**ANÁLISIS DE PARÁMETROS ESTADÍSTICOS DE IMPACTO PUBLICITARIO Y DE COBERTURA ESTATAL Y REGIONAL, PARA LA CONTRATACIÓN DE PUBLICIDAD 2021**

De conformidad con las facultades que otorgan los *Lineamientos para la Contratación de Publicidad Institucional del Tribunal Estatal Electoral de Guanajuato 2021* a la Unidad de Comunicación Social, aprobados por las personas integrantes del Pleno de este organismo jurisdiccional, a través del presente informe se da a conocer el análisis de parámetros estadísticos de impacto publicitario para la contratación de publicidad del presente año relativo a los proveedores que de manera oportuna, remitieron a esta área sus cotizaciones.

Como lo establece el artículo 17 de los referidos lineamientos: *“Con las estadísticas de los tirajes y su distribución de medios de comunicación impresos, así como las estadísticas de visitas, tiempo de visita y descargas de los medios de comunicación digitales entregadas por las personas físicas y/o morales, la Unidad de Comunicación en conjunto con la Unidad de Informática identificarán las zonas geográficas con mayor cobertura de cada medio de comunicación.*

*“Lo anterior para evitar una sobre exposición en determinadas zonas y lograr mayor penetración entre la población”.*

**Glosario:** Para efectos de este documento se entenderá por:

* **Lectores potenciales:** persona susceptible a tener existencia (no confirmada) de leer un texto, documento, libro, periódico, revista, entre otros materiales que tienen como finalidad ser leídos.
* **Medio de comunicación impreso o digital *“óptimo”*:** aquel medio de comunicación que es bueno y apropiado especialmente en lo que se refiere a las características y condiciones que lo definen.
* **Medio de comunicación impreso o digital *“no óptimo”*:** aquel medio de comunicación que no es bueno y apropiado especialmente en lo que se refiere a las características y condiciones que lo definen.
* **Público de alto impacto:** audiencia receptora de los mensajes institucionales del Tribunal que cuenta con interés en temas políticos- electorales.
* **Impacto de proveedores:** definición que se utilizó pararesaltar aquel que resalta entre otro (s), según las características de cada uno.
* **Idóneo:** que es adecuado para una función o fin determinados.
* **No idóneo:** que no es adecuado para una función o fin determinados.
* **Utilidad favorable:** el beneficio obtenido a través del uso del medio impreso o digital.
* ***Facebook for Creators*:** portal disponible exclusivamente para los creadores y administradores de contenido en páginas de la red social Facebook, en donde se encuentran los indicadores y estadísticas de cada portal, similar a la herramienta *Google Analytics* pero aplicada a Facebook.

**ANÁLISIS COMPARATIVO DE LAS PROPUESTAS**

La Unidad de Comunicación Social (UCS) realizó un análisis comparativo entre un total de 13 cotizaciones recibidas de igual número de medios de comunicación que solicitan la renovación de contratos publicitarios siendo los siguientes:

1. AM León (impreso y banner)
2. Correo (impreso y banner)
3. El Otro Enfoque (banner)
4. Códigos News (banner)
5. DeOchoNews (banner)
6. Observatorio Informativo (banner)
7. PopLab (banner)
8. Revista Regeneración (banner)
9. Ecos de Cuévano (banner)
10. El Sol de León (impreso)
11. El Heraldo de León (impreso y banner)
12. Milenio (impreso)
13. Semanario Chopper (impreso)

Asimismo, con base al artículo 16 de los Lineamientos: *“Adicionalmente, las personas físicas y/o morales que presenten propuestas de servicios de publicidad por medios digitales deberán estar inscritos en Google analitics o una plataforma similar que permita la entrega de estadísticas de impacto ya sea a través de número de visitas mensuales a sus portales, tiempo de visitas o descargas de sus contenidos y de ser posible el tipo de público al que tienen mayor acceso.*

*“En el caso de las personas físicas y/o morales que deseen proveer servicios de publicidad en medios impresos deberán entregar estadísticas de tirajes y zonas de distribución por lo menos del último trimestre”*; la UCS solicitó datos estadísticos y de cobertura a los medios de comunicación antes enlistados, con corte al mes de febrero del presente año.

