

**Lotería
Nacional**
para la Asistencia Pública



Manual de Procedimientos de la Gerencia de Publicidad

6223

Agosto 2018

***Dirección General
Subdirección General de Comercialización y de Servicios
Dirección de Mercadotecnia y Publicidad
Gerencia de Publicidad***



LOTERÍA NACIONAL PARA LA ASISTENCIA PÚBLICA
SUBDIRECCIÓN GENERAL DE COMERCIALIZACIÓN Y DE SERVICIOS
DIRECCIÓN DE MERCADOTECNIA Y PUBLICIDAD

MANUAL DE PROCEDIMIENTOS DE LA GERENCIA DE PUBLICIDAD		
HOJA DE CONTENIDO	REV. 05	LN-6223-MP-HC-01
	15-08-18	Página 1 de 2

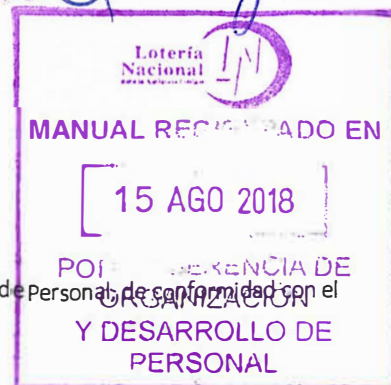
GENERALIDADES

CÓDIGO	DESCRIPCIÓN	REV.	FECHA	ESTATUS
LN-6223-MP-GE-01	GENERALIDADES	06		

PROCEDIMIENTOS

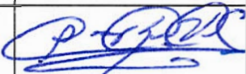

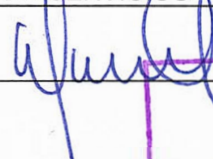

CÓDIGO	DESCRIPCIÓN	REV.	FECHA	ESTATUS
LN-6223-MP-PO-01	PROCEDIMIENTO PARA OBTENER LA DICTAMINACIÓN DEL H. COMITÉ DE ADQUISICIONES, ARRENDAMIENTOS Y SERVICIOS PARA LA CONTRATACIÓN DE MEDIOS ELECTRONICOS (RADIO Y TELEVISIÓN), IMPRESOS, DIGITALES Y COMPLEMENTARIOS.	05		REESTRUCTURADO
LN-6223-MP-PO-02	PROCEDIMIENTO PARA LA CONTRATACIÓN DE PRESTADORES DE SERVICIOS DE PUBLICIDAD			CANCELADO
LN-6223-MP-PO-03	PROCEDIMIENTO PARA LA SOLICITUD DE SERVICIOS DE CREATIVIDAD Y/O PRODUCCIÓN.	05		REESTRUCTURADO
LN-6223-MP-PO-04	PROCEDIMIENTO PARA LA ELABORACIÓN DE ÓRDENES DE TRANSMISIÓN Y PUBLICACIÓN DE CAMPAÑAS EN MEDIOS DE COMUNICACIÓN.			CANCELADO

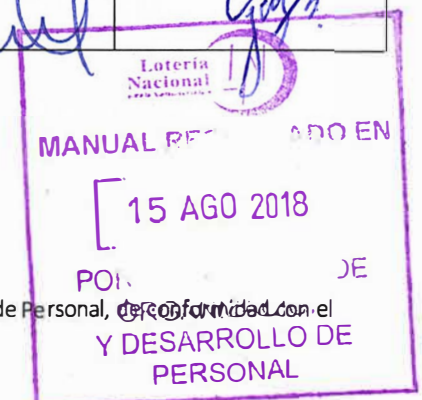
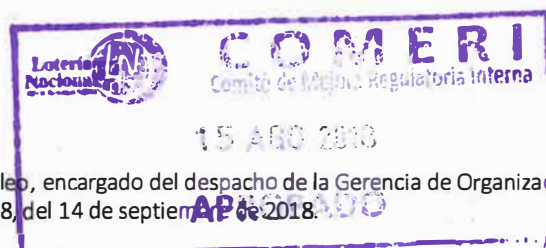
	ELABORÓ	REVISÓ	AUTORIZÓ	REGISTRÓ
NOMBRE	LIC. VERÓNICA C. SÁNCHEZ KANTER	SERGIO LARRAÑAGA MENDIOLA	LIC. VIRIDIANA MORENO ARAUJO	LIC. FRANCISCO JAVIER CARRILLO BRITO
PUESTO	GERENTE DE PUBLICIDAD	DIRECTOR DE MERCADOTECNIA Y PUBLICIDAD	SUBDIRECTORA GENERAL DE COMERCIALIZACIÓN Y DE SERVICIOS	SUBGERENTE DE EMPLEO
FIRMA				



Subgerente de Empleo, encargado del despacho de la Gerencia de Organización y Desarrollo de Personal, de conformidad con el oficio DA/1165/2018, del 14 de septiembre de 2018.

CÓDIGO	DESCRIPCIÓN	REV.	FECHA	ESTATUS
LN-6223-MP-PO-05	PROCEDIMIENTO PARA EL SEGUIMIENTO DE CAMPAÑAS PUBLICITARIAS EN MEDIOS ELECTRONICOS (RADIO Y TELEVISIÓN), IMPRESOS, MEDIOS DIGITALES Y COMPLEMENTARIOS.	05		REESTRUCTURADO
LN-6223-MP-PO-06	PROCEDIMIENTO PARA EL SEGUIMIENTO DE PRODUCCIÓN DE MATERIALES PARA LOS MEDIOS IMPRESOS, ELECTRÓNICOS (RADIO Y TELEVISIÓN), DIGITALES Y COMPLEMENTARIOS.	05		REESTRUCTURADO
LN-6223-MP-PO-07	PROCEDIMIENTO PARA DAR SEGUIMIENTO A LA CONTRATACIÓN DE PROVEEDORES DE PUBLICIDAD PARA LAS CAMPAÑAS DE LA ENTIDAD.	04		REESTRUCTURADO
LN-6223-MP-PO-08	PROCEDIMIENTO PARA LA ELABORACIÓN DE PLANES DE MEDIOS, ÓRDENES DE TRANSMISIÓN, PUBLICACIÓN Y COLOCACIÓN DE CAMPAÑAS EN MEDIOS DE COMUNICACIÓN. (TELEVISIÓN, RADIO, PRENSA, REVISTAS Y COMPLEMENTARIOS).			CANCELADO
LN-6223-MP-PO-09	PROCEDIMIENTO PARA LA SELECCIÓN DE ARTICULOS PROMOCIONALES O MATERIAL PUBLICITARIO.	03		REESTRUCTURADO
LN-6223-MP-PO-10	PROCEDIMIENTO PARA EL REGISTRO DE GASTO EN MATERIA DE PUBLICIDAD EN EL SISTEMA DE COMUNICACIÓN SOCIAL (COMSOC).	02		REESTRUCTURADO

	ELABORÓ	REVISÓ	AUTORIZÓ	REGISTRÓ
NOMBRE	LIC. VERÓNICA C. SÁNCHEZ KANTER	SERGIO LARRAÑAGA MENDIOLA	LIC. VIRIDIANA MORENO ARAUJO	LIC. FRANCISCO JAVIER CARRILLO BRITO
PUESTO	GERENTE DE PUBLICIDAD	DIRECTOR DE MERCADOTECNIA Y PUBLICIDAD	SUBDIRECTORA GENERAL DE COMERCIALIZACIÓN Y DE SERVICIOS	SUBGERENTE DE EMPLEO
FIRMA				



Subgerente de Empleo, encargado del despacho de la Gerencia de Organización y Desarrollo de Personal, de conformidad con el oficio DA/1165/2018, del 14 de septiembre de 2018.



Lotería Nacional **COMERI**
Comité de Mejora Regulatoria Interna
15 AGO 2018
APROBADO

LOTERÍA NACIONAL PARA LA ASISTENCIA PÚBLICA
SUBDIRECCIÓN GENERAL DE COMERCIALIZACIÓN Y DE SERVICIOS
DIRECCIÓN DE MERCADOTECNIA Y PUBLICIDAD

MANUAL DE PROCEDIMIENTOS DE LA GERENCIA DE PUBLICIDAD		
GENERALIDADES	REV. 06	LN-6223-MP-GE-01
	15-08-18	Página 1 de 3

OBJETIVO

Establecer en forma metódica las operaciones que deben seguirse para la ejecución de las funciones de la **Gerencia de Publicidad**, por medio de sus políticas, descripción de procedimientos, y diagramas de flujo que delimitan el ámbito de competencia de la Gerencia y su interrelación con otras unidades administrativas de la Entidad.

ALCANCE

Subdirección General de Comercialización y de Servicios, Dirección de Mercadotecnia y Publicidad, Gerencia de Publicidad, Gerencia de Recursos Materiales, Gerencia de Control Presupuestal y Contabilidad, Subgerencia de Promoción, Subgerencia de Medios Publicitarios.

DIRECTORIO

- 6223000 Gerencia de Publicidad.
- 6223100 Subgerencia de Medios Publicitarios
- 6223200 Subgerencia de Promoción

POLÍTICAS

1. Es responsabilidad de la Gerencia de Publicidad coordinar la contratación de diferentes servicios de publicidad para difundir las campañas publicitarias de los productos de la Entidad.
2. Es responsabilidad de la Gerencia de Publicidad a través de la Subgerencia de Medios Publicitarios y la Subgerencia de Promoción, vigilar que los medios de comunicación contratados cumplan con la difusión de las campañas publicitarias de la Entidad.
3. Los servidores públicos adscritos a la Gerencia de Publicidad, son responsables de observar los principios de legalidad, imparcialidad, no discriminación y rendición de cuentas; así como, de evitar intervenir en cualquier acto de corrupción y de posible conflicto de interés, en el desempeño de su empleo, cargo o comisión.

* MANUAL ORIGINAL EN RESGUARDO *
POR I.A
GERENCIA DE ORGANIZACION Y
DESARROLLO DE PERSONAL



Lotería Nacional		COMERI	
Comité de Mejora Regulatoria Interna		MANUAL DE PROCEDIMIENTOS DE LA GERENCIA DE PUBLICIDAD	
15 AGO 2018	REV. 06	LN-6223-MP-GE-01	
APROBADO	15-08-18	Página 2 de 3	

4. El Lenguaje empleado, en el presente Manual, no busca generar ninguna clase de discriminación, ni marcar diferencia entre hombres y mujeres, por lo que las referencias o alusiones hechas al género masculino representan siempre a todos/as, hombre y mujeres, abarcando claramente ambos sexos.

GLOSARIO:

- **COMSOC:** Sistema de Comunicación Social en el que se registra y se da seguimiento a las erogaciones que realizan las dependencias y entidades en materia de comunicación y publicidad, el cual es administrado por la Secretaría de la Función Pública.
- **Campaña de promoción y publicidad:** Aquellas que dan a conocer o motivan la comercialización de bienes y servicios públicos que generan algún ingreso para el Estado.
- **Cobertura:** Localidades específicas o regiones en las cuales se pretende difundir una campaña.
- **Entorno del mercado:** Situación que presenta la Entidad frente a su competencia, a sus clientes, a políticas de precios o cualquier otro factor externo que afecte positiva o negativamente su posicionamiento en el mercado.
- **Erogación:** Todo recurso presupuestario incluido el Impuesto al Valor Agregado (IVA), ejercido, comprometido o contratado por las dependencias y entidades, con cualquier prestador de bienes y servicios, que sea susceptible de ser aplicado en las partidas correspondientes al Clasificador por Objeto del Gasto para la Administración Pública Federal y registrado en el Sistema de Comunicación Social (COMSOC).
- **Estrategia Anual de Promoción y Publicidad:** Instrumento de planeación que expresa los principales temas de promoción de los productos o servicios de las entidades, tendientes a incrementar sus ventas.
- **Medios de comunicación digitales:** Tipo de medio donde el contenido (texto, voz, música, imágenes, animaciones o videos) puede consultarse desde un dispositivo electrónico que cuente con la tecnología necesaria; dicho contenido puede ser o no creado por los propios usuarios.
- **Medios de comunicación electrónicos:** Todo aquel que nos proporciona la difusión a través de impulsos eléctricos, tales como: radio, televisión, entre otros.
- **Medios de comunicación complementarios:** Medios alternativos que impactan a un segmento de la población más específico para la difusión de una campaña, tales como: mobiliario urbano, publicidad exterior, espectaculares, cine, digitales entre otros.



* MANUAL ORIGINAL EN RESGUARDO *

GERENCIA DE ORGANIZACION Y
DESARROLLO DE PERSONAL



15 AGO 2018

APROBADO

MANUAL DE PROCEDIMIENTOS DE LA GERENCIA DE PUBLICIDAD	
REV. 06	LN-6223-MP-GE-01
15-08-18	Página 3 de 3

- **Medios de comunicación impresos:** Todo tipo de publicación escrita masiva que contenga texto o imágenes fijas y que se encuentre impreso, con periodicidad de edición determinada, bajo el mismo nombre y numeración secuenciada.
- **Medios públicos:** Estaciones oficiales de radio y canales de televisión operados por dependencias de la Administración Pública Federal, entidades referidas por los artículos 2 y 3 de la Ley Federal de las Entidades Paraestatales, gobiernos estatales y municipales e instituciones educativas públicas.
- **Modificación al Programa:** Se refiere a toda variación en el Programa Anual previamente autorizado, como: techo presupuestal, cancelación y/o inclusión de campañas, versiones, así como a la estrategia de comunicación.
- **Modificación de campaña:** Se refiere a toda variación en la campaña previamente autorizada, como: incremento, decremento, cancelación o reasignación de recursos, cambio de versiones, entre otros.
- **Modificación de vigencia:** Cambio o extensión de los plazos previamente autorizados para la difusión de una campaña.
- **Objetivo de comunicación:** Propósito o fin que se pretende alcanzar con la difusión de cada una de las campañas de promoción y publicidad.
- **Plan de medios de comunicación:** Selección óptima de medios de comunicación necesarios para alcanzar el objetivo y metas deseadas para una eficaz y oportuna difusión de la campaña con la finalidad de hacer llegar el mensaje a la población objetivo.
- **Programa Anual de Promoción y Publicidad:** Conjunto de campañas derivadas de la Estrategia Anual de Promoción y Publicidad, encaminadas al objetivo institucional, con recursos asignados en la partida de Gasto 36201 del Clasificador por Objeto del Gasto para la Administración Pública Federal.
- **Recursos presupuestarios:** Monto total anual disponible para la dependencia o entidad en el concepto Servicios de Comunicación Social y Publicidad del Clasificador por Objeto del Gasto para la Administración Pública Federal.

LOTERÍA NACIONAL PARA LA ASISTENCIA PÚBLICA
SUBDIRECCIÓN GENERAL DE COMERCIALIZACIÓN Y DE SERVICIOS
DIRECCIÓN DE MERCADOTECNIA Y PUBLICIDAD

MANUAL DE PROCEDIMIENTOS DE LA GERENCIA DE PUBLICIDAD		
PROCEDIMIENTO PARA OBTENER LA DICTAMINACIÓN DEL H. COMITÉ DE ADQUISICIONES, ARRENDAMIENTOS Y SERVICIOS PARA LA CONTRATACIÓN DE MEDIOS ELECTRÓNICOS (RADIO Y TELEVISIÓN), IMPRESOS, DIGITALES Y COMPLEMENTARIOS.	REV. 05	LN-6223-MP-PO-01
	15-08-18	Página 1 de 8

OBJETIVO:

Elaborar los anexos técnicos y justificaciones, así como la documentación requerida para integrar el expediente de los medios para la difusión de las campañas publicitarias que serán sometidos a consideración y dictaminación del H. Comité de Adquisiciones, Arrendamientos y Servicios de la Lotería Nacional para la Asistencia Pública (LOTENAL).

ALCANCE:

Dirección de Mercadotecnia y Publicidad, Gerencia de Publicidad, Subgerencia de Medios Publicitarios, Subgerencia de Promoción.

POLÍTICAS:

1. La Gerencia de Publicidad es la encargada de sustentar los anexos y justificaciones que se presenten a consideración del H. Comité de Adquisiciones, Arrendamientos y Servicios y en caso de ausencia, corresponderá a la Subgerencia de Medios Publicitarios o a la Subgerencia de Promoción según corresponda.
2. La Subgerencia de Promoción y la Subgerencia de Medios Publicitarios coordinan, recopilan y revisan la documentación inherente a la contratación de servicios de publicidad de acuerdo a su ámbito de competencia e integran el expediente.
3. La Subgerencia de Promoción y la Subgerencia de Medios Publicitarios, establecen un control interno que incluye las firmas de los servidores públicos que integran, revisan y supervisan, los requisitos que se solicitan para la integración de los expedientes de los servicios de publicidad requeridos para su contratación, a fin de garantizar el estricto apego a la normatividad.

4. En caso de ser adjudicación directa, invitación a cuando menos tres proveedores o licitación pública, la Dirección de Mercadotecnia y Publicidad le solicita a la Gerencia de Publicidad recabar la documentación necesaria por medio de la Subgerencia de Medios Publicitarios y de Promoción, de acuerdo al procedimiento de contratación.
5. La Subgerencia de Medios Publicitarios y la Subgerencia de Promoción son las encargadas de realizar los anexos, justificaciones, investigaciones de mercado e integrar la documentación necesaria para los servicios de publicidad requeridos, conforme al tipo de contratación según corresponda.
6. La Dirección de Mercadotecnia y Publicidad es la encargada de autorizar las justificaciones presentadas al Comité.




5
4

RESPONSABLE	No. de Op.	DESCRIPCIÓN
-------------	------------	-------------

Dirección de Mercadotecnia y Publicidad	1	INICIO Instruye a la Gerencia de Publicidad preparar la documentación necesaria para la elaboración de los anexos y justificaciones de los medios electrónicos (radio y televisión), impresos, digitales y complementarios que serán sometidos a la consideración y dictaminación del H. Comité de Adquisiciones, Arrendamientos y Servicios de la LOTENAL, con base en el Programa Anual de Promoción y Publicidad autorizado para el ejercicio fiscal de que se trate.
Gerencia de Publicidad	2	Instruye a la Subgerencia de Medios Publicitarios y a la Subgerencia de Promoción solicitar a los proveedores la documentación e información técnica requerida según corresponda, de acuerdo al Programa Anual de Promoción y Publicidad, para elaborar las justificaciones, anexos técnicos, investigaciones de mercado e integración de los expedientes correspondientes.
Subgerencia de Medios Publicitarios	3	Recibe la documentación de radio, televisión y medios impresos, la evalúa y procede a la elaboración del anexo técnico, justificación e investigación de mercado, incluyendo la documentación necesaria de los medios, así como tarifas y demás especificaciones que se consideren pertinentes. Continúa en la operación 5.
Subgerencia de Promoción	4	Recibe la documentación de medios digitales y complementarios, la evalúa y procede a la elaboración del anexo técnico, justificación e investigación de mercado, incluyendo la documentación necesaria de los medios, así como tarifas y demás especificaciones que se consideren pertinentes. Continúa en la operación 6.

 **COMERI**
Comité de Mejora Regulatoria Interna
15 AGO 2018
APROBADO

 **Lotería Nacional**
para la Asistencia Pública

* MANUAL ORIGINAL EN RESGUARDO

POR LA
GERENCIA DE ORGANIZACIÓN Y
DESARROLLO DE PERSONAL

Subgerencia de Medios Publicitarios	5	Entrega revisados y con visto bueno, los anexos técnicos e investigación de mercado a la Gerencia de Publicidad para su autorización. Continúa en la operación 7.
Subgerencia de Promoción	6	Entrega revisados y con visto bueno los anexos técnicos e investigación de mercado a la Gerencia de Publicidad para su autorización. Continúa en la operación 7.
Gerencia de Publicidad	7	Recibe anexos técnicos para su revisión y firma. a) No procede - Reinicia en la operación No. 3 y 4 según corresponda. b) Si procede - Se integra al oficio para solicitar el inicio del proceso de contratación. Continúa en la operación 9 y 10 según corresponda.
	8	Solicita a la Subgerencia de Medios Publicitarios y a la Subgerencia de Promoción tramitar la elaboración de la requisición de compra de cada uno de los proveedores.
Subgerencia de Medios Publicitarios	9	Tramita ante la Dirección de Mercadotecnia y Publicidad las requisiciones de compra requeridas para los servicios de publicidad. Continúa en la operación 11.
Subgerencia de Promoción	10	Tramita ante la Dirección de Mercadotecnia y Publicidad las requisiciones de compra requeridas para los servicios de publicidad. Continúa en la operación 12.
Subgerencia de Medios Publicitarios	11	Recibe las requisiciones de compra y entrega a la Gerencia de Publicidad para su formalización. Continúa en la operación 13.
Subgerencia de Promoción	12	Recibe las requisiciones de compra y entrega a la Gerencia de Publicidad para su formalización. Continúa en la operación 13.
Gerencia de Publicidad	13	Recibe las requisiciones de compra, las formaliza ante la la Dirección de Mercadotecnia y Publicidad y entrega para su registro a la Subgerencia de Medios Publicitarios o a la Subgerencia de Promoción, según corresponda.

5

Subgerencia de Medios Publicitarios	14	Elabora y entrega a la Gerencia de Publicidad oficio junto con los anexos técnicos, justificaciones, investigaciones de mercado, requisiciones de compra, documentación necesaria y/o complementaria, copia del oficio de la Autorización de la Estrategia y el Programa Anual de Promoción y Publicidad. Continúa en la operación 16.
Subgerencia de Promoción	15	Elabora y entrega a la Gerencia de Publicidad oficio junto con los anexos técnicos, justificaciones, investigaciones de mercado, requisiciones de compra, documentación necesaria y/o complementaria, copia del oficio de la Autorización de la Estrategia y el Programa Anual de Promoción y Publicidad. Continúa en la operación 16.
Gerencia de Publicidad	16	Recaba firma de autorización por parte de la Dirección de Mercadotecnia y Publicidad de las justificaciones y envía la documentación a la Gerencia de Recursos Materiales para la dictaminación del Comité de Adquisiciones, Arrendamientos y Servicios.
	17	Recibe la invitación para participar en el Comité de Adquisiciones, Arrendamientos y Servicios, como área solicitante a fin de aclarar las dudas que se presenten en él mismo, quedando en espera de la formalización de los contratos correspondientes.
FIN		



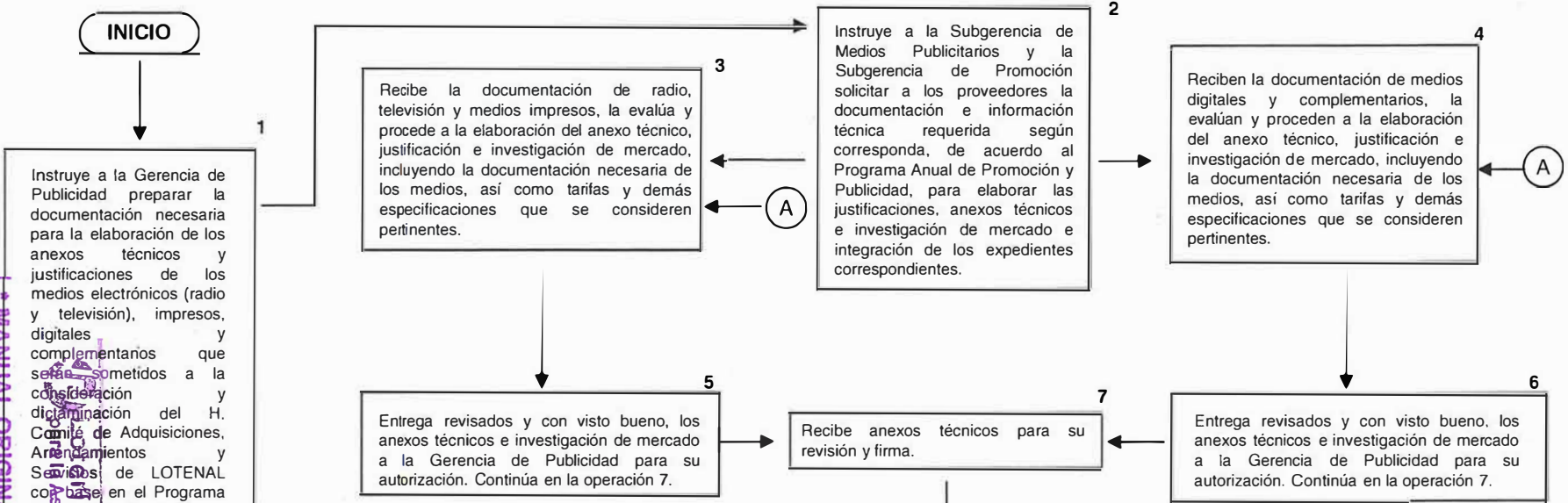
Handwritten signature and initials.



DIAGRAMA DE FLUJO

MANUAL DE PROCEDIMIENTOS DE LA GERENCIA DE PUBLICIDAD	
REV. 05	LN-6223-MP-PO-01
15-08-18	Página 6 de 8

DIRECCIÓN DE MERCADOTECNIA Y PUBLICIDAD	SUBGERENCIA DE MEDIOS PUBLICITARIOS	GERENCIA DE PUBLICIDAD	SUBGERENCIA DE PROMOCIÓN
---	-------------------------------------	------------------------	--------------------------



MANUAL ORIGINAL EN RESGUARDO *
 GERENCIA DE ORGANIZACION Y DESARROLLO DE PERSONAL
 PORTA

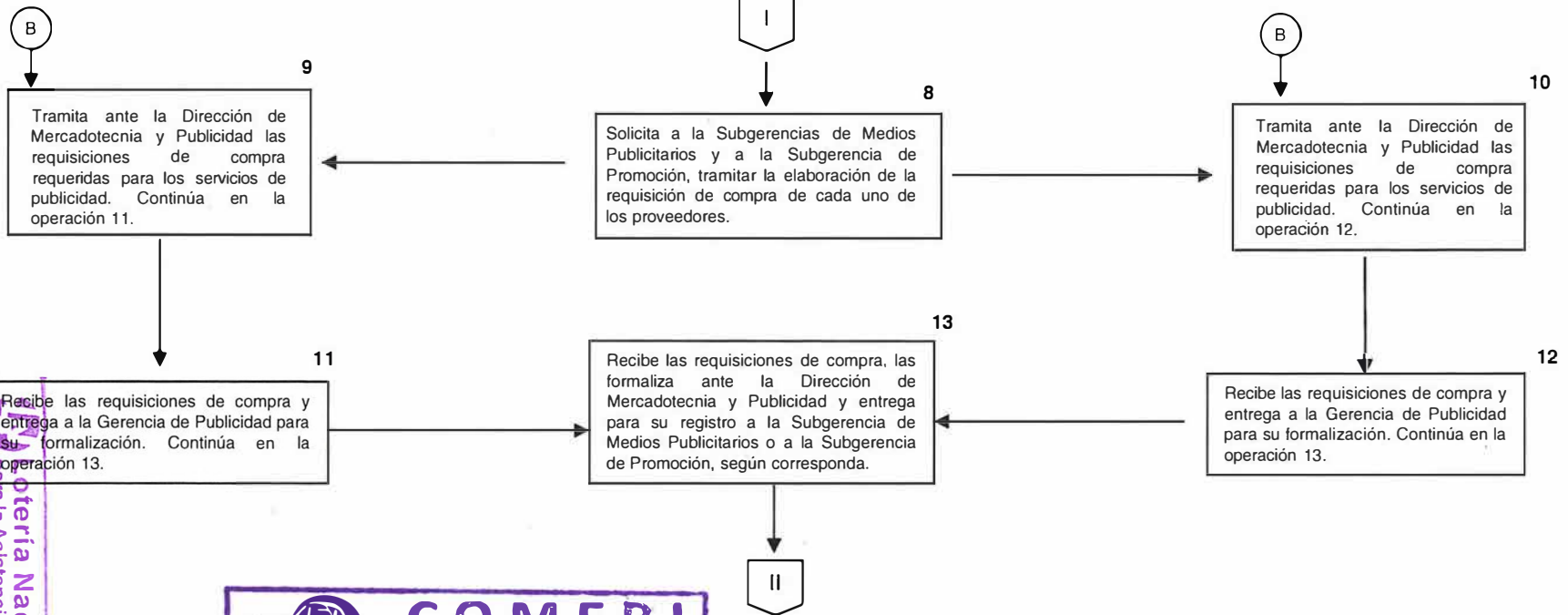
COMERI
 Comité de Mejora Regulatoria Interna
 15 AGO 2018
APROBADO

5



DIAGRAMA DE FLUJO

MANUAL DE PROCEDIMIENTOS DE LA GERENCIA DE PUBLICIDAD	
REV. 05	LN-6223-MP-PO-01
15-08-18	Página 7 de 8



* MANUAL ORIGINAL EN RESGUARDO *
 GERENCIA DE ORGANIZACIÓN Y DESARROLLO DE PERSONAL
 POR I.A

COMERI
 Comité de Mejora Regulatoria Interna
 15 AGO 2018
APROBADO

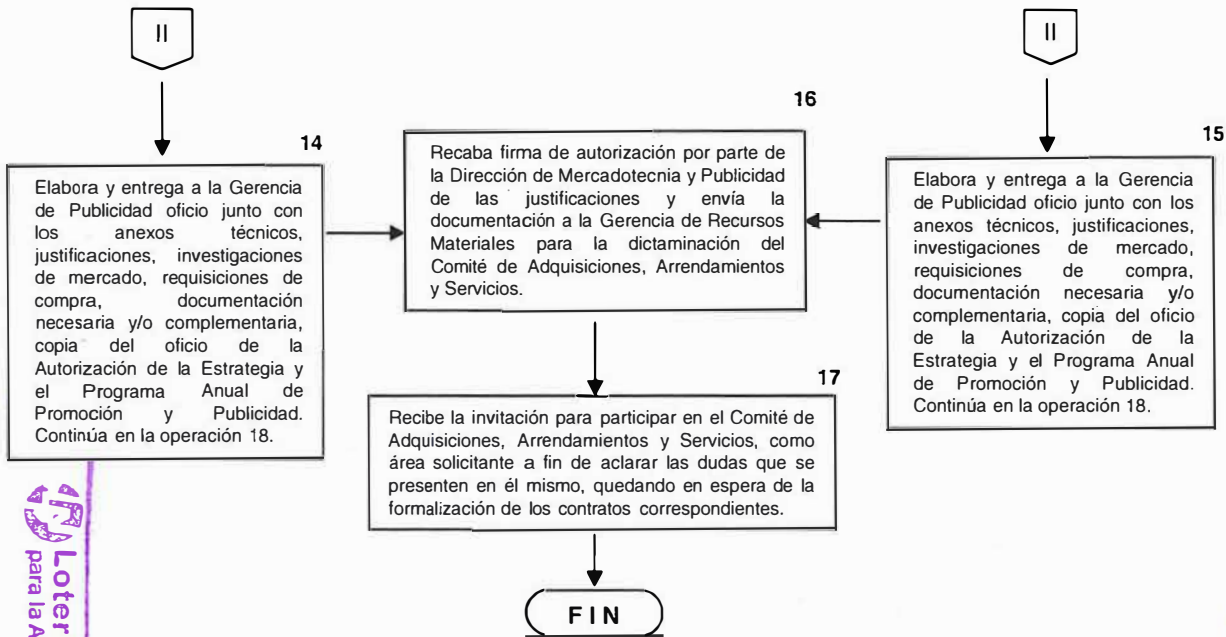
S



DIAGRAMA DE FLUJO

MANUAL DE PROCEDIMIENTOS DE LA GERENCIA DE PUBLICIDAD	
REV. 05	LN-6223-MP-PO-01
15-08-18	Página 8 de 8

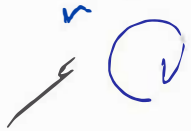
SUBGERENCIA DE MEDIOS PUBLICITARIOS	GERENCIA DE PUBLICIDAD	SUBGERENCIA DE PROMOCIÓN	
-------------------------------------	------------------------	--------------------------	--



GERENCIA DE ORGANIZACIÓN Y DESARROLLO DE PERSONAL
pqr 1,2
* MANUAL ORIGINAL EN RESGUARDO *



Lotería Nacional **COMERI**
Comité de Mejora Regulatoria Interna
15 AGO 2018
APROBADO





LOTERÍA NACIONAL PARA LA ASISTENCIA PÚBLICA
SUBDIRECCIÓN GENERAL DE COMERCIALIZACIÓN Y DE SERVICIOS
DIRECCIÓN DE MERCADOTECNIA Y PUBLICIDAD

MANUAL DE PROCEDIMIENTOS DE LA GERENCIA DE PUBLICIDAD		
PROCEDIMIENTO PARA LA SOLICITUD DE SERVICIOS DE CREATIVIDAD Y/O PRODUCCIÓN.	REV. 05	LN-6223-MP-PO-03
	15-08-18	Página 1 de 5

OBJETIVO:

Realizar los trámites necesarios para la solicitud de los servicios de creatividad y producción para la(s) campaña(s) autorizada(s) en la Estrategia y Programa Anual de Promoción y Publicidad.

ALCANCE:

Dirección de Mercadotecnia y Publicidad, Gerencia de Publicidad, Gerencia de Control Presupuestal y Contabilidad, Gerencia de Recursos Materiales, Subgerencia de Promoción.

POLÍTICAS:

1. La Dirección de Mercadotecnia y Publicidad establece los criterios para solicitar a la Gerencia de Publicidad, la creatividad y producción de los materiales de las campañas de publicidad.
2. La Gerencia de Publicidad es la responsable de solicitar los servicios de creatividad y producción a la Subgerencia de Promoción de acuerdo a los criterios solicitados por la Dirección de Mercadotecnia y Publicidad.
3. Es responsabilidad de la Subgerencia de Promoción la elaboración y supervisión de la documentación requerida para los servicios de creatividad y producción, de acuerdo al proceso de contratación.




5

RESPONSABLE	No. de Op.	DESCRIPCIÓN
-------------	------------	-------------

Dirección de Mercadotecnia y Publicidad	1	INICIO Instruye a la Gerencia de Publicidad para que realice los trámites necesarios para la contratación de la creatividad y producción de la(s) campaña(s) autorizada(s), de acuerdo al tipo de contratación requerida y a las necesidades del servicio.
	2	Solicita a la Subgerencia de Promoción la elaboración del anexo técnico y en su caso justificación, investigación de mercado y/o documentación complementaria, para llevar a cabo el proceso de contratación correspondiente, de acuerdo a las necesidades del servicio.
Gerencia de Publicidad	3	Elabora justificación, anexo técnico, documentación necesaria y en su caso la investigación de mercado, detallando las necesidades del servicio que se requiere y turna a la Gerencia de Publicidad para su formalización.
	4	Solicita a la Dirección de Mercadotecnia y Publicidad, la elaboración de la requisición de compra.
Subgerencia de Promoción	5	Recibe la requisición de compra, la revisa y la entrega a la Gerencia de Publicidad para su formalización.
	6	Recibe la requisición de compra y la entrega a la Dirección de Mercadotecnia y Publicidad para autorización y recabar el sello de suficiencia presupuestal de la Gerencia de Control Presupuestal y Contabilidad, una vez recibida, entrega a la Subgerencia de Promoción.
Gerencia de Publicidad	7	Recibe la requisición de compra debidamente autorizada y con el sello de suficiencia presupuestal para su integración al expediente de solicitud de contratación de los servicios requeridos.
Subgerencia de Promoción		


COMERI
 Comité de Mejora Regulatoria Interna
 15 AGO 2018
APROBADO


Lotería Nacional
 para la Asistencia Pública
 * **MANUAL ORIGINAL EN RESGUARDO**
 POR LA
 GERENCIA DE ORGANIZACIÓN
 DESARROLLO DE PERSONAL

Gerencia de Publicidad	8	Recibe anexo técnico y en su caso justificación e investigación de mercado debidamente revisado, integrando el expediente para su formalización.
	9	Envía a la Gerencia de Recursos Materiales, el oficio anexando la documentación necesaria (anexo técnico, justificación, entre otros), para solicitar los servicios requeridos de creatividad y producción.
		FIN


COMERI
 Comité de Mejora Regulatoria Interna
 15 AGO 2018
 APROBADO


Lotería Nacional
 para la Asistencia Pública
 * MANUAL ORIGINAL EN RESGUARDO *
 POR I.A
 GERENCIA DE ORGANIZACION Y
 DESARROLLO DE PERSONAL

C
S



DIAGRAMA DE FLUJO

MANUAL DE PROCEDIMIENTOS DE LA GERENCIA DE PUBLICIDAD	
REV. 05	LN-6223-MP-PO-03
15-08-18	Página 4 de 5

DIRECCIÓN DE MERCADOTECNIA Y PUBLICIDAD	GERENCIA DE PUBLICIDAD	SUBGERENCIA DE PROMOCIÓN
---	------------------------	--------------------------

INICIO

1
Instruye a la Gerencia de Publicidad para que realice los trámites necesarios para la contratación de la creatividad y producción de la(s) campaña(s) autorizada(s), de acuerdo al tipo de contratación requerida y a las necesidades del servicio.

2
Solicita a la Subgerencia de Promoción la elaboración del anexo técnico y en su caso justificación, investigación de mercado y/o documentación complementaria, para llevar a cabo el proceso de contratación correspondiente, de acuerdo a las necesidades del servicio.

3
Elabora justificación, anexo técnico, documentación necesaria y en su caso investigación de mercado, detallando las necesidades del servicio que se requiere y turna a la Gerencia de Publicidad para su formalización.

4
Solicita a la Dirección de Mercadotecnia y Publicidad la elaboración de la requisición de compra.

5
Recibe la requisición de compra, la revisa y la entrega a la Gerencia de Publicidad para su formalización.



MANUAL ORIGINAL EN RESGUARDO *
GERENCIA DE ORGANIZACIÓN Y DESARROLLO DE PERSONAL
PCR 1,ª

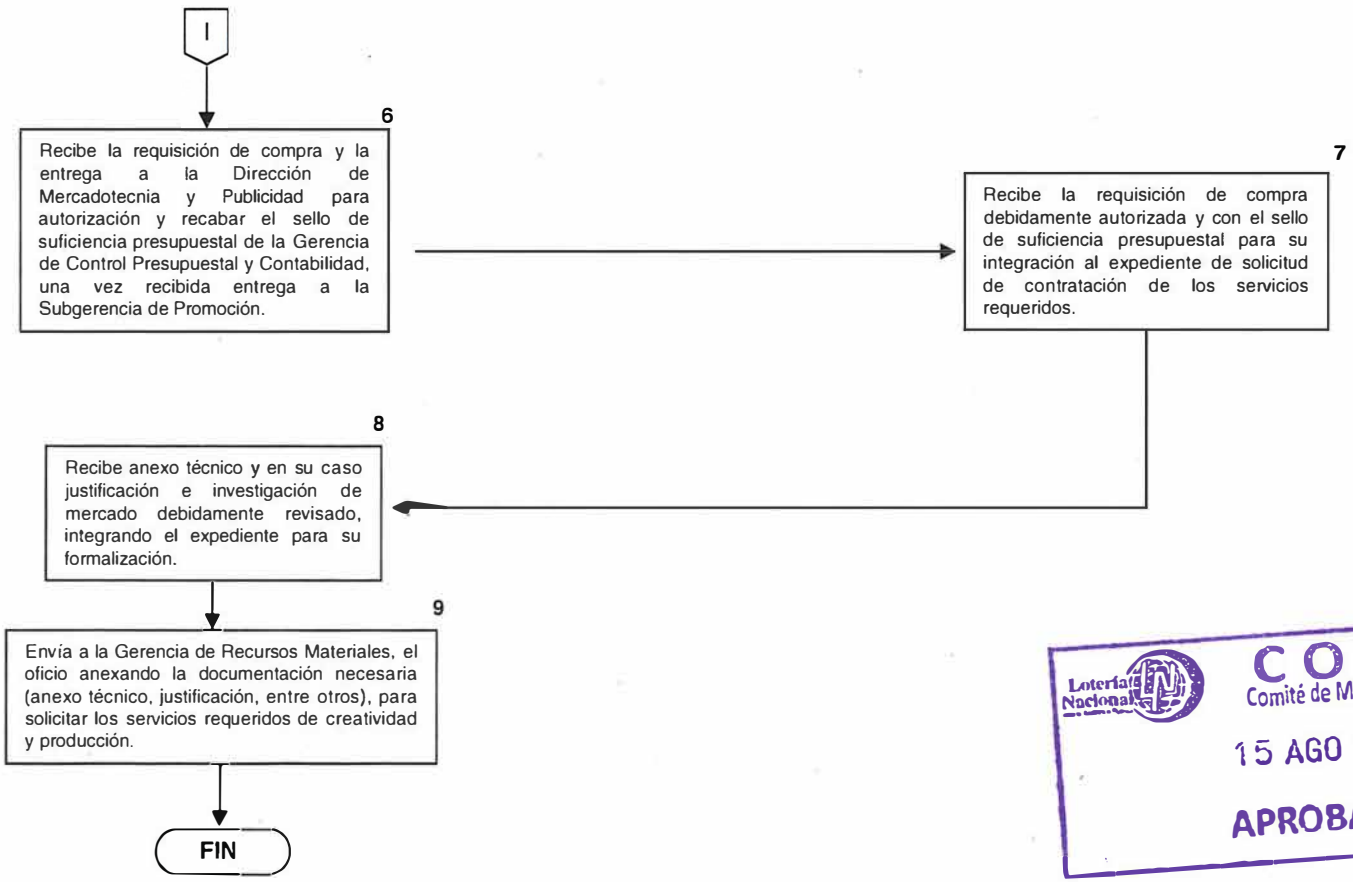
Lotería Nacional
COMERI
Comité de Mejora Regulatoria Interna
15 AGO 2018
APROBADO

5
[Handwritten signature]



DIAGRAMA DE FLUJO

MANUAL DE PROCEDIMIENTOS DE LA GERENCIA DE PUBLICIDAD	
REV. 05	LN-6223-MP-PO-03
15-08-18	Página 5 de 5



* MANUAL ORIGINAL EN RESGUARDO *

GERENCIA DE ORGANIZACIÓN Y DESARROLLO DE PERSONAL

POR: J. D. G.

Lotería Nacional para la Asistencia Pública

COMERI
Comité de Mejora Regulatoria Interna
15 AGO 2018
APROBADO

5



**LOTERÍA NACIONAL PARA LA ASISTENCIA PÚBLICA
SUBDIRECCIÓN GENERAL DE COMERCIALIZACIÓN Y DE SERVICIOS
DIRECCIÓN DE MERCADOTECNIA Y PUBLICIDAD**

MANUAL DE PROCEDIMIENTOS DE LA GERENCIA DE PUBLICIDAD		
PROCEDIMIENTO PARA EL SEGUIMIENTO DE CAMPAÑAS PUBLICITARIAS EN MEDIOS ELECTRÓNICOS (RADIO Y TELEVISIÓN), IMPRESOS, MEDIOS DIGITALES Y COMPLEMENTARIOS.	REV. 05	LN-6223-MP-PO-05
	15-08-18	Página 1 de 12

OBJETIVO:

Coordinar el uso de los diferentes medios contratados para apoyar las campañas de publicidad autorizadas en el Programa Anual de Promoción y Publicidad, así como la elaboración de las órdenes de inserción, transmisión, servicio o colocación que servirán para la difusión de las distintas campañas, en radio, televisión, medios impresos, digitales y complementarios.

ALCANCE:

Dirección de Mercadotecnia y Publicidad, Gerencia de Publicidad, Subgerencia de Medios Publicitarios, Subgerencia de Promoción.

POLÍTICAS:

1. La Dirección de Mercadotecnia y Publicidad evalúa con la Subdirección General de Comercialización y de Servicios la distribución del presupuesto para la contratación de los servicios de publicidad, previo a la formalización de la Gerencia de Publicidad.
2. Los servicios publicitarios son formalizados por la Gerencia de Publicidad, a través de las órdenes de servicio que le son proporcionadas por las Subgerencias de Medios Publicitarios y la Subgerencia de Promoción.
3. La Subgerencia de Medios Publicitarios elabora las órdenes de inserción, transmisión o servicio para la difusión de las campañas en radio, televisión y medios impresos, tomando en consideración el presupuesto asignado.
4. La Subgerencia de Promoción elabora las órdenes de servicio de medios digitales y complementarios, tomando en consideración el presupuesto asignado.
5. La Subgerencia de Medios Publicitarios debe revisar que las órdenes emitidas no rebasen el presupuesto autorizado para cada medio.
6. La Subgerencia de Promoción debe revisar que las órdenes emitidas no rebasen el presupuesto autorizado para cada medio.

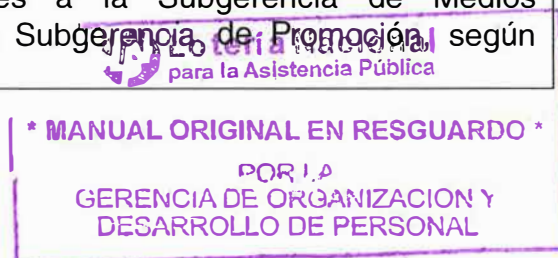


7. La Subgerencia de Medios Publicitarios es la encargada de verificar que cada orden de transmisión o inserción para la difusión de las campañas en radio, televisión y medios impresos, lleve los datos de control correspondientes, para que sean autorizadas por la Gerencia de Publicidad.
8. La Subgerencia de Promoción es la encargada de verificar que cada orden de servicio de medios digitales y complementarios, lleve los datos de control correspondientes, para que sean autorizadas por la Gerencia de Publicidad.
9. La Subgerencia de Medios Publicitarios y la Subgerencia de Promoción, supervisarán que las órdenes de servicio sean realizadas considerando los términos de los contratos de cada proveedor.
10. La Subgerencia de Medios Publicitarios coordina, supervisa, verifica y da seguimiento a los servicios publicitarios contratados para radio, televisión y medios impresos.
11. La Subgerencia de Promoción coordina, supervisa, verifica y da seguimiento a los servicios publicitarios contratados para medios digitales y complementarios.



RESPONSABLE	No. de Op.	DESCRIPCIÓN
-------------	------------	-------------

Dirección de Mercadotecnia y Publicidad	1	INICIO Solicita a la Gerencia de Publicidad que coordine la utilización de los diferentes medios contratados para el apoyo de las campañas autorizadas en el Programa Anual de Promoción y Publicidad. Cada campaña será autorizada previamente en cuanto a diseño, contenido y presupuesto.
Gerencia de Publicidad	2	Instruye a la Subgerencia de Medios Publicitarios y a la Subgerencia de Promoción según corresponda, se elabore la pauta de la campaña en los formatos de Gobernación, considerando el Programa Anual de Promoción y Publicidad, la cobertura que se requiere y el presupuesto proporcionado por la Dirección de Mercadotecnia y Publicidad.
Subgerencia de Medios Publicitarios	3	Elabora las órdenes de transmisión e inserción con la información de los formatos de Gobernación y considerando los términos de los contratos de cada proveedor, así como los montos, espacios, formatos a utilizar y periodo de lanzamiento de las campañas de radio, televisión y medios impresos y entrega a la Gerencia de Publicidad para su autorización. Seguir con la operación 5.
Subgerencia de Promoción	4	Elabora las órdenes de servicio con la información de los formatos de Gobernación y considerando los términos de los contratos de cada proveedor, así como los montos, espacios, formatos a utilizar y periodo de lanzamiento de las campañas de medios digitales y complementarios y entrega a la Gerencia de Publicidad para su autorización. Seguir con la operación 5.
Gerencia de Publicidad	5	Recibe las órdenes, debidamente revisadas, las autoriza y gira instrucciones a la Subgerencia de Medios Publicitarios y a la Subgerencia de Promoción, según corresponda.



5

15 AGO 2018

APROBADO

- A) Autoriza.- Continúa en la siguiente operación.
B) No autoriza. Regresa a la operación no. 3 y 4 según corresponda.

Subgerencia de Medios Publicitarios

6 Entrega a la Subgerencia de Medios Publicitarios y a la Subgerencia de Promoción las órdenes de inserción, transmisión, o servicio autorizadas según corresponda.

Subgerencia de Promoción

7 Recibe las órdenes de transmisión e inserción y entrega a los proveedores de radio, televisión y medios impresos con el material publicitario. Seguir con la operación 9.

Dirección de Mercadotecnia y Publicidad

8 Recibe las órdenes de servicio y entrega a los proveedores de medios digitales y complementarios con el material publicitario. Seguir con la operación 9.

9 Recibe la documentación de los proveedores sujeta a revisión: factura que cumpla con requisitos fiscales, orden de servicio original, y en su caso, las bitácoras, reportes y/o testigos, que amparen las inserciones, transmisiones o servicios prestados.

Una vez verificada y registrada la documentación antes citada, entrega la misma para revisión y conciliación del servicio prestado a las Subgerencias de Medios Publicitarios o a la Subgerencia de Promoción según corresponda.

Si la documentación no está completa o contiene errores, es devuelta al proveedor, en espera de que sea sustituida.

Subgerencia de Medios Publicitarios

10 Recibe de la Dirección de Mercadotecnia y Publicidad las facturas de radio, televisión y medios impresos con la documentación original y revisa que coincida con la orden de servicio.

- A) Correctas.- Continúa en la operación 12.
B) Incorrectas.- Regresa a la operación núm. 9

Subgerencia de Promoción

11 Recibe de la Dirección de Mercadotecnia y Publicidad las facturas de medios digitales y complementarios con la documentación original y revisa que coincida con la orden de servicio.


* MANUAL ORIGINAL EN RESGUARDO *

POR I.A
GERENCIA DE ORGANIZACION Y
DESARROLLO DE PERSONAL

Handwritten mark: a circle with the number 5 and an arrow pointing upwards.

<p>Subgerencia de Medios Publicitarios</p>	<p>12</p>	<p>A) Correctas.- Continúa en la operación 13. B) Incorrectas.- Regresa a la operación núm. 9</p> <p>Lleva a cabo la verificación y conciliación del servicio solicitado de acuerdo a la orden correspondiente de radio, televisión y medios impresos.</p> <p>En caso de contratar a una empresa conciliadora de medios, ésta es la responsable de realizar las conciliaciones respectivas.</p> <p>Después de cumplir con lo anterior de acuerdo a la orden de servicio se procederá en la siguiente forma:</p> <p>A) Si el medio cumplió en su totalidad.- Continúa con la operación 17 B) Si no cumplió.- Continúa con la operación 14</p>
<p>Subgerencia de Promoción</p>	<p>13</p>	<p>Lleva a cabo la verificación y conciliación del servicio solicitado de acuerdo a la orden correspondiente de medios digitales y complementarios.</p> <p>En caso de contratar a una empresa conciliadora de medios, ésta es la responsable de realizar las conciliaciones respectivas.</p> <p>Después de cumplir con lo anterior de acuerdo a la orden de servicio se procederá en la siguiente forma:</p> <p>C) Si el medio cumplió en su totalidad.- Continúa con la operación 18 D) Si no cumplió.- Continúa con la operación 15.</p>
<p>Subgerencia de Medios Publicitarios</p>	<p>14</p>	<p>Elabora oficio dirigido al proveedor donde se le notifica la aplicación de la pena, solicitándole la nota de crédito por su falta de cumplimiento, o en su caso el monto que deberá reintegrar por dicho concepto. Lo turnan a la Gerencia de Publicidad para firma. Seguir con la operación 16.</p>

 **COMERI**
Comité de Mejora Regulatoria Interna
15 AGO 2018
APROBADO

 **Lotería Nacional**
para la Asistencia Pública

*** MANUAL ORIGINAL EN RESGUARDO ***
POR I.A
GERENCIA DE ORGANIZACION Y
DESARROLLO DE PERSONAