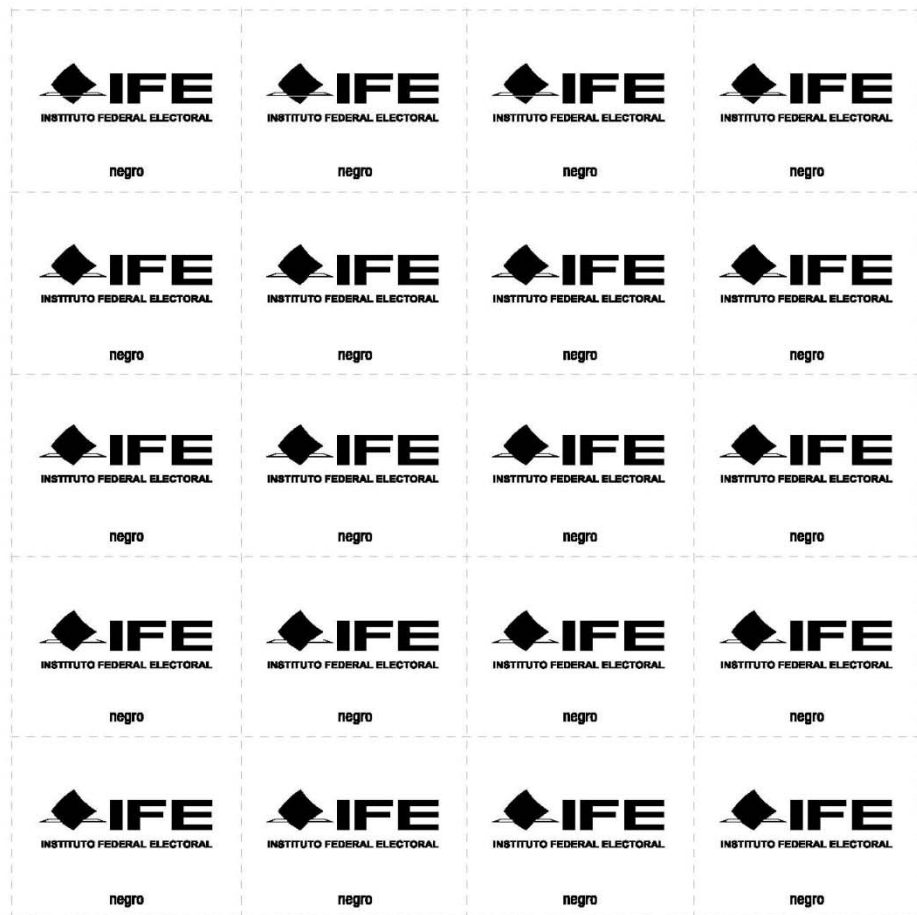
***PATRONES DE REPRODUCCIÓN***



# PATRONES DE REPRODUCCIÓN






















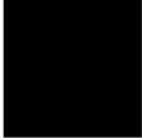
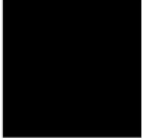


## Manual de Identidad Gráfica





# COLORES INSTITUCIONALES

## Manual de Identidad Gráfica

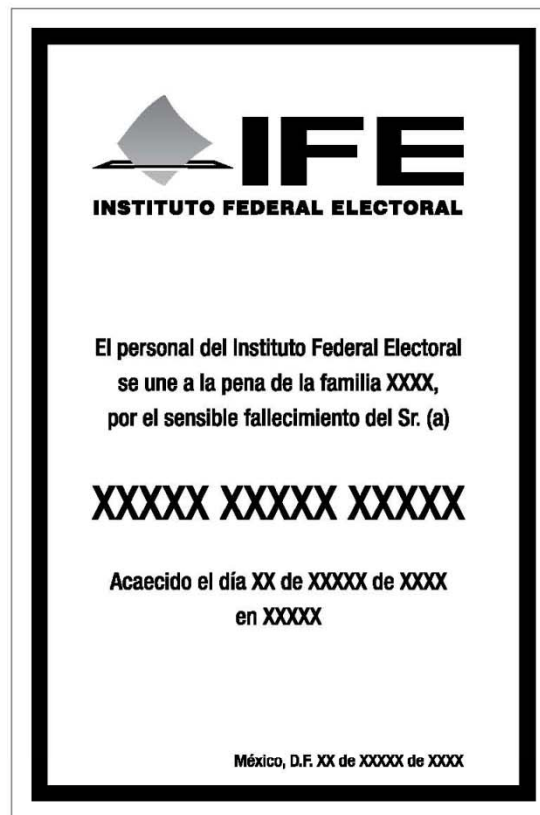
 PMS 4705c	 PMS 4705c	 PMS 4705c	 PMS 4705c	 PMS 4705c
 PMS 4705c	 PMS 4705c	 PMS 4705c	 PMS 4705c	 PMS 4705c
 PMS 4705c	 PMS 4705c	 PMS 4705c	 negro	 negro
 negro	 negro	 negro	 negro	 negro
 negro	 negro	 negro	 negro	 negro

## ***PUBLICACIONES INSTITUCIONALES***



A continuación se presentan los lineamientos para aplicar la imagen del Instituto a materiales de información interna, y se mencionan cuáles son los patrones de reproducción editorial.

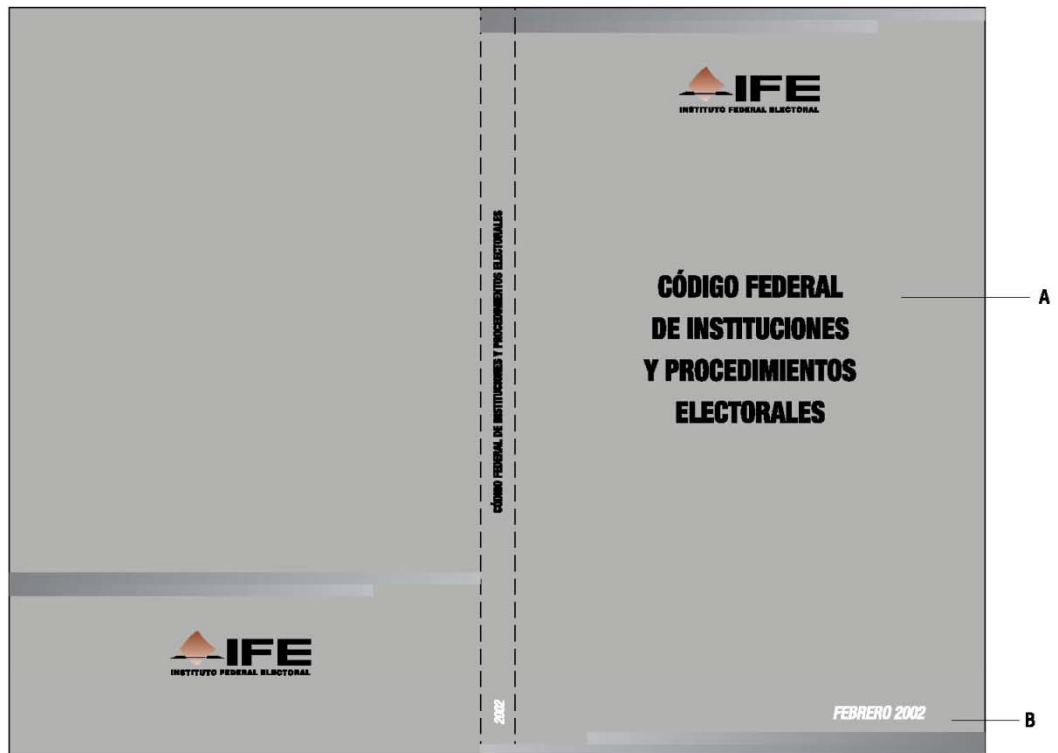




Para la esquila institucional, no se deberá utilizar ningún ícono religioso, ni deberá ir personalizada. Sólo se deberá incluir el logotipo del IFE, las condolencias y la fecha.

La publicación de la misma, se realizará previa autorización de la Coordinación Nacional de Comunicación Social, área que vigilará el cumplimiento de los lineamientos establecidos.

### COFIPE



Se presenta una portada que será utilizada como imagen del Instituto, que aplicará para todo tipo de publicación editorial institucional, no deberá firmar ningún departamento o filial.

La tipografía que se utilizará para la primera de forros y el lomo será:

**A)** HelveticaNeue BlackCond.

**B)** HelveticaNeue MediumCondObl.

### CONSTITUCIÓN POLÍTICA



Se presenta una portada que será utilizada como imagen del Instituto, que aplicará para todo tipo de publicación editorial institucional, no deberá firmar ningún departamento o filial.

La tipografía que se utilizará para la primera de forros y el lomo será:

- A) HelveticaNeue BlackCond.
- B) HelveticaNeue MediumCondObl.



## **PORTADA PARA DISCO COMPACTO**

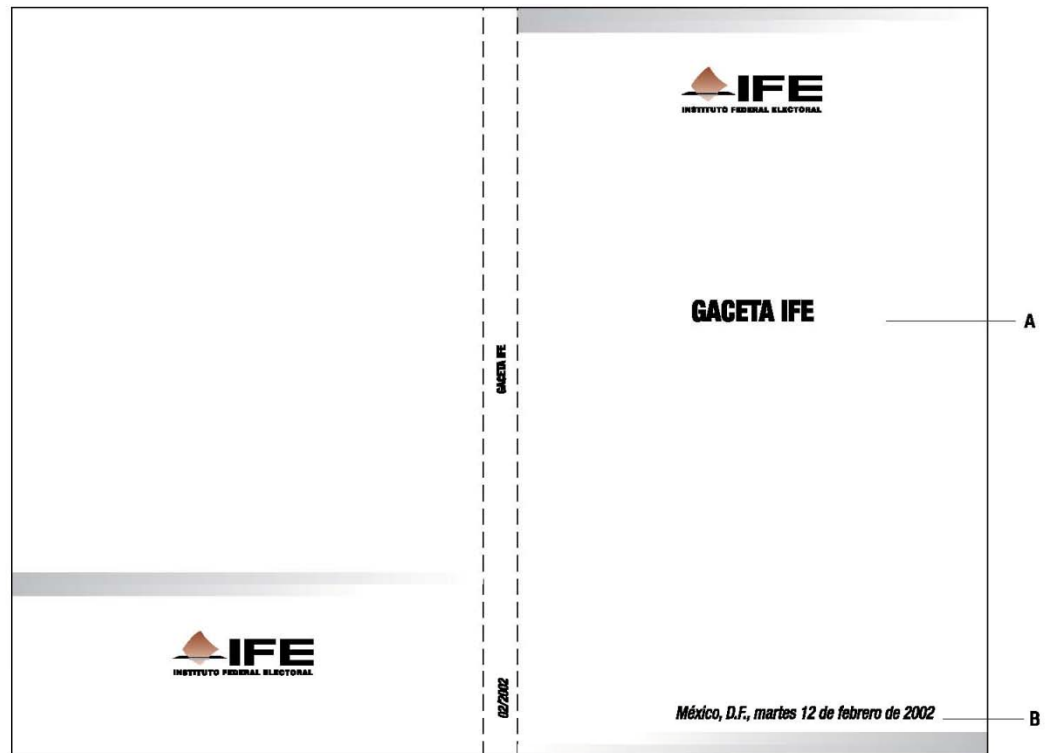


Se presenta una portada que será utilizada internamente como imagen del Instituto, la cual no deberá contener firmas de ningún departamento o filial.

La tipografía que se utilizará para la portada y el interior será:

HelveticaNeue BlackCond.

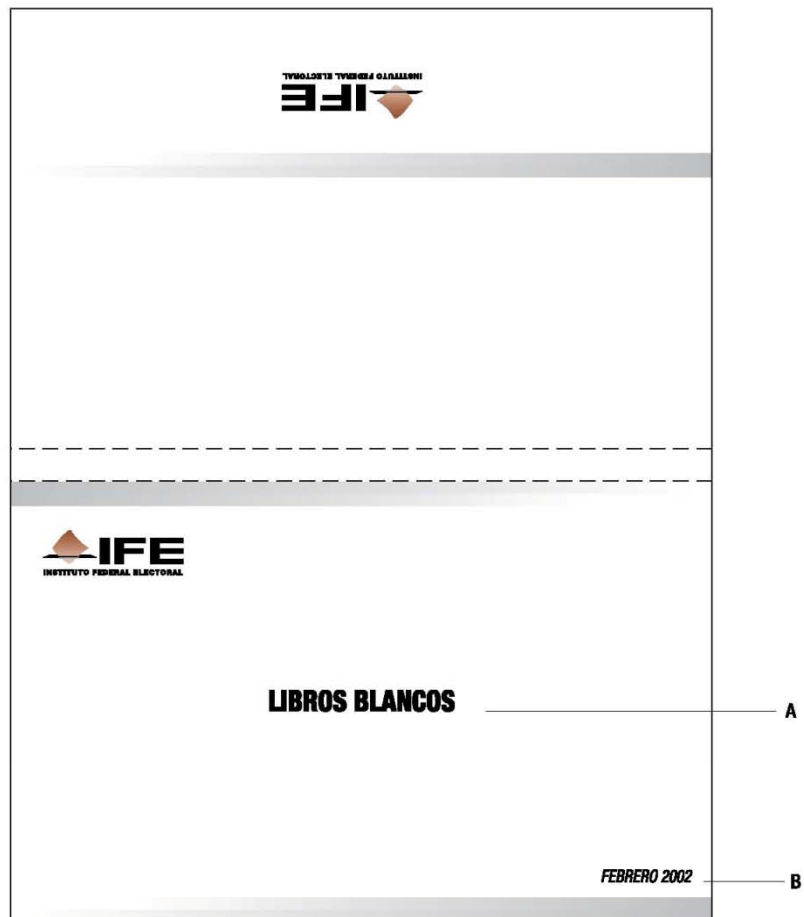
HelveticaNeue MediumCondObl.



Se presenta una portada que será utilizada como imagen del Instituto, que aplicará para todo tipo de publicación de Gaceta y otros ordenamientos electorales, no deberá firmar ningún departamento o filial.

La tipografía que se utilizará para la primera de forros y el lomo será:

- A) HelveticaNeue BlackCond.
- B) HelveticaNeue MediumCondObl.



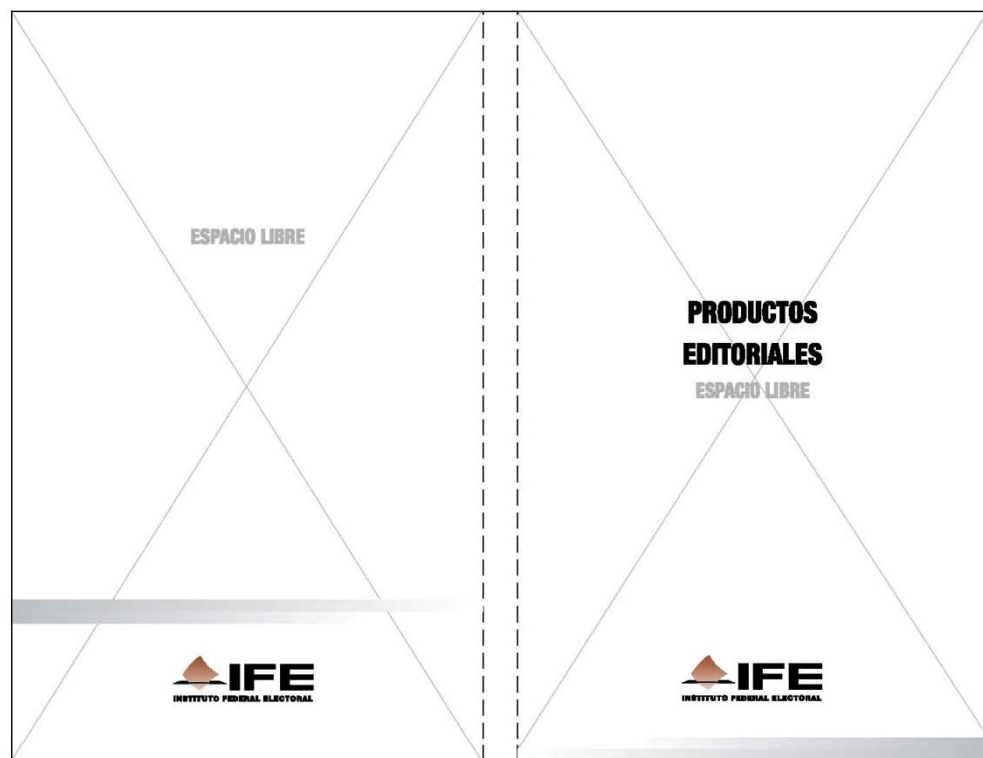
Se presenta una portada que será utilizada como imagen del Instituto, que aplicará para todo tipo de publicación de Libros Blancos y otros ordenamientos electorales, no deberá firmar ningún departamento o filial.

La tipografía que se utilizará para la portada será:

- A) HelveticaNeue BlackCond.
- B) HelveticaNeue MediumCondObl.

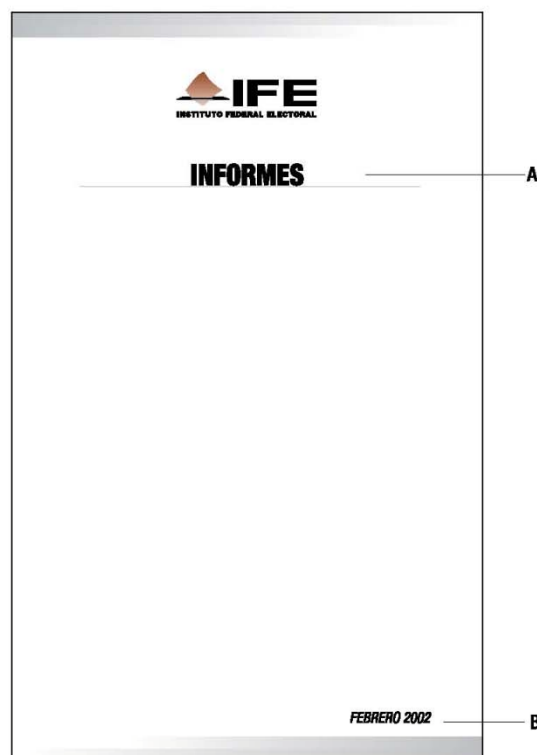
# PRODUCTOS EDITORIALES

## Manual de Identidad Gráfica



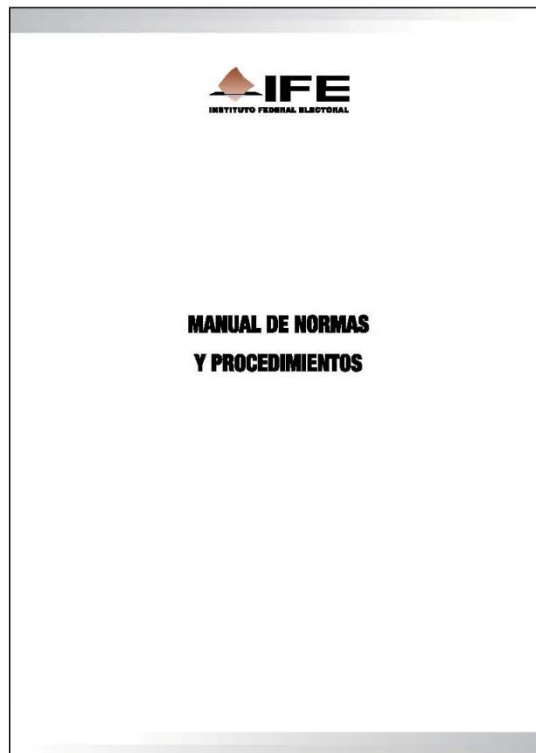
Se presenta una portada con lineamientos muy específicos, ya que este tipo de publicaciones no tendrán un mismo diseño de imagen aplicada a los forros del material. En este caso se señala el espacio donde podrán meter cualquier tipo de diseño, respetando la imagen y posición del logotipo del Instituto.

La tipografía que se utilizará para la portada y contraportada será: HelveticaNeue BlackCond.



Se presenta una portada que será utilizada internamente como imagen del Instituto, la cual no deberá contener firmas de ningún departamento o filial. Será aplicada a documentos como: Reglamentos, Lineamientos, Acuerdos e Informes.

La tipografía que se utilizará para la portada será:  
A) HelveticaNeue BlackCond.  
B) HelveticaNeue MediumCondObl.



Se presenta una portada que será utilizada internamente como imagen del Instituto, la cual no deberá contener firmas de ningún departamento o filial.

La tipografía que se utilizará para la portada será: HelveticaNeue BlackCond.

## ***APLICACIÓN DEL ESCUDO NACIONAL***



**A continuación se presentan en una forma simple y concreta el uso y aplicación del Escudo Nacional, como imagen oficial del Instituto.**





### Uso del Escudo Nacional

En ningún caso la imagen institucional del Instituto Federal Electoral sustituye al Escudo Nacional, el cual continuará utilizándose de acuerdo con las normas y procedimientos jurídicos vigentes.

Se sugiere que la utilización del Escudo Nacional, con la tipografía del Instituto Federal Electoral, se aplique en los siguientes documentos impresos:

- Actos en juicio o procedimiento ante órganos jurisdiccionales.
- Comunicaciones de carácter oficial dirigidas a los integrantes de la Administración Pública Central, al Ejecutivo Federal, a los otros Poderes de la Unión, a las autoridades de los estados de la federación y de los municipios, a los órganos a los que la Constitución Mexicana otorga autonomía y las universidades e instituciones de educación pública.
- Aquéllos de carácter diplomático, dirigidos a las autoridades de otros países y a organismos internacionales con personalidad reconocida por el derecho internacional.





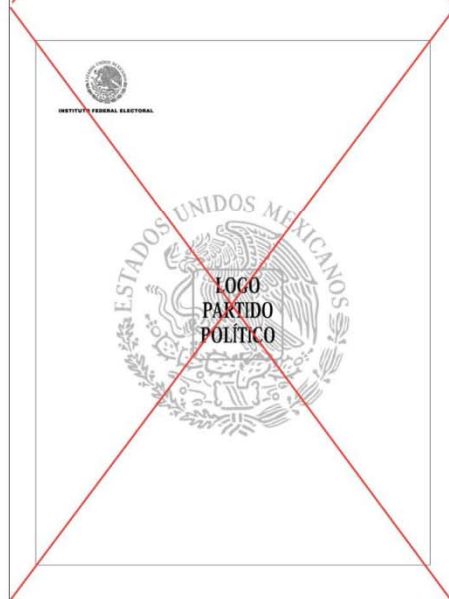
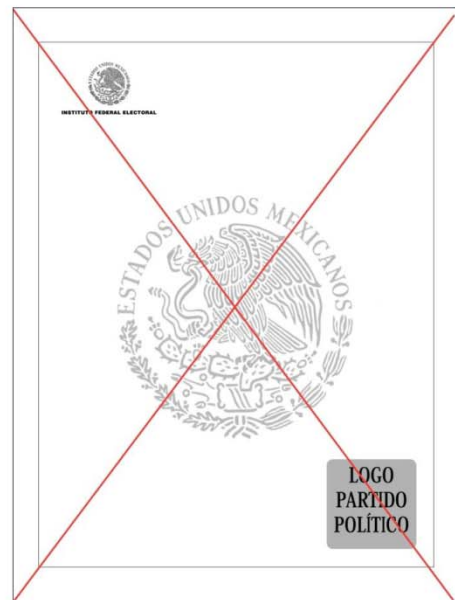
## **INSTITUTO FEDERAL ELECTORAL**

### **Uso del Escudo Nacional con la imagen institucional**

En el caso de aquellos formatos relativos a la documentación y a los materiales electorales que requieran manejar la imagen institucional acompañada además por el Escudo Nacional, estos serán sometidos por conducto de la Secretaría Ejecutiva a la aprobación del Consejo General, con base en la Ley Electoral vigente.

Todos los documentos y materiales deberán estar plenamente identificados de acuerdo con el presente Manual, ya sea con el Logotipo del IFE y/o con el Escudo Nacional.

## ***USOS***



## ***INCORRECTOS***

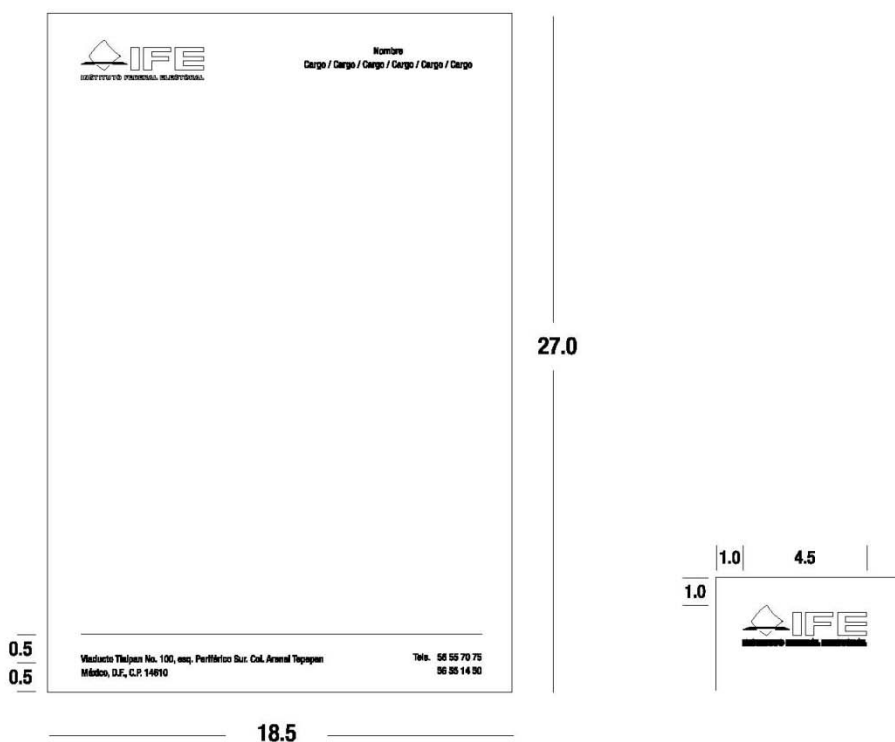
Por ningún motivo se debe utilizar la imagen del Instituto con el Escudo Nacional y los logotipos de los Partidos Políticos, con un acomodo diferente a lo estipulado en este manual.

## ***PAPELERÍA INSTITUCIONAL Y ADMINISTRATIVA***



A continuación se presenta en una forma simple y concreta el uso y aplicación del logotipo, así como la tipografía en la papelería del Instituto.





### Hoja membretada

Uso: Comunicaciones institucionales, Consejero Presidente, Consejeros Electorales, Secretario Ejecutivo, Directores Ejecutivos y Coordinadores de Unidades Técnicas.  
Tamaño: 18.5 x 27.0 cm.

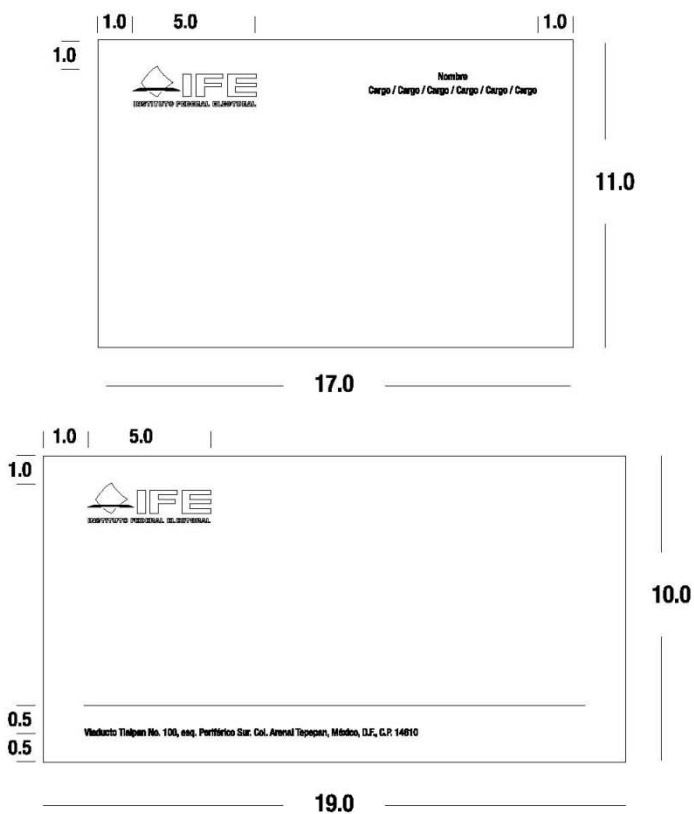
Papel: Opalina 44 kg.

Tipografía: HelveticaNeue MediumCond a 9 pts., en color negro, aplica en nombre, dirección y teléfonos.

Pleca: En color negro.

Logotipo: Grabado en realce sobre papel.

Impresión: Serigrafía.



### Tarjeta de escritorio

Tamaño: 17.0 x 11.0 cm.

Papel: Opalina 58 kg.

Tipografía: HelveticaNeue MediumCond a 9 pts., en color negro.

Logotipo: Grabado en realce sobre papel.

Impresión: Serigrafía.

### Sobre, diplomático

Tamaño: 19.0 x 10.0 cm.

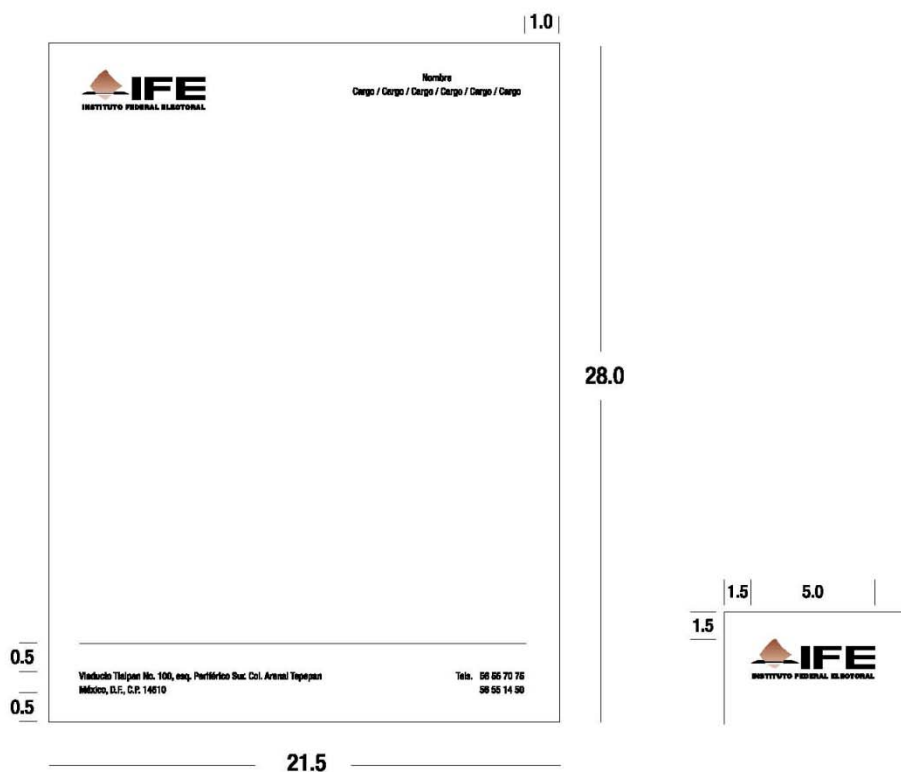
Papel: Opalina 44 kg.

Tipografía: HelveticaNeue MediumCond a 9 pts., en color negro.

Pleca: En color negro.

Logotipo: Grabado en realce sobre papel.

Impresión: Serigrafía.



### Hoja membretada

Uso: Comunicaciones institucionales, Consejero Presidente, Consejeros Electorales, Secretario Ejecutivo, Directores Ejecutivos, Coordinadores de Unidades Técnicas y Directores de Área.

Tamaño: 21.5 x 28.0 cm.

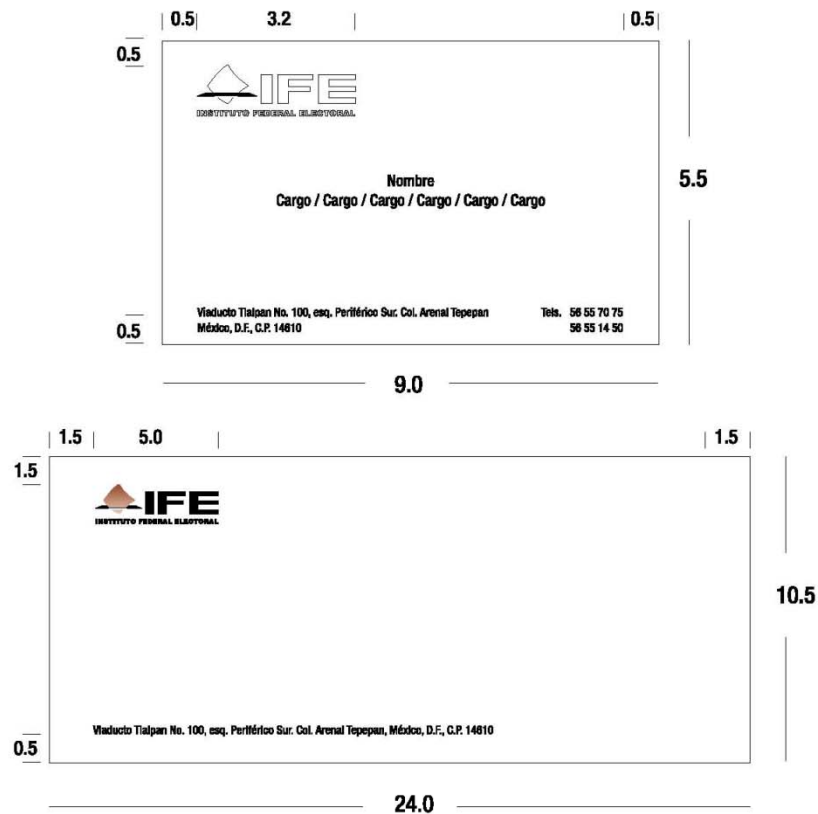
Papel: Opalina 44 kg.

Tipografía: HelveticaNeue MediumCond a 9 pts., en color negro, aplica en nombre, dirección y teléfonos.

Pleca: En color negro.

Logotipo: Impreso a 2 tintas (colores institucionales).

Impresión: Serigrafía.



### Tarjeta de presentación.

Tamaño: 9.0 x 5.5 cm.

Papel: Opalina 58 kg.

Tipografía: HelveticaNeue MediumCond a 8 pts., aplica en nombre y en dirección y teléfonos a 6 pts., en color negro en los 2 casos.

Logotipo: Grabado en realce sobre papel.

Impresión: Serigrafía.

### Sobre, tamaño esquila

Tamaño: 24.0 x 10.5 cm.

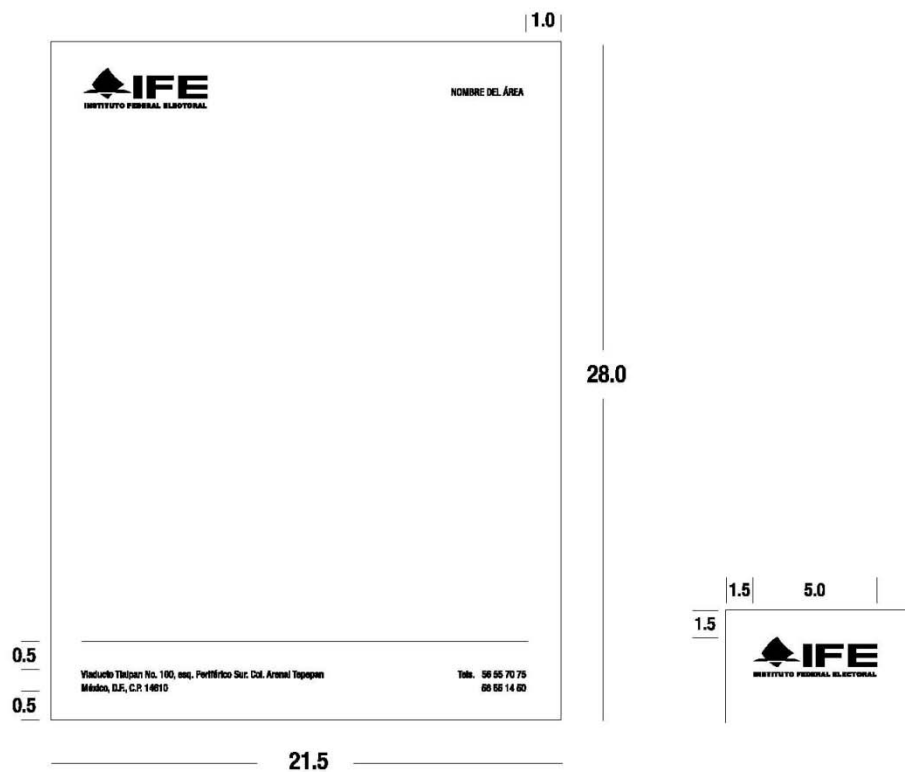
Papel: Opalina 44 kg.

Tipografía: HelveticaNeue MediumCond a 9 pts., en color negro.

Logotipo: Impreso a 2 tintas (colores institucionales).

Impresión: Serigrafía.





### Hoja membretada

Uso: Comunicaciones institucionales, Consejero Presidente, Consejeros Electorales, Secretario Ejecutivo, Directores Ejecutivos, Coordinadores de Unidades Técnicas y Directores de Área.

Tamaño: 21.5 x 28.0 cm.

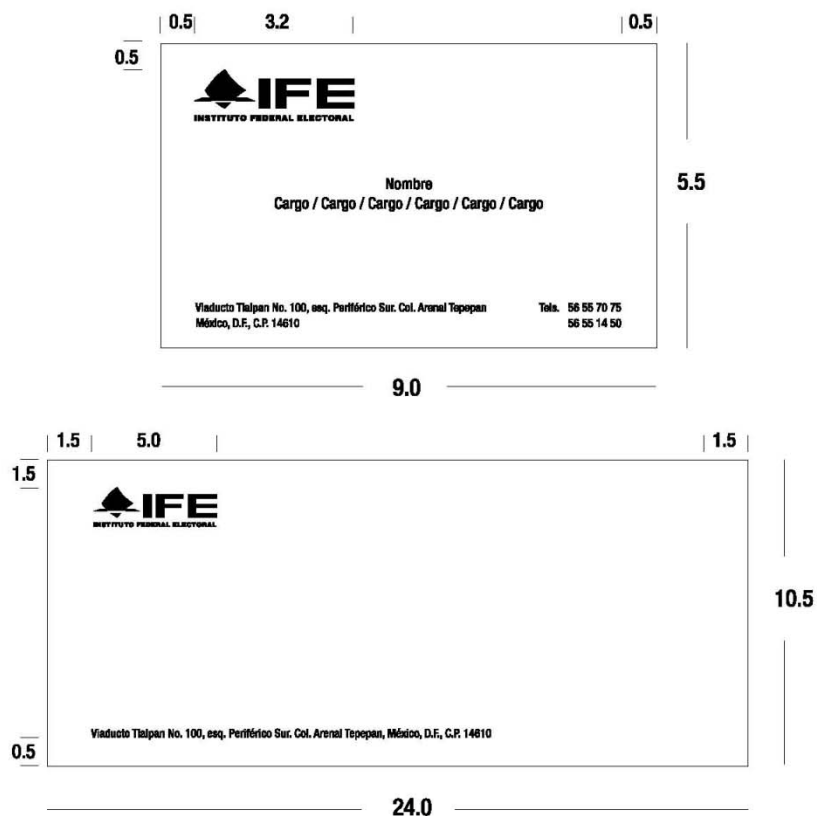
Papel: Bond.

Tipografía: HelveticaNeue MediumCond a 9 pts., en color negro, aplica en nombre, dirección y teléfonos.

Pleca: En color negro.

Logotipo: Impreso en color negro.

Impresión: Offset.



### Tarjeta de presentación

Tamaño: 9.0 x 5.5 cm.

Papel: Opalina 58 kg.

Tipografía: HelveticaNeue MediumCond a 8 pts., aplica en nombre y, en dirección y teléfonos a 6 pts., en color negro en los 2 casos.

Logotipo: Impreso en negro.

Impresión: Serigrafía.

### Sobre, tamaño esquila

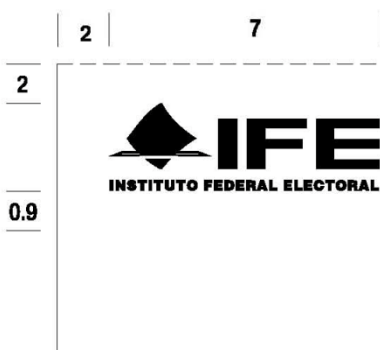
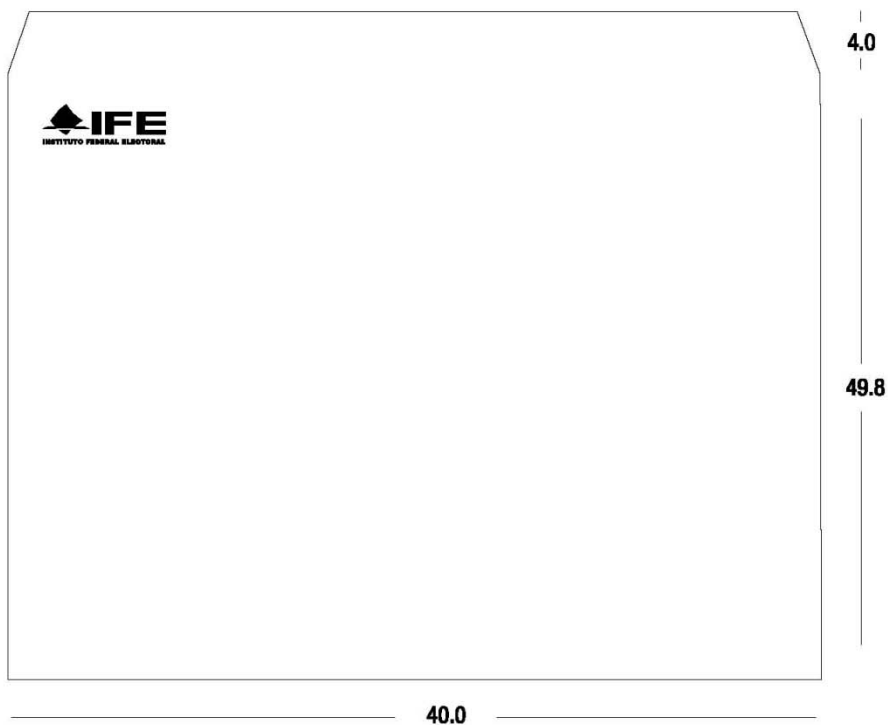
Tamaño: 24.0 x 10.5 cm.

Papel: Bond.

Tipografía: HelveticaNeue MediumCond a 9 pts., en color negro.

Logotipo: Impreso en negro.

Impresión: Offset.



**Sobre, tamaño doble carta**

**Uso: Institucional general.**

**Tamaño doblado 40.0 x 49.8 cm más 4.0 cm de pestaña.**

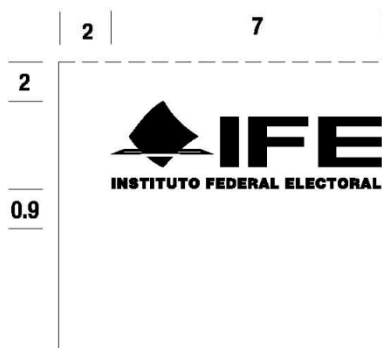
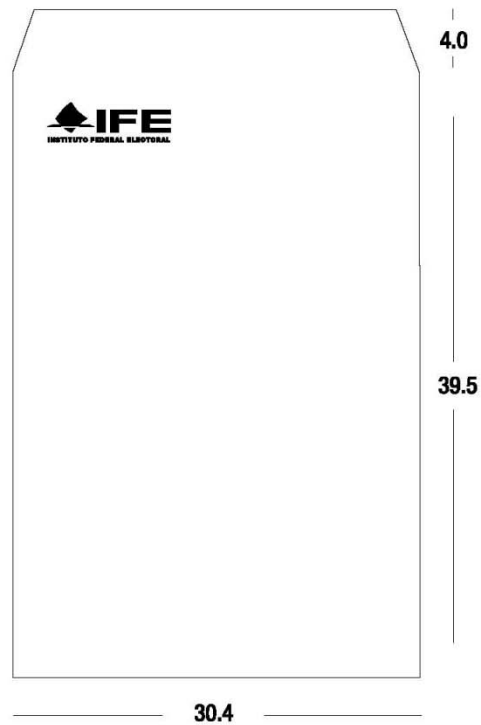
**Papel: Bond blanco de 44 kg.**

**Logotipo: Impreso en negro.**

**Impresión: Offset.**

# PAPELERÍA ORDINARIA

## Manual de Identidad Gráfica



### Sobre, tamaño oficio

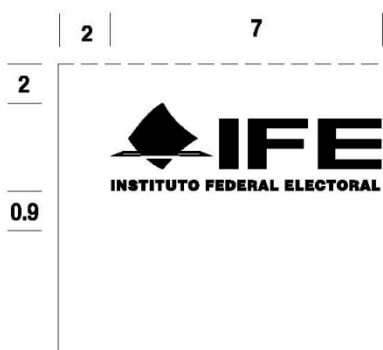
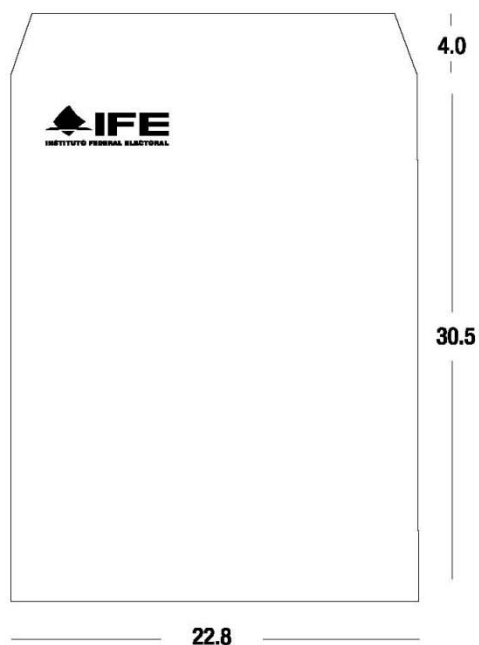
Uso: Institucional general.

Tamaño doblado 30.4 x 39.5 cm más 4.0 cm de pestaña.

Papel: Bond blanco de 44 kg.

Logotipo: Impreso en negro.

Impresión: Offset.



**Sobre, tamaño carta**

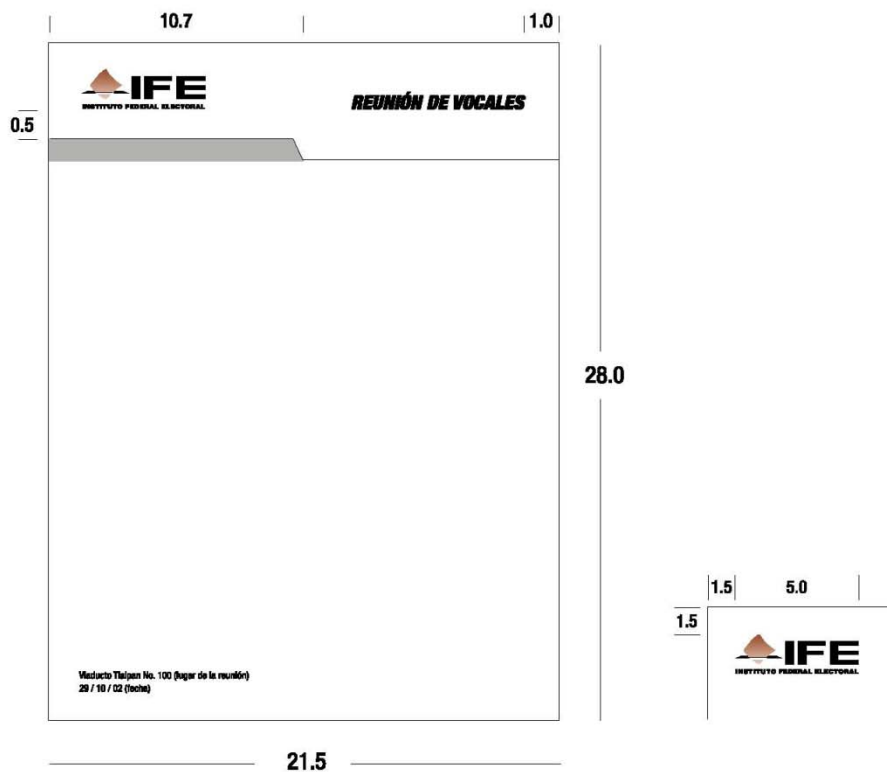
Uso: Institucional general.

Tamaño doblado 22.8 x 30.5 cm más 4.0 cm de pestaña.

Papel: Bond blanco de 44 kg.

Logotipo: Impreso en negro.

Impresión: Offset.



**Carátulas**

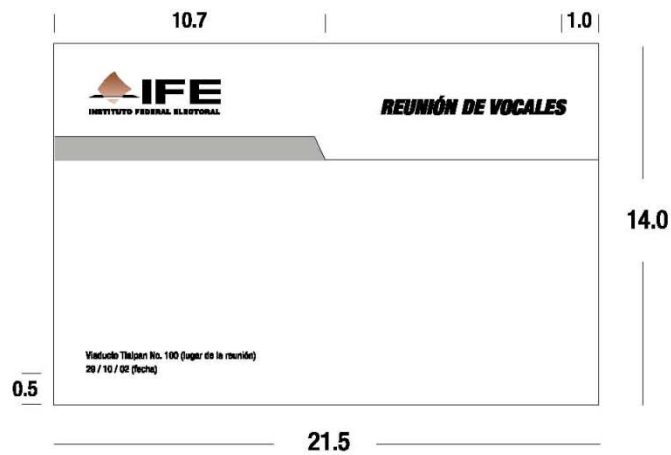
Tamaño: 21.5 x 28.0 cm.

Papel: Cartulina.

Tipografía: HelveticaNeue ExtBlackCondObl a 18 pts., en color negro, aplica en el encabezado  
HelveticaNeue MediumCond a 9 pts., en color negro, aplica en lugar y fecha.

Pleca: En color gris 30% de negro, out line en negro.

Logotipo: Impreso a 2 tintas (colores institucionales).



**Carátulas**

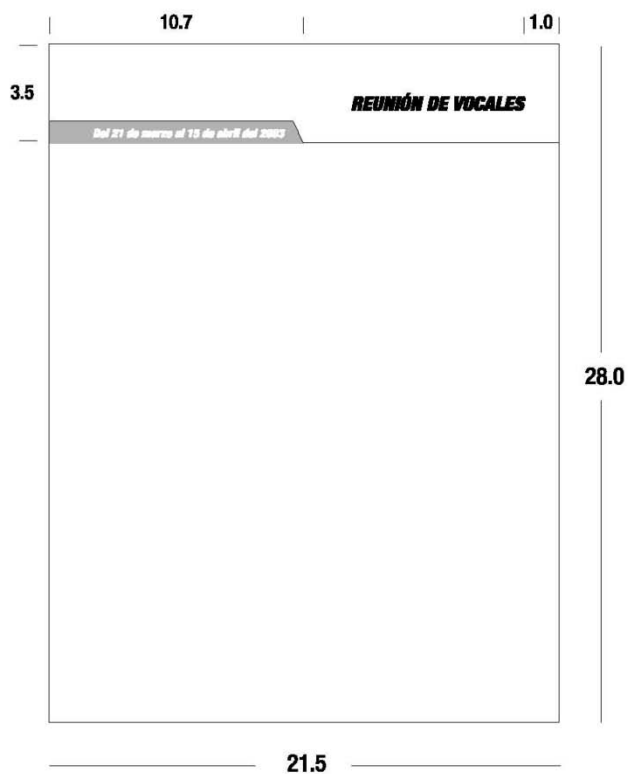
Tamaño: 21.5 x 14.0 cm.

Papel: Cartulina.

Tipografía: HelveticaNeue ExtBlackCondObl a 18 pts., en color negro, aplica en el encabezado  
HelveticaNeue MediumCond a 9 pts., en color negro, aplica en lugar y fecha.

Pleca: En color gris 30% de negro, out line en negro.

Logotipo: Impreso a 2 tintas (colores institucionales).



### **Interiores**

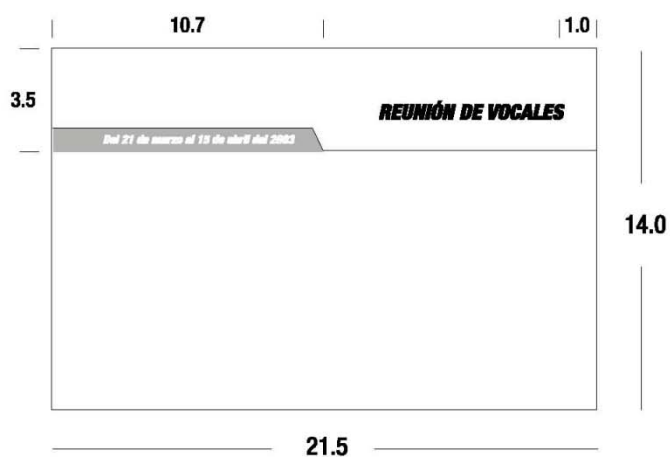
Tamaño: 21.5 x 28.0 cm.

Papel: Bond.

Tipografía: HelveticaNeue ExtBlackCondObl a 18 pts., en color negro, aplica en el encabezado.  
HelveticaNeue ExtBlackCondObl a 9 pts., calado en blanco, aplica en subcabeza.

Pieca: En color gris 30% de negro, out line en negro.






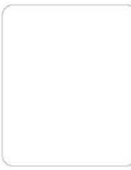
**Interiores**

Tamaño: 21.5 x 14.0 cm.

Papel: Bond.

Tipografía: HelveticaNeue ExtBlackCondObl a 18 pts., en color negro, aplica en el encabezado.  
HelveticaNeue ExtBlackCondObl a 9 pts., calado en blanco, aplica en subcabeza.



Pieca: En color gris 30% de negro, out line en negro.

	DIRECCIÓN EJECUTIVA DE ADMINISTRACIÓN	
	DIRECCIÓN DE PERSONAL	
	FOLIO	XXXX R.F.C. XXXXXXXXXXXXX
	FECHA DE ING.	XXXXXXXXXX
	NOMBRE	XXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXX XXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXX
	PUESTO	XXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXX
	ADSCRIPCIÓN	XXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXX XXXXXXXXXX
	CLAVE	XXXXXXXXXXXXXXXXXX

6

8.5

ESTA CREDENCIAL ES INTRANSFERIBLE Y SU TITULAR SE COMPROMETE A SU DEVOLUCIÓN A PETICIÓN EXPRESA DE LA INSTITUCIÓN.

DOMICILIO PARTICULAR		REFRENIDOS 02 03 04 05
CALLE	XXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXX	
COLONIA	XXXXXXXXXX	
DELEG.	XXXXXXXX C.P. XXXXXX	
CIUDAD	XXXXXXXXXX	
FECHA	XXXXXXXXXXXXXXXXXX	
 		
FIRMA DEL EMPLEADO		DIRECTOR DE PERSONAL

### Credenciales

Uso: General.

Tamaño: 8.5 x 6 cm.

Papel: Opalina plastificada.

Logotipo: Impreso a 2 tintas (colores institucionales).

Plecas: Degradé del 30% de negro a blanco.

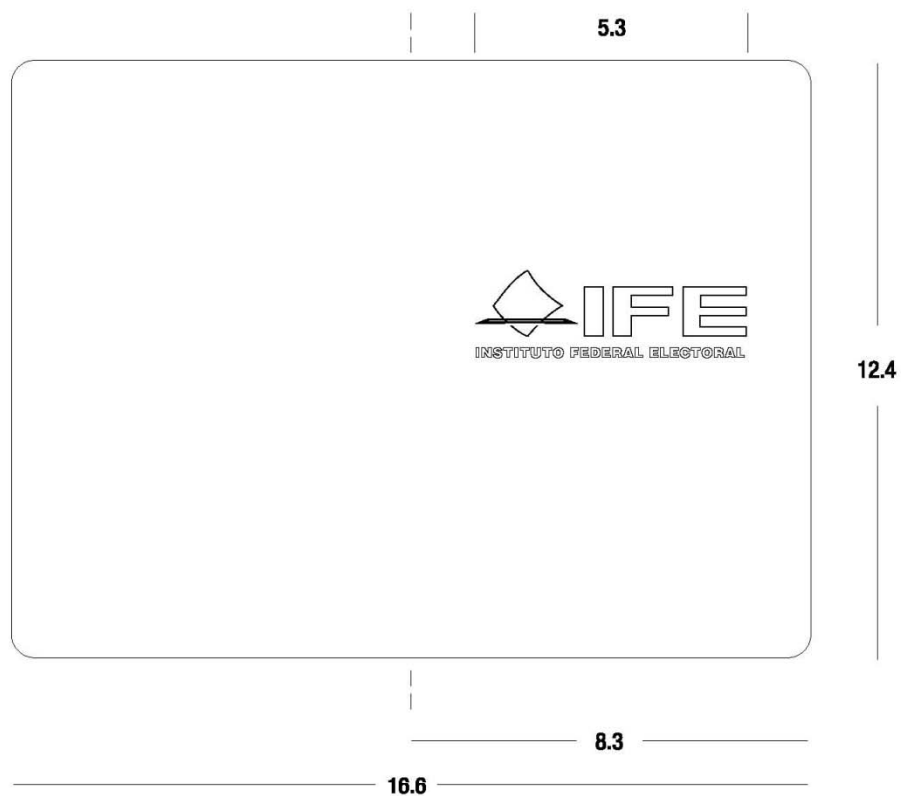
Tipografía: HelveticaNeue MediumCond  
HelveticaNeue BoldCondItalic.

CTO.		IMPORTE		CTO.		IMPORTE	

8

12

**Recibos de nómina**  
Uso: General.  
Tamaño: 12 x 8 cm.  
Papel: Bond.  
Logotipo: Impreso en negro.  
Plecas: Degradé del 30% de negro a blanco.  
Tipografía: HelveticaNeue MediumCond  
HelveticaNeue BoldCondItalic.



### Identificación oficial

**Uso:** Consejero Presidente, Consejeros Electorales, Secretario Ejecutivo, Directores Ejecutivos, Directores de Área y Mandos Medios.

**Tamaño:** 8.3 x 12.4 cm.

**Material:** Piel café.

**Logotipo:** Grabado en realce sobre piel.

**Nota:** Los interiores de la identificación están sujetos a las normas oficiales establecidas.

## ***IDENTIDAD FORMAL***

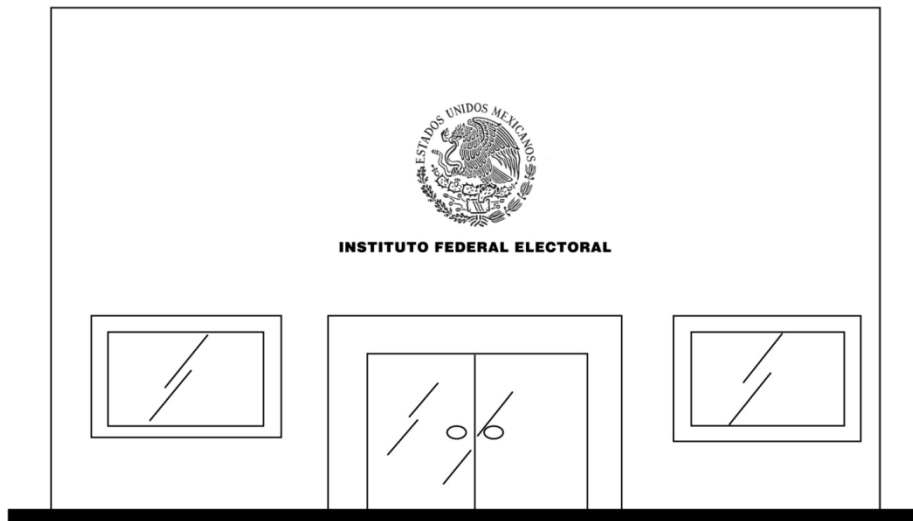


**A continuación se presenta en una forma simple y concreta la aplicación del logotipo y colores auxiliares para fachadas de edificios y módulos del Instituto.**



# EDIFICIOS INSTITUCIONALES

## Manual de Identidad Gráfica



### Edificios de oficinas centrales

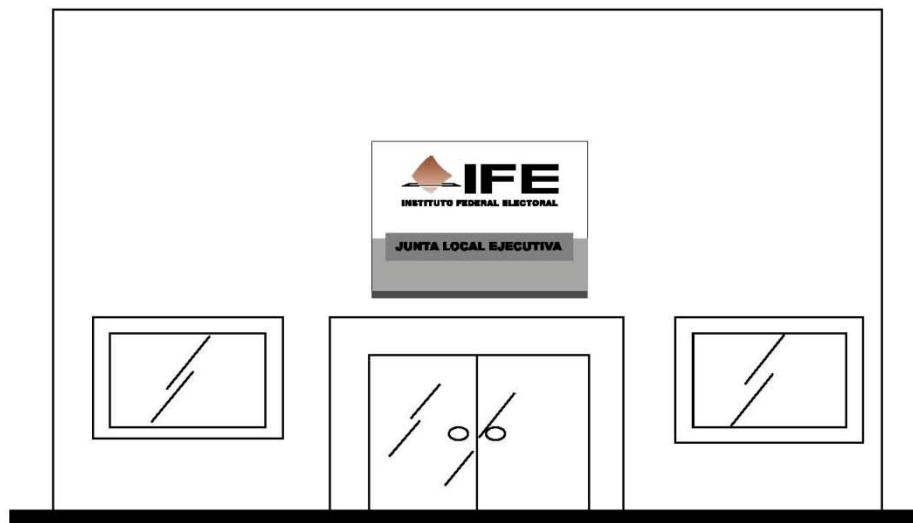
Uso: Institucional general.

Color de fachada: Blanco.

Logotipo: Se manejará el Escudo Nacional con la tipografía del Instituto Federal Electoral el cual no deberá de modificarse en su aplicación y material.

Material: Latón.

El tamaño para el uso del logotipo deberá ser ajustado a la necesidad de cada uno de los inmuebles del Instituto.



### Edificios de oficinas de órganos desconcentrados

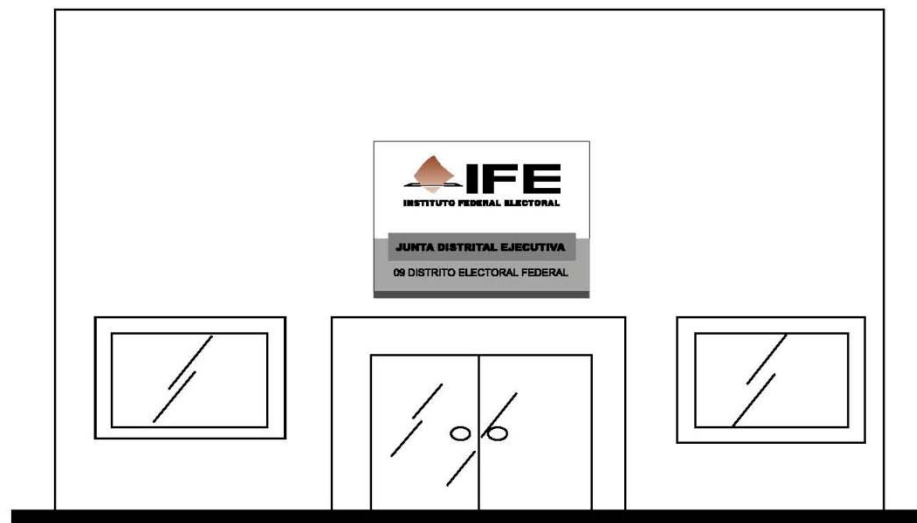
Uso: Institucional general.

Color de fachada: Blanco.

Logotipo: Se manejará el logotipo del Instituto

Federal Electoral con la tipografía auxiliar: Arial Black.

El tamaño para el uso del logotipo deberá ser ajustado a la necesidad de cada uno de los inmuebles del Instituto.



### Edificios de oficinas de órganos desconcentrados

Uso: Institucional general.

Color de fachada: Blanco.

Logotipo: Se manejará el logotipo del Instituto

Federal Electoral con la tipografía auxiliar: Arial Black.

El tamaño para el uso del logotipo deberá ser ajustado a la necesidad de cada uno de los inmuebles del Instituto.



## ***SIMBOLOGÍA Y SEÑALAMIENTO***



A continuación se presenta en una forma simple y concreta el señalamiento externo e interno de los edificios que comprenden al Instituto.





A)



B)



C)

**Construcción y aplicación**

Estas señalizaciones se proponen con base en las necesidades del Instituto. El logotipo siempre se aplicará del lado izquierdo para mantener unidad y se ha dividido en 3 tipos:

**A) Señalización periférica.** Esta señalización es externa e indica a la población en dónde se encuentra el Instituto Federal Electoral.

**B) Señalización de edificios.** Permite identificar más rápido cualquier edificio del Instituto.

**C) Señalización interna.** Identifica las áreas internas del Instituto.



**Señalización periférica**

El logotipo siempre se mantendrá del lado izquierdo a la proporción según el tamaño indicado.

Uso: Institucional general.

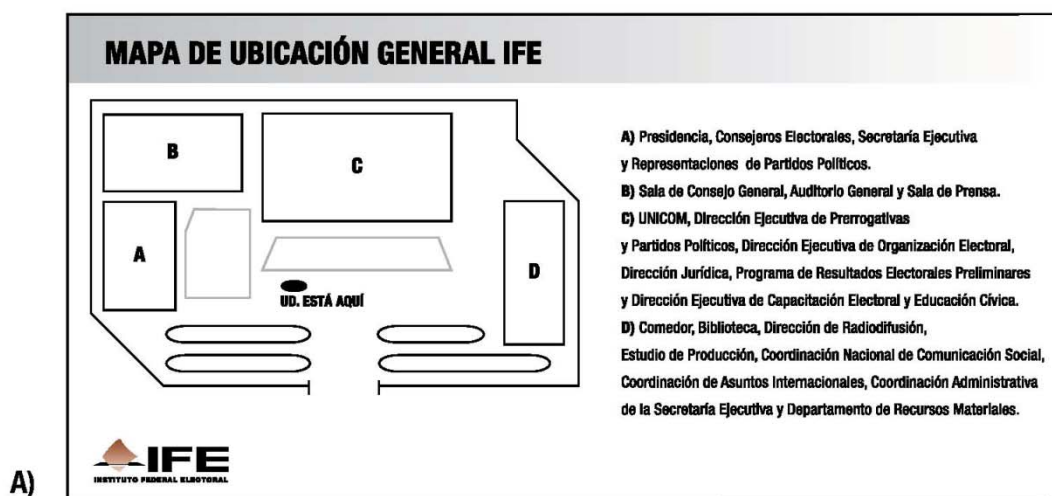
Material: Lámina.

Tamaño: 70 x 30 cm.

Logotipo: Impreso a 2 tintas (colores institucionales).

Pleca: Degradé del 30% de negro a blanco.

Flecha: Color negro.



### A) Mapa de ubicación general

Uso: Institucional general externa.

Material: Lámina.

Tamaño: 1.40 m x 60 cm.

Logotipo: Impreso a 2 tintas (colores institucionales).

Pleca: Degradé del 30% de negro a blanco.

Tipografía: se aplicará en color negro 100% en HelveticaNeue MediumCond para cuerpo de texto y HelveticaNeue BoldCond para cabezas. (Tamaño a proporción como se muestra).

### B) Placa de señalización para edificios

Uso: Institucional general externa.

Material: Acrílico.

Tamaño: 60 x 20 cm.

Logotipo: Impreso a 2 tintas (colores institucionales).

Pleca: Degradé del 30% de negro a blanco.

Tipografía: se aplicará en color negro 100% en HelveticaNeue MediumCond para cuerpo de texto y HelveticaNeue BoldCond para destacar el edificio. (Tamaño a proporción como se muestra).



### A) Señalización interna

El logotipo siempre se mantendrá del lado izquierdo a la proporción según el tamaño indicado.

Uso: Institucional general interna.

Material: Acrílico.

Tamaño: 60 x 20 cm.

Logotipo: Impreso a 2 tintas (colores institucionales).

Pleca: Degradé del 30% de negro a blanco.

Tipografía: se aplicará en color negro 100% en HelveticaNeue BoldCond para destacar el área interna.

### B) Señalización interna

El logotipo siempre se mantendrá del lado izquierdo a la proporción según el tamaño indicado.

Uso: Institucional general interna.

Material: Acrílico.

Tamaño: 60 x 20 cm.

Logotipo: Impreso a 2 tintas (colores institucionales).

Pleca: Degradé del 30% de negro a blanco.

Tipografía: se aplicará en color negro 100% en HelveticaNeue BoldCond para destacar área.



**Señalización de seguridad**

Esta función comprende la elaboración e instalación de señales de tipo informativo, prohibitivo, restrictivo, preventivo y obligatorio, en todos los inmuebles de las dependencias de los sectores público, privado y social, homogenizando colores, tamaños, tipo de material y figuras, conforme a la Norma Mexicana existente sobre la materia.

**Nota:** Las necesidades de señalización de tipo informativo, prohibitivo, restrictivo, preventivo y de seguridad deberán aplicarse conforme a las normas del área de protección civil.

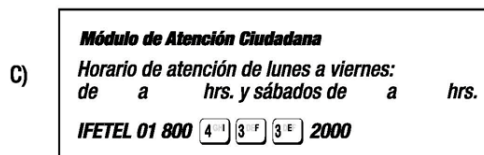
## ***MÓDULOS DE ATENCIÓN CIUDADANA***



A continuación se presenta la aplicación de la imagen del Instituto a los módulos de atención ciudadana, y se mencionan las categorías en que estos se dividen.



# MATERIAL EXTERNO PARA MÓDULOS



**A)** Caja de luz 2.40 m x 80 cm (acrílico).

Logotipo: deberá de colocarse en la parte superior izquierda respetando tamaño y colores. (El tamaño depende de la proporción de la marquesina).

Tipografía: Arial Black / calada en placa color negro 100%.  
Credencial: Trazo de la credencial al 30% de negro en posición inferior derecha.

#### Caballete

**B)** Distintivo de módulo 90 x 60 cm (acrílico).

Logotipo: deberá de colocarse en la parte superior izquierda respetando tamaño y colores. (El tamaño depende de la proporción de caballete).

Credencial: Trazo de la credencial al 30% de negro en posición superior derecha.

Tipografía: Arial Black / calada en placa color negro 100%.

**C)** Placa informativa 90 x 30 cm (acrílico).

Tipografía: HelveticaNeue ExtBlackCondObl en color negro, aplica en el encabezado.

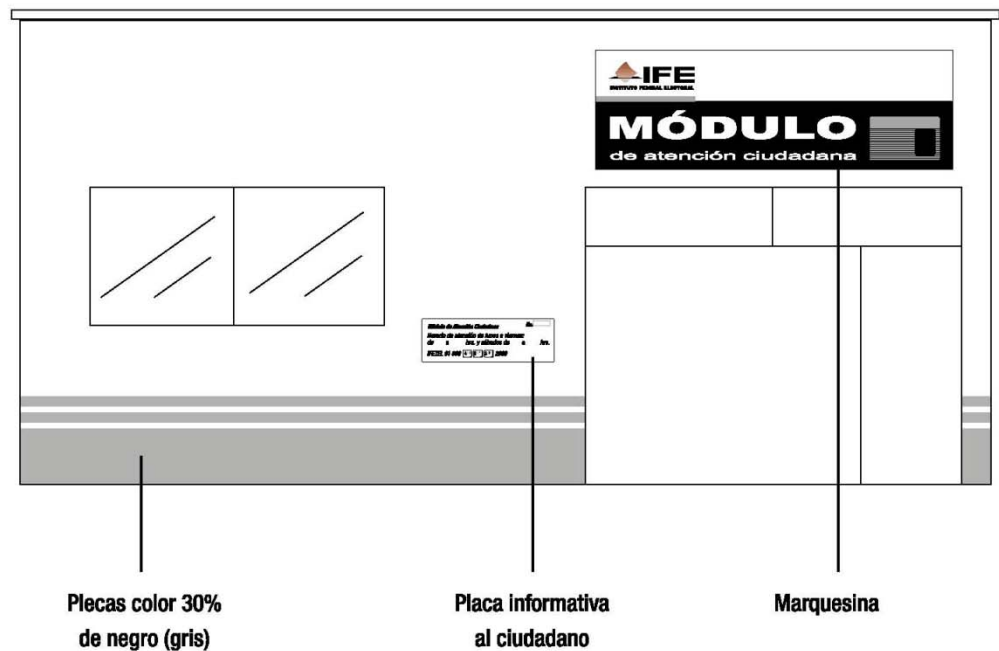
HelveticaNeueBoldCond en color negro, aplica en horario así como en teléfono.

**Nota:** La elaboración de este material, se realizará previa autorización de la Dirección Ejecutiva del Registro Federal de Electores, área responsable de vigilar el cumplimiento de los estándares establecidos.



# MÓDULOS DE ATENCIÓN CIUDADANA

Manual de Identidad Gráfica



## Módulo Categoría 1 (Módulos con fachada)

Los módulos tienen una unidad gráfica integral, la cual no se podrá modificar en ninguno de sus casos.

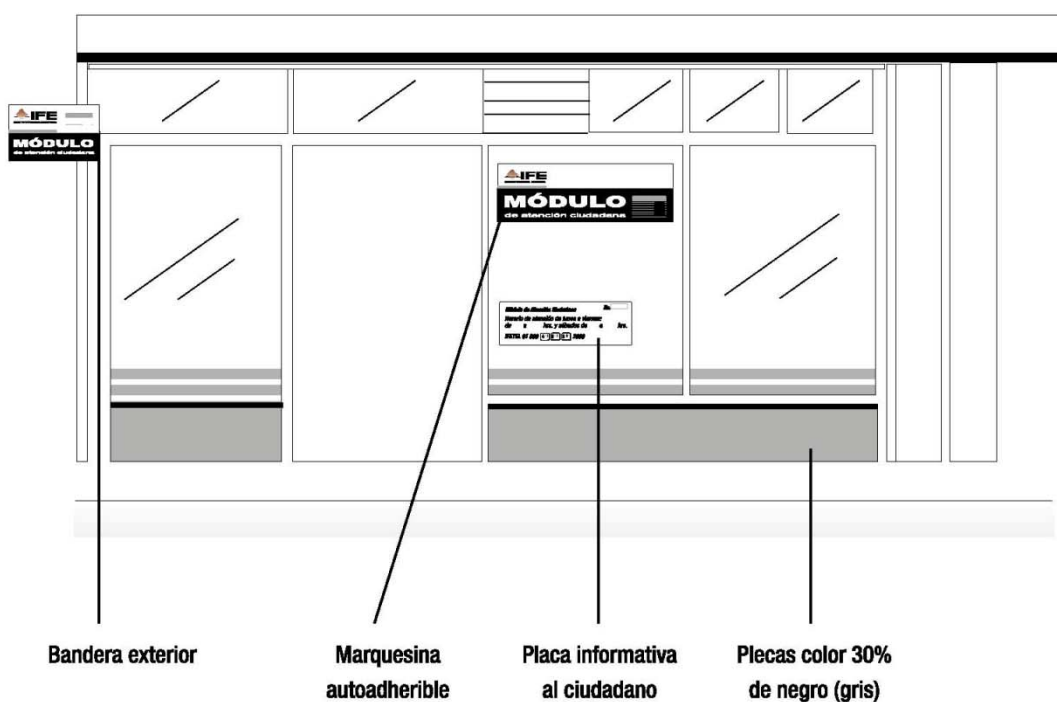
Este tipo de módulos comprenden las siguientes especificaciones:

Fachada blanca, pecca gris 30% del negro a 65 cm de altura, placa informativa a 1.20 m del piso y caja de luz como marquesina en la parte superior del acceso.

**Nota:** La Dirección Ejecutiva del Registro Federal de Electores será el área responsable de vigilar el cumplimiento de los estándares establecidos.

# MÓDULOS DE ATENCIÓN CIUDADANA

## Manual de Identidad Gráfica



### Módulo Categoría 2 (Módulos con ventanales)

Los módulos tienen una unidad gráfica integral, la cual no se podrá modificar en ninguno de sus casos.

Este tipo de módulo comprende las siguientes especificaciones:

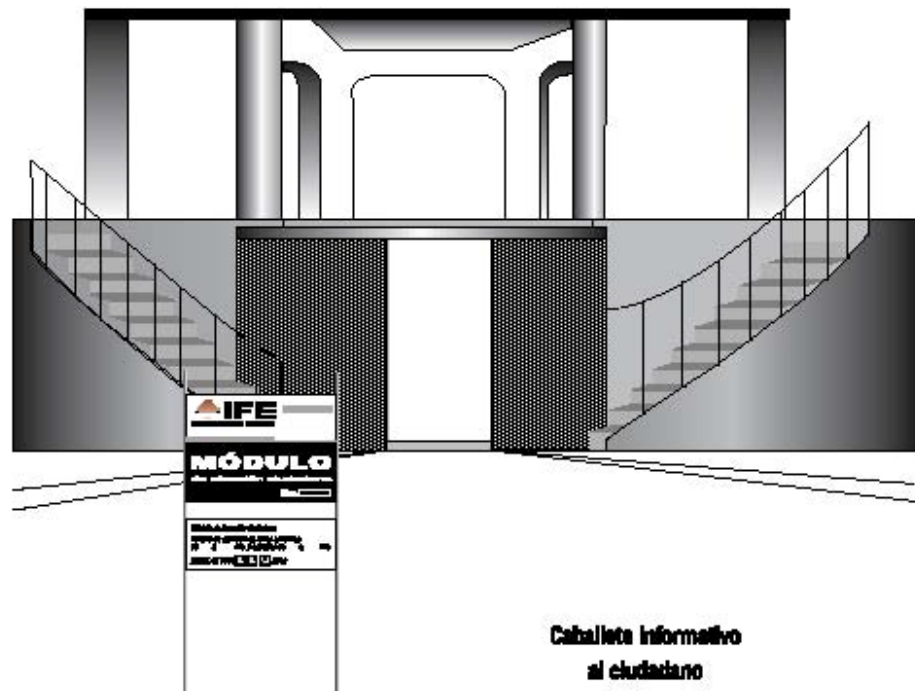
Pleca gris 30% del negro a 65 cm de altura, placa informativa a 1.20 m del piso, bandera exterior y distintivo de módulo.

(Estos materiales se aplicarán en autoadherible).

**Nota:** La elaboración de este material, se realizará previa autorización de la Dirección Ejecutiva del Registro Federal de Electores, área responsable de vigilar el cumplimiento de los estándares establecidos.

# MÓDULOS DE ATENCIÓN CIUDADANA

Manual de Identidad Gráfica



Marquecina de caballete

Caballete informativo  
al ciudadano

## Módulo Categoría 3 (Módulos no fijos)

Los módulos tienen una unidad gráfica integral, la cual no se podrá modificar en ninguno de sus casos.

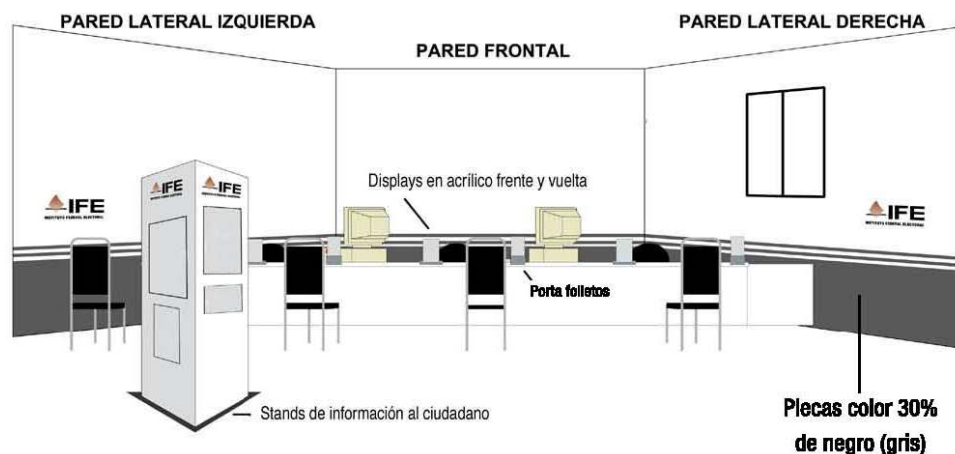
Este tipo de módulo comprende las siguientes especificaciones:

Distintivo de módulo en caballete de 90 x 60 cm.

Placa informativa de 90 X 30 cm.

El caballete se ubicará en un lugar visible.

**Nota:** La elaboración de este material, se realizará previa autorización de la Dirección Ejecutiva del Registro Federal de Electores, área responsable de vigilar el cumplimiento de los estándares establecidos.



Placa con logotipo

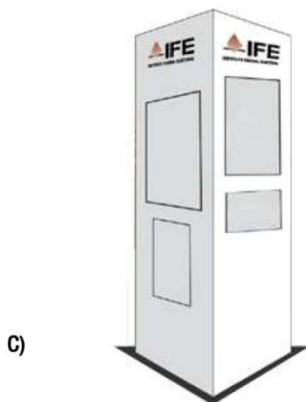
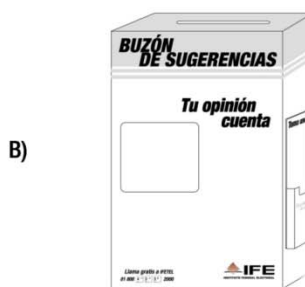
### Interior de módulos

Los módulos tienen una unidad gráfica integral, la cual no se podrá modificar en ninguno de sus casos.

El interior de los módulos comprenden las siguientes especificaciones:

Pleca gris 30% del negro a 65 cm de altura, placa con logotipo que mide 25 x 13 cm y a 1.00 m del piso, material auxiliar como: Stand, Portafolletos y Display.

**Nota: La elaboración de este material, se realizará previa autorización de la Dirección Ejecutiva del Registro Federal de Electores, área responsable de vigilar el cumplimiento de los estándares establecidos.**



### Material interno

**A)** Display 15 x 25 cm; el impreso interior se aplicará a la campaña vigente.

**B)** Buzón 20 x 30 / 15 cm; el diseño se aplicará a la campaña vigente guardando unidad con la imagen interna de los módulos.

**C)** Stand informativo 50 cm x 1.75 m; se aplican tres logotipos en la parte superior en colores institucionales. El diseño podrá variar de acuerdo con las necesidades de cada módulo.

**D)** Portafolletos 10 x 19 cm (acrílico); se aplica el logotipo en sus colores institucionales y a la proporción necesaria.

**Nota:** La elaboración de este material, se realizará previa autorización de la Dirección Ejecutiva del Registro Federal de Electores, área responsable de vigilar el cumplimiento de los estándares establecidos.

# **GAFETES PARA PERSONAL DE MÓDULO**

*Manual de Identidad Gráfica*



Los colores de los gafetes podrán variar de acuerdo con la jerarquía del personal, y el Registro Federal de Electores será el área encargada de implementar dichos lineamientos.

Se manejarán tres diferentes gafetes:

- A)** Auxiliar de módulo.
- B)** Operador de equipo tecnológico.
- C)** Responsable de módulo.

**Nota:** La elaboración de este material, se realizará previa autorización de la Dirección Ejecutiva del Registro Federal de Electores, área responsable de vigilar el cumplimiento de los estándares establecidos.

# SEÑALIZACIÓN PERIFÉRICA PARA MÓDULOS

Manual de Identidad Gráfica

A)



A) Placa de señalización 70 x 30 cm.

Logotipo: deberá de colocarse en la parte superior izquierda respetando su proporción y color.

Tipografía: Arial Black / calada en placa color negro 100%.

Credencial: Trazo de la credencial al 30% de negro en posición inferior derecha.

Flecha: Color negro 100%.

Material: Lámina.

**Nota: La elaboración de este material, se realizará previa autorización de la Dirección Ejecutiva del Registro Federal de Electores, área responsable de vigilar el cumplimiento de los estándares establecidos.**

# SEÑALIZACIÓN INTERNA PARA MÓDULOS

Manual de Identidad Gráfica



A) Placa de señalización 90 x 30 cm.

En ambas señalizaciones se deberán seguir los siguientes lineamientos.

Logotipo: deberá de colocarse en la parte superior izquierda respetando su proporción y color.

Credencial: Trazo de la credencial al 30% de negro en posición inferior derecha.

Tipografía: Arial Black / calada en placa color negro 100%.

**Nota: La elaboración de este material, se realizará previa autorización de la Dirección Ejecutiva del Registro Federal de Electores, área responsable de vigilar el cumplimiento de los estándares establecidos.**



## ***TRANSPORTE***



**A continuación se presentan las aplicaciones de imagen en los medios de transporte del Instituto.**



# MÓDULOS MÓVILES

## Manual de Identidad Gráfica



CAMIÓN DE ARRASTRE 2.5  
(Lateral izquierdo)

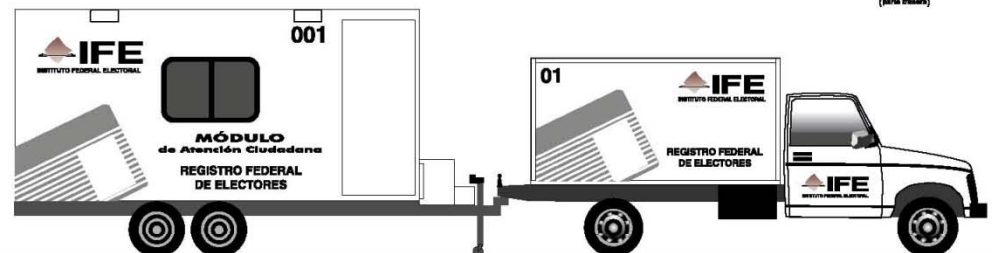
REMOLQUE  
(Lateral izquierdo)



CAMIÓN DE ARRASTRE 2.5  
(Parte trasera)



REMOLQUE  
(parte trasera)



REMOLQUE  
(Lateral derecho - con parte de acceso)

CAMIÓN DE ARRASTRE 2.5  
(Lateral derecho)

### Camioneta de arrastre y remolque

El logotipo del IFE se aplicará de la siguiente manera:

Camioneta: En las puertas.

Caja de camión: Por ambos costados, en la parte superior, como se muestra en la ilustración.

Remolque: Por ambos costados, en la parte superior, como se muestra en la ilustración.

El ícono de la credencial se aplicará de la siguiente manera:

Caja de camión: Por ambos costados, en la parte inferior, como se muestra en la ilustración.

Remolque: Por ambos costados, en la parte inferior, como se muestra en la ilustración.

En la parte trasera, tanto de la caja del camión como del remolque, se aplicará la credencial en forma de Bobina (textura), con una inclinación de 20°, como se muestra en la ilustración. El material a utilizar deberá ser vinil autoadherible.

Tipografía: Arial Black.

# MÓDULOS SEMIFIJOS

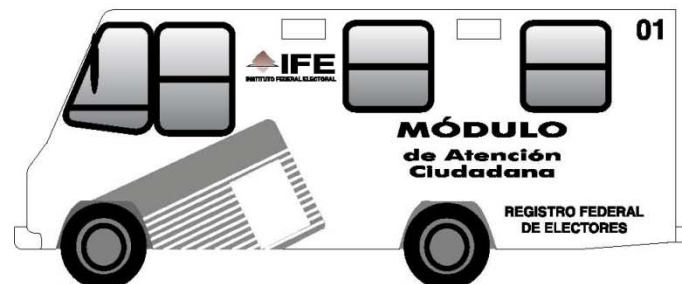
## Manual de Identidad Gráfica



UNIDAD MÓVIL TIPO VANNET  
(Lateral derecho con puerta de acceso)



UNIDAD MÓVIL TIPO VANNET  
(parte trasera)



UNIDAD MÓVIL TIPO VANNET  
(Lateral izquierdo)

### Vannet

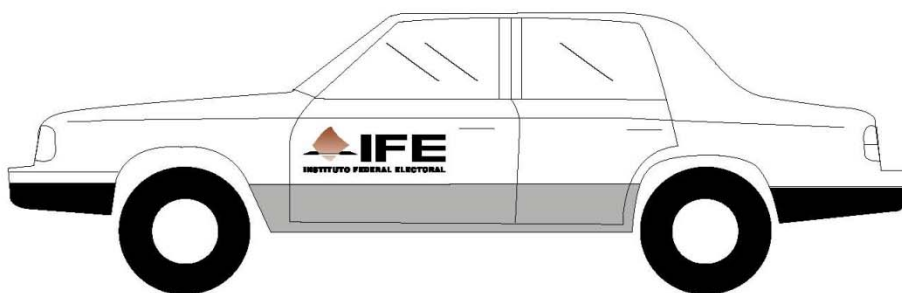
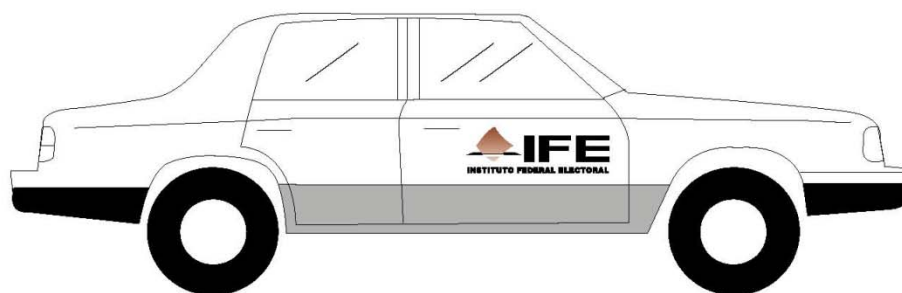
El logotipo del IFE se colocará en la puerta lateral por ambos lados.

El diseño será hecho con el ícono de la credencial, que se colocará del lado izquierdo, en la parte de la llanta frontal, con una inclinación aproximada de 20°, mismo que podría tener un mínimo de variación según se requiera. En el costado derecho de la vannet, la credencial se colocará en la parte de la llanta trasera con una inclinación aproximada de 20°, mismo que podría tener un mínimo de variación según se requiera.

En la parte trasera se aplicará la credencial en forma de Bobina (textura), todas tendrán una inclinación de 20°.

Tipografía: Arial Black.

Los tamaños del logotipo, credencial y texto deberán ser respetados según las áreas de impresión, como lo muestra el ejemplo. El material deberá ser vinil autoadherible.



### Automóvil

El automóvil será de color blanco, con la parte inferior en gris aplicado sobre una pleca (30% negro) en vinil autoadherible.

La impresión del logotipo será en cada uno de los costados del auto.

Material: Vinil autoadherible suajado.

Logotipo: Impresión a dos tintas (colores institucionales).

Tamaño: El logotipo no podrá ser mayor al tamaño ejemplificado. El tamaño está a proporción con el área de los laterales, como se muestra.



### **Camión de pasajeros**

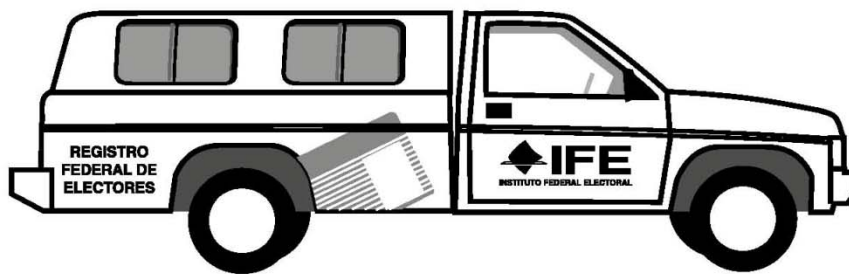
El camión será de color blanco, con la parte inferior en gris aplicado sobre una pleca (30% negro) en vinil autoadherible.

La impresión del logotipo será en cada uno de los costados del camión.

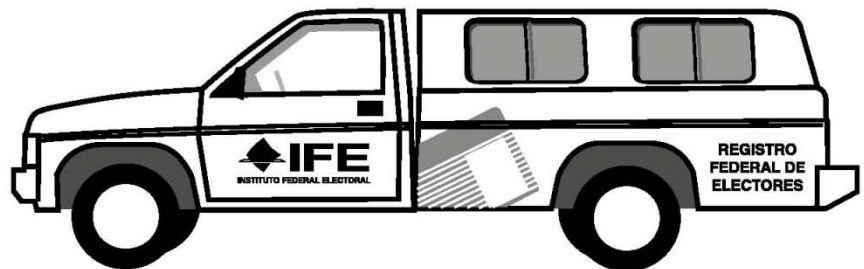
**Material:** Vinil autoadherible suajado.

**Logotipo:** Impresión a dos tintas (colores institucionales).

**Tamaño:** El logotipo no podrá ser mayor al tamaño ejemplificado. El tamaño está a proporción con el área de los laterales, como se muestra.



LATERAL DERECHO



LATERAL IZQUIERDO



PARTE TRASERA

### Camioneta NISSAN

La camioneta NISSAN será de color blanco. En las puertas se colocará el logotipo del Instituto calado en negro. En la caja de la camioneta se aplicará la credencial con una inclinación aproximada de 20°, mismo que podría tener un mínimo de variación según se requiera.

Material: Vinil autoadherible.

Tipografía: Arial Black.



PLACA CON LOGOTIPO

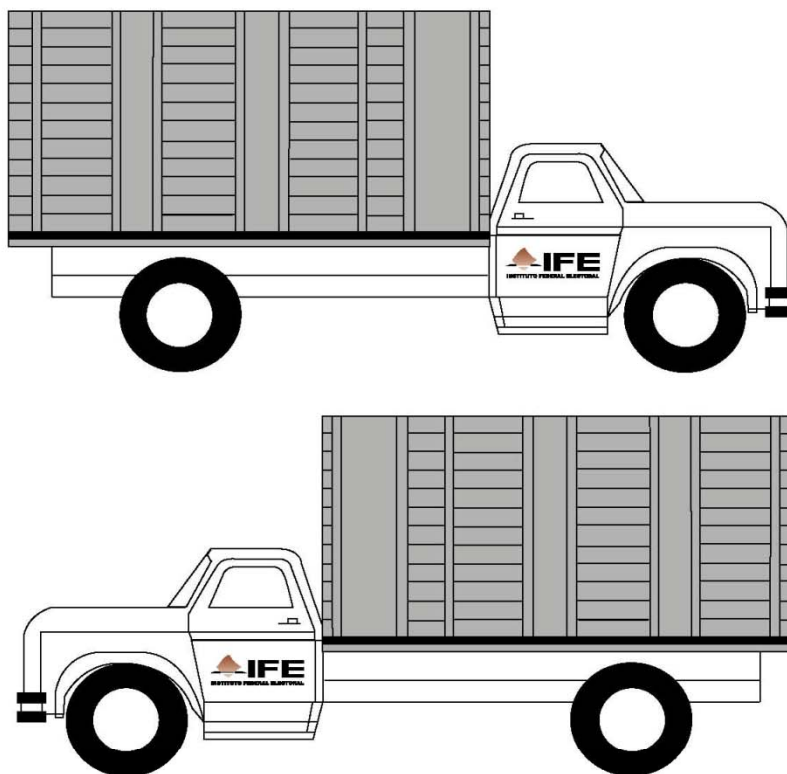
### Motocicletas

Las motocicletas serán blancas, el logotipo se aplicará en cada uno de los costados como se muestra.

Logotipo: Impreso en vinil autoadherible suajado en dos tintas (colores institucionales).

Tamaño: La proporción del tamaño se ajusta al área disponible del lateral.

Placa posterior (tras el respaldo), logotipo del IFE sobre base gris a proporción del mismo.



### Camión de redilas

El logotipo del IFE se aplicará en las puertas. El tamaño está a proporción con el área de los laterales, como se muestra.

Caja de camión de color gris 30% del negro.



## **UNIFORMES**



**A continuación se presenta la aplicación de la imagen del Instituto a los uniformes del personal. Estos se dividen en dos categorías: operativo y atención al público.**



**A)**



### Uniformes personal operativo

Traje sastre color gris, saco y falda (30% negro).

A) El saco tendrá bordado el logotipo del Instituto, en color negro, en la parte superior izquierda como lo indica la ilustración.

La blusa será blanca, bordada con el logotipo del Instituto en color negro, en la parte superior izquierda.

Calzado negro.

**B)**



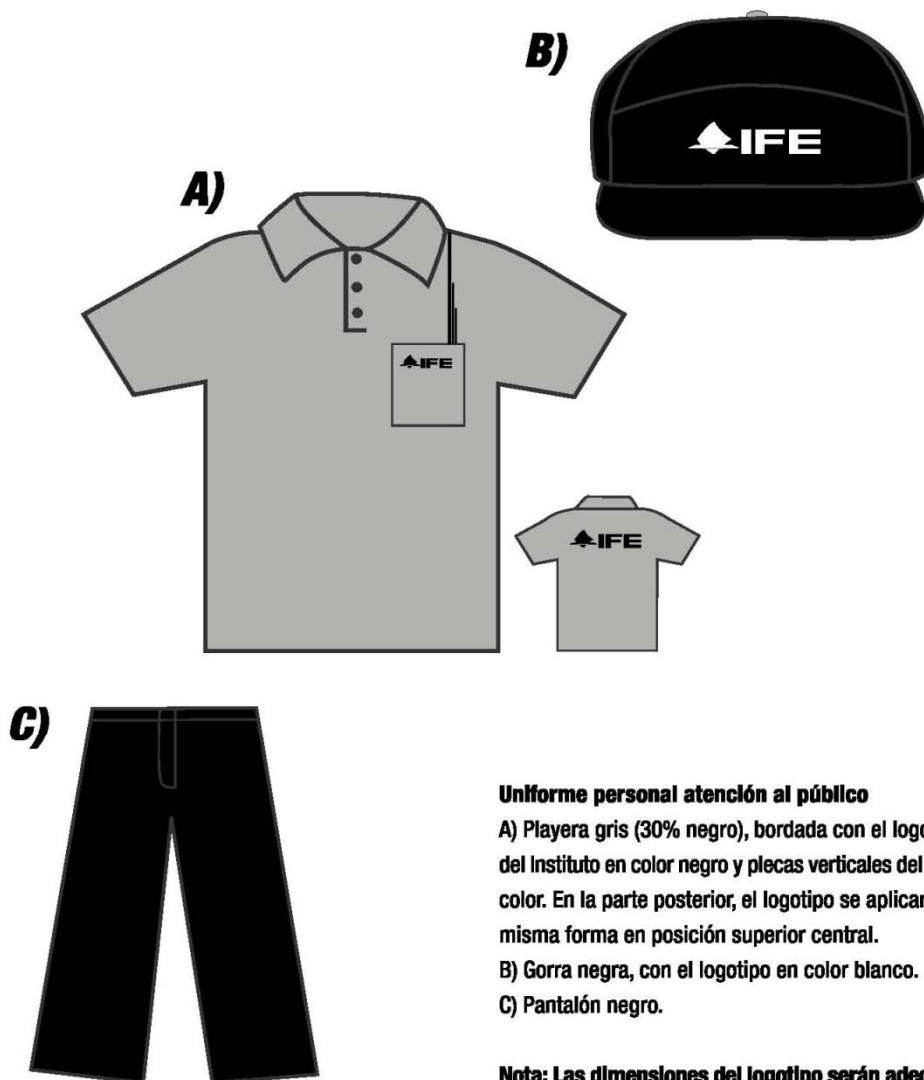
Traje color gris saco y pantalón (30% negro).

B) El saco tendrá bordado el logotipo del Instituto, en color negro, en la parte superior izquierda como lo indica la ilustración.

Camisa blanca, bordada con el logotipo del Instituto en color negro, en la parte superior izquierda.

Calzado negro.

**Nota: Las dimensiones del logotipo serán adecuadas al espacio de los uniformes.**



**Uniforme personal atención al público**

A) Playera gris (30% negro), bordada con el logotipo del Instituto en color negro y plecas verticales del mismo color. En la parte posterior, el logotipo se aplicará de la misma forma en posición superior central.

B) Gorra negra, con el logotipo en color blanco.

C) Pantalón negro.

**Nota:** Las dimensiones del logotipo serán adecuadas al espacio de las prendas.