**IMPACTO DE PROVEEDORES DE MEDIOS IMPRESOS Y BANNER**

La Unidad de Comunicación Social (UCS) del Tribunal Estatal Electoral de Guanajuato llevó a cabo un estudio sobre cada proveedor de medio de comunicación impreso y digital que hizo llegar su cotización y que desea la renovación de contrato con el Tribunal.

**¿CÓMO SE REALIZÓ EL ESTUDIO COMPARATIVO?**

* **Para medio de comunicación impreso:**

La UCS tomó como punto de comparación el tiraje y la información referente a cada medio impreso: cobertura de su información, secciones, opinión y que su contenido fuera de interés para el público receptor de los mensajes institucionales del Tribunal que cuenta con interés en temas políticos- electorales, elecciones, instituciones gubernamentales así como organismos electorales.

En este caso, todos los medios impresos que entregaron cotizaciones cumplieron con un buen tiraje y con las características antes descritas. En el caso particular del Semanario Chopper, se solicitó mayores detalles sobre su tiraje y lectores el cual, señaló que, cuenta con lectores potenciales (descritos en sus características más abajo precisadas) y agregó que es un medio impreso que se distribuye en la ciudad de Guanajuato, sede del Tribunal Estatal Electoral de Guanajuato, de los tres poderes del Estado, del Instituto Estatal Electoral de Guanajuato y de la Delegación Guanajuato del Instituto Nacional Electoral, al igual que el resto de los que presentaron sus respectivos datos estadísticos. **(ANEXO 1. Información entregada a la UCS por parte de cada medio de comunicación impreso y portal informativo)**.

* **Para banner:**

La UCS tomó como punto de comparación el **número de visitas** (como lo señalan los *Lineamientos*) que cada portal informativo refleja en sus estadísticas arrojadas por el *Google Analytics* o plataforma similar, que ellos mismos entregaron a esta unidad.

Asimismo, se consideró la información referente al contendido de cada portal: zona geográfica de la cobertura de su información, secciones, actualización de su portal, es decir, si presenta información reciente e inmediata en sus secciones, además, se hizo mención del número de personas que siguen sus contenidos a través de redes sociales, datos que más adelante se precisan por cada medio impreso y portal informativo. **(ANEXO 1. Información entregada a la UCS por parte de cada medio de comunicación impreso y portal informativo)**.

Se elaboró una lista colocando en primer lugar aquel portal que presenta el mayor número de visitas y así subsecuentemente hasta llegar al que registra el menor número de visitas. La lista es la siguiente:

1. Editorial Martinica, S.A. de C.V. Periódico AM León – **10,873,450 visitas**
2. VIMARSA, S.A. de C.V. Periódico Correo – **2,426,226 visitas**
3. Fábrica de Contenidos, S.A. de C.V. Portal Zona Franca – **543,380 visitas**
4. Laboratorio de Periodismo y Opinión Pública A.C. (PopLab) – **458,848 visitas**
5. Revista Regeneración **– 99,414 visitas**
6. El Otro Enfoque – **47,500 visitas**
7. Observatorio Informativo – **22,661 visitas**
8. Servicios de Comunicación Primera Plana, S.A. de C.V. De Ocho News – **16,770 visitas**
9. Códigos News – **8,100 visitas**
10. Ecos de Cuévano **– 5,053 visitas**

Al ver los números de cada medio de comunicación, se observó que los portales digitales con visitas más bajas eran los ubicados en el lugar 7, 8, 9 y 10 de la lista; asimismo, es importante precisar que algunos **no** presentaron a esta Unida las visitas a su portal informativo registradas en el mes de febrero de este año, sino que proporcionaron número de usuarios.

Para lo anterior, la UCS precisa la diferencia entre visitas, usuarios y sesiones que registra un portal o página web: cuando nos indican “usuario” es la persona que ingresa a una página o portal web; cuando se habla de “sesiones” significa accesos a la página o portal; mientras que cuando hablamos de “visitas” nos referimos a interacciones con las diferentes secciones del portal o página web. Por ejemplo, si una persona visita una web 3 veces esta semana, tendremos 3 sesiones y un usuario. Si ese usuario interactúa con la web en 6 diferentes secciones del mismo portal en una sesión, tendremos un usuario, una sesión y 6 visitas a páginas.

* Usuario: persona que ingresa a un portal o página web.
* Sesión: acceso al portal o página web.
* Visitas a páginas: Interacción con las diferentes secciones de los portales digitales y sus páginas.

Partiendo de la totalidad de los datos y estadísticas antes descritas, así como de las características proporcionadas por el proveedor respecto a su portal, fue como se consideró si eran ***“óptimos”*** y ***“no óptimos”*** (párrafos abajo se describen).

Es importante señalar que, de haberse tomado en cuenta la totalidad de las propuestas presentadas por los medios impresos y digitales en sus cotizaciones, la erogación total con I.V.A. para su correspondiente pago, rebasaría lo que la Dirección General de Administración comunicó a la UCS sobre la cantidad de la partida presupuestal 3611 (Difusión e Información de Mensajes sobre Programas y Actividades Gubernamentales) y que asciende a $1,450,000.00.

Por lo anterior, se retiraron los portales ***“no óptimos”*** para dejar la partida sin aumento de dinero para el pago de la difusión y registrar un ahorro.

El presente estudio muestra aquellos medios de comunicación que se mantienen vigentes, consolidados y particularmente, que cumplen con el impacto requerido en los *Lineamientos para la Contratación de Publicidad Institucional*. Los resultados fueron los siguientes:

**IMPRESOS.**

1. **Semanario Chopper:** medio impreso de cobertura regional con un tiraje de 6 mil ejemplares semanales; contenido de interés local, académico, cultural y de temas gubernamentales; aceptación del público de gran impacto por el número de lectores, esto es 20 mil potenciales cada semana.

**Se considera: Óptimo.**

1. **Página Tres S.A. de C.V., (Milenio Diario León):** medio impreso de cobertura estatal con un tiraje de 12 mil 926 ejemplares diarios; contenido de interés local de la ciudad de León, así como temas de política, elecciones, gubernamentales y culturales; aceptación del público de gran impacto por su nivel de lectores principalmente profesionistas, titulares de instituciones públicas, servidores públicos, académicos y citadinos.

**Se considera: Óptimo.**

1. **Vimarsa S.A. de C.V., (Periódico Correo):** medio impreso de cobertura estatal y regional con un tiraje de 35 mil 625 periódicos diarios; contenido de interés local y regional con temas de política, elecciones, gubernamentales, académicos, culturales y deportivos; aceptación del público de gran impacto por su cobertura en diferentes municipios del Estado; nivel de lectores de alto impacto, principalmente profesionistas, titulares de instituciones públicas, servidores públicos, académicos y citadinos.

**Se considera: Óptimo.**

1. **Editorial Martinica S.A. de C.V., (Periódico AM León):** medio impreso de cobertura estatal y regional con un tiraje de 35 mil 700 ejemplares diarios; contenido de interés local y regional con temas de política, elecciones, gubernamentales, académicos, empresarial, cultural y deportivo; aceptación del público de gran impacto por su cobertura en diferentes municipios del Estado a través de impresos regionales denominados *AM Expres*; nivel de lectores de alto impacto, principalmente profesionistas, titulares de instituciones públicas, servidores públicos, académicos y citadinos.

**Se considera: Óptimo.**

1. **Cía. Periodística del Sol de León S.A. de C.V.:** medio impreso de cobertura estatal y regional con un tiraje de 20 mil ejemplares diarios; contenido de interés local de la ciudad de León, así como temas de política, elecciones, gubernamentales, culturales y deportivos; aceptación del público de gran impacto por su nivel de lectores principalmente profesionistas, titulares de instituciones públicas, servidores públicos, académicos y citadinos.

**Se considera: Óptimo.**

1. **El Heraldo de León Cía. Editorial, S. de R.L. de C.V.:** medio impreso de cobertura estatal de gran tradición local, con un tiraje de 23 mil 744 ejemplares diarios; contenido de interés local de la ciudad de León, Silao y Guanajuato capital, así como temas de política, elecciones, gubernamentales, culturales y deportivos; aceptación del público de gran impacto por su nivel de lectores principalmente profesionistas, titulares de instituciones públicas, servidores públicos, académicos y citadinos.

**Se considera: Óptimo.**

**BANNER.**

1. **Editorial Martinica, S. A. de C. V. (Periódico am digital):** portal digital con cobertura estatal y regional, teniendo apartado nacional y del Estado de Pachuca, en donde también se encuentra una división de la empresa; es uno de los medios de comunicación estatales con mayor arraigo y de consumo ciudadano; su portal digital refleja números altos de visitas con más de 10 millones 873 mil 450 por mes reflejados del 1 de al 28 de febrero de 2021 en sus registros de *Google Analytics;* sus contenidos están enfocados a mayores de 18 años residentes del Estado de Guanajuato y estados aledaños; cuenta con las secciones Noticias, Súper Deportivo, Espectáculos, Valor Agregado y Opinión; muestra una muy alta actividad en sus redes sociales registrando 866 mil seguidores en *Facebook* y 179 mil seguidores en *Twitter*.

**Se considera: Óptimo.**

1. **El Otro Enfoque:** portal digital de cobertura estatal; cuenta con un total de 47 mil 500 usuarios mensuales en su portal reflejados del 1 al 28 de febrero de 2021 en sus registros de *Google Analytics*; sus contenidos están enfocados a guanajuatenses mayores de 18 años y cuenta con secciones como Noticias, Columnistas y “Desenfoques”; su actividad en sus redes sociales registra 54 mil seguidores en *Facebook* y 3 mil seguidores en *Twitter*, sus publicaciones llegan a más de 300 mil seguidores según sus estadísticas de *Facebook for Creators*.

**Se considera: Óptimo.**

1. **Vimarsa, S. A. de C. V. (Periódico Correo en línea):** portal digital de cobertura estatal y regional, con gran trayectoria como medio impreso en el Estado de Guanajuato; cuenta con un total de 2 millones 426 mil 226 de visitas mensuales a su portal reflejados del 1 al 28 de febrero de 2021 en sus registros de *Google Analytics*; sus contenidos están enfocados a personas mayores de 18 años con residencia en el Estado de Guanajuato y miembros del denominado círculo rojo (política, temas gubernamentales y electorales); cuenta con secciones como Vida Pública, Opinión, Municipios, Seguridad, Nacional, Internacional y Ocio; muestra una alta actividad en sus redes sociales registrando 712 mil seguidores en *Facebook* y 28 mil seguidores en *Twitter*.

**Se considera: Óptimo.**

1. **Laboratorio de Periodismo y Opinión Pública, A. C. (PopLab):** portal digital de cobertura estatal; cuenta con un total de 458 mil 848 visitas mensuales a su portal reflejados del 1 de al 28 de febrero de 2021 en sus registros de *Google Analytics*; sus contenidos están enfocados a mayores de 18 años residentes del Estado de Guanajuato, con intereses políticos, gobernanza, transparencia y rendición de cuentas; cuenta con secciones como Historias, Columnas, Entrevista, Día a Día, Investigación, Narrativas y “Ojo Avizor”; su actividad en sus redes sociales registra 10 mil seguidores en *Facebook* y 3 mil seguidores en *Twitter.*

**Se considera: Óptimo.**

1. **Revista Regeneración:** portal digital de cobertura estatal; cuenta con un total de 99 mil 414 visitas mensuales a su portal reflejados del 1 de al 28 de febrero de 2021 en sus registros de *Google Analytics*; sus contenidos están enfocados a mayores de 18 años residentes del Estado de Guanajuato específicamente en los municipios de Guanajuato, Silao, Irapuato, Salamanca, Pénjamo, Abasolo, Cuerámaro y Manuel Doblado; cuenta con secciones como Información General, Política, Economía, Espectáculos, Cultura, Opinión, Seguridad, Nacional e Internacional; su actividad en redes sociales registra 36 mil seguidores en *Facebook*, sus publicaciones llegan a más de 200 mil seguidores según sus estadísticas de *Facebook for Creators*.

**Se considera: Óptimo.**

1. **Fábrica de Contenidos, S. A. de C. V. (Portal Zona Franca):** portal digital de cobertura estatal y regional, con 8 años de trayectoria; cuenta con un total de 543 mil 380 visitas mensuales a su portal reflejados del 1 al 28 de febrero de 2021 en sus registros de *Google Analytics*; sus contenidos están enfocados a mayores de 18 años residentes del Estado de Guanajuato y cuenta con secciones como Información Local, Política y Sociedad, Seguridad, Deportes, Entretenimiento, Opinión y Cultura; muestra una alta actividad en sus redes sociales registrando 328 mil seguidores en *Facebook* y 35 mil seguidores en *Twitter*; sus publicaciones llegan a más de 900 mil seguidores según sus estadísticas de *Facebook for Creators*.

**Se considera: Óptimo.**

1. **El Heraldo de León Cía. Editorial, S. de R.L. de C.V.:** portal digital de cobertura estatal y regional; cuenta con 419 mil 829 visitas mensuales a su portal reflejados del 1 al 28 de febrero de 2021 en sus registros de *Google Analytics*; sus contenidos están enfocados a personas mayores de 18 años residentes del Estado de Guanajuato y cuenta con secciones como León, Regional, Policía, Deportes, Sociales, Espectáculos, Columnas, Nacional y Cultura; registra en sus redes sociales 315 mil seguidores en *Facebook* y 19 mil seguidores en *Twitter*.

**Se considera: Óptimo.**

1. **Observatorio Informativo:** portal digital de cobertura estatal y alrededores, cuenta con un total de 22 mil 661 visitas mensuales a su portal reflejados del 1 al 28 de febrero de 2021 en sus registros de *Google Analytics*; sus contenidos están enfocados a personas mayores de 18 años del Estado de Guanajuato y cuenta con secciones como Noticias del Estado, Nacional, Internacional Opinión e Interés General; registra en sus redes sociales 154 seguidores en *Facebook* y 168 seguidores en *Twitter*.

**Se considera: No óptimo.**

1. **De Ocho News:** portal digital de cobertura estatal, cuenta con un total de 16 mil 770 visitas mensuales a su portal reflejados del 1 al 28 de febrero de 2021 en sus registros de *Google Analytics*; sus contenidos están enfocados a personas mayores de 18 años, particularmente ciudadanos del municipio de León; cuenta con secciones como “Noticias D8”, “D8 Bajío”, “El Runrún”, Columna PCC, Farándula y Deportes; en sus redes sociales registra 4 mil seguidores en *Facebook* y 728 seguidores en *Twitter*.

**Se considera: No óptimo.**

1. **Códigos News:** portal digital de cobertura estatal, cuenta con un total de 8 mil 100 usuarios mensuales a su portal reflejados del 1 al 28 de febrero de 2021 en sus registros de *Google Analytics*; sus contenidos están enfocados a personas mayores de 18 residentes del Estado de Guanajuato y cuenta con secciones como Información General, Códigos a Fondo, Códigos Estadio, Códigos Viajes, Culturama y Dinero; su actividad en redes sociales registra 14 mil seguidores en *Facebook* y 3 mil seguidores en *Twitter*.

**Se considera: No óptimo.**

1. **Ecos de Cuévano:** portal digital de cobertura en el municipio de Guanajuato; con temas de interés local y estatal; cuenta con un total de 5 mil 053 visitas mensuales a su portal reflejados del 1 al 28 de febrero de 2021 en sus registros de *Google Analytics*; sus contenidos están enfocados a personas mayores de 18 años residentes de Guanajuato Capital y municipios periféricos; su actividad en redes sociales registra 25 mil seguidores en *Facebook* y 145 seguidores en *Twitter*.

**Se considera: No óptimo.**

**Nota importante: En la anterior lista de banner, la UCS consideró incluir los datos y características de dos medios: Zona Franca (hizo llegar cotización banner para este 2021) y El Heraldo de León Web (hizo llegar cotización banner en conjunto con su cotización de impreso), los cuales, el año 2020 NO se les contrató banner y que buscan ser contratados en esta modalidad; sus números en visitas resultan *“óptimos”* y más altos que aquéllos *“no óptimos”*. La UCS propone específicamente se contrate a Zona Franca, pues sus visitas y características proporcionadas, están más arriba que aquéllos que fueron retirados de la lista de visitas registradas, es por eso que se menciona en la propuesta de banner a contratar enlistados en una tabla (página 11).**

**CONCLUSIONES**

Derivado del análisis de los parámetros estadísticos para conocer el impacto publicitario y cobertura de los medios de comunicación impresos y digitales, se obtuvieron los siguientes resultados:

* **UTILIDAD.**

**MEDIOS DE COMUNICACIÓN ÓPTIMOS:**

Los medios de comunicación impresos con **impacto y utilidad favorable** y que son considerados como ***“óptimos”*** a contratar sus servicios son: Semanario Chopper; Página Tres S.A. de C.V., (Milenio Diario León); Vimarsa S.A. de C.V., (Periódico Correo); Editorial Martinica S.A. de C.V., (Periódico AM León); Cía. Periodística del Sol de León S.A. de C.V.; y, El Heraldo de León Cía. Editorial, S. de R.L. de C.V.

Los medios de comunicación digitales (portales informativos) con **impacto y utilidad favorable** y que son considerados como ***“óptimos”*** a contratar sus servicios son: Vimarsa S.A. de C.V., (Periódico Correo); Editorial Martinica S.A. de C.V., (Periódico AM León); El Otro Enfoque; Laboratorio de Periodismo y Opinión Pública A.C. (PopLab); Revista Regeneración; y, Portal de Noticias en Internet Zona Franca (propuesta nueva en banner), y El Heraldo de León Web (propuesta nueva en banner).

Todos estos medios de comunicación impresos y digitales cuentan:

1.- Cobertura estatal y/o regional idónea;

2.- Contenido idóneo a la función del Tribunal;

4.- Público idóneo al que se dirige la función jurisdiccional y actividades propias del Tribunal;

5.- Diseño de impreso y página web idóneos para la publicación de productos institucionales; y,

6.- Aquellos portales que proponen banner, cuentan con número de visitas mensual idóneos para mantener vigente y activa una difusión institucional.

**MEDIOS DE COMUNICACIÓN NO ÓPTIMOS:**

Los medios de comunicación digitales (portales informativos) que sus números y características se encuentran por debajo con relación a los “óptimos” antes mencionados, y que son considerados ***“no óptimos”****,* con **impacto y utilidad bajos** para contratar sus servicios son: Servicios de Comunicación Primera Plana, S.A. de C.V. (DeOchoNews); Códigos News; Observatorio Informativo; y, Ecos de Cuévano.

Los dos primeros medios digitales referidos en el párrafo anterior reflejan:

1.- Poca cobertura, contenido y publicación escasa de notas y de muy bajo impacto, (carecen de personas reporteras suficientes para cubrir información generada a nivel estatal).

2.- Actualización de su página insuficiente;

3.- Diseño poco idóneo por falta de novedad en sus contenidos que hacen no favorable la publicación de productos institucionales; y,

4.- Registran muy bajo número de visitas en sus portales, **factor fundamental que marca** los *Lineamientos para la Contratación de Publicidad Institucional del Tribunal Estatal Electoral de Guanajuato 2021.*

Sin embargo, los dos últimos portales informativos mencionados Observatorio Informativo y Ecos de Cuévano, cuentan con:

1.- Favorable cobertura estatal y regional, respectivamente, de aceptación por parte del público de interés para el Tribunal;

2.- Contenido, publicación y actualización de notas de alto impacto, sin embargo;

3.- Registran muy bajo número de visitas en sus portales, **factor fundamental que marca** los *Lineamientos para la Contratación de Publicidad Institucional del Tribunal Estatal Electoral de Guanajuato 2021.*

* **COTIZACIONES CON GASTO MUY SIMILAR A LOS EJERCIDOS EL AÑO 2020.**

La siguiente tabla presenta la propuesta de contratación de publicidad por parte de la Unidad de Comunicación Social (USC) para el año 2021, tanto en medios impresos como en digitales. Se tiene una relación por proveedor, productos y cantidad a contratar, periodo de contratación, así como el costo.

Asimismo, se muestra la erogación del año pasado, donde se puede apreciar una cantidad igual o similar de productos contratados, además de destacar la erogación que se ejerció ya con I.V.A.

**INSERCIONES:**

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **No.** | **Producto** | **Proveedor** | **Periodo a contratar** | **Importe 2021 con IVA** | **Importe 2020 con IVA** |
| **1** | 5 planas B/N | Periódico Correo | Del 01 de junio al 31 de 30 de diciembre | $150,753.60 | $146,363.00  (por 5 planas B/N) |
| **2** | 1 plana a color | Periódico a.m León | Del 01 de junio al 31 de 30 de diciembre | $49,516.32 | $39,560.64 (por una plana a color) |
| **3** | 6 planas a color | El Heraldo de León | Del 01 de junio al 31 de 30 de diciembre | $152,250.00 | $145, 500.00 (por 6 planas a color) |
| **4** | 3 planas B/N | El Sol de León | Del 01 de junio al 31 de 30 de diciembre | $80,220.96 | $80,2020.96 (por 3 planas B/N) |
| **5** | 3 planas B/N | Milenio Diario León | Del 01 de junio al 31 de 30 de diciembre | $133,385.60 | $127,033.92 (por 3 planas B/N) |
| **6** | 24 planas a color | Semanario Chopper | Del 01 de junio al 31 de 30 de diciembre | $120,000.00 | $108,000.00  (por 24 planas a color) |
|  | | | | **TOTAL: $686,126.48** |  |

**BANNER:**

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **No.** | **Producto** | **Proveedor** | **Periodo a contratar** | **Importe 2021 con IVA** | **Importe 2020 con IVA** |
| **1** | Banner institucional, escritorio y móvil | Periódico a.m León | Del 01 de junio al 30 de noviembre (6 meses) | $160,483.00 | $160,483.00 (por 6 meses) |
| **2** | Banner institucional (150 impactos) | Periódico Correo | Del 01 de junio al 31 de agosto (3 meses) | $33,016.50 | $29,145.00  (por 3 meses) |
| **3** | Banner institucional, escritorio y móvil | Laboratorio de Periodismo y Opinión Pública (PopLab) | Del 01 de junio al 30 de noviembre (6 meses) | $125,280.00 | $108,000.00  (por 6 meses) |
| **4** | Banner institucional de 900x90 | El Otro Enfoque | Del 01 de junio al 31 de diciembre (7 meses) | $110,250.00 | $105,000.00  (por 7 meses) |
| **5** | Banner institucional principal | Regeneración | Del 01 de junio al 31 de diciembre (7 meses) | $56,250.24 | $52,780.00  (por 7 meses) |
| **6** | Banner Institucional de 728x90 | Zona Franca | Del 01 de junio al 31 de julio (2 meses) | $82,336.80 | No hubo contrato  (se sugiere contratación por nivel de audiencia) |
|  | | | | **TOTAL: $567,616.54** |  |

De lo anterior, se puede valorar que la diferencia entre las cantidades del año pasado y las propuestas por los proveedores para este 2021, **presentan una diferencia mínima, prácticamente es lo correspondiente al I.V.A**, lo cual refleja que estos medios de comunicación realizaron un esfuerzo por formular cotizaciones similares al año anterior, aspecto que beneficia a las erogaciones por concepto de la Partida 3611 (Difusión e Información de Mensajes sobre Programas y Actividades Gubernamentales) por parte del Tribunal.

Asimismo, y a manera de recomendación por parte de esta UCS, se puede negociar contrataciones de incrementar banner o un mayor número de planas **con los medios que resultaron óptimos**, a fin de incrementar la difusión en diferentes campañas institucionales.

De esta manera, nos apegamos al presupuesto para el presente año que asciende a la cantidad de $1,450,000.00 correspondiente a la referida partida.

* **AHORRO EN LA PARTIDA PRESUPUESTAL DE DIFUSIÓN**

El presente análisis indica que, de aprobarse la cantidad de productos publicitarios propuestos por esta UCS, y de algunos a negociar con aquellos que son óptimos, se generaría un ahorro sustancial de alrededor de $100,000 pesos en la Partida 3611 (Difusión e Información de Mensajes sobre Programas y Actividades Gubernamentales), cantidad que podría destinarse para la compra de planas en los ANUARIOS que diferentes medios de comunicación impresos y digitales editan a finalizar cada año, o bien, para la contratación de planas extraordinarias para la difusión de mensajes institucionales en medios impresos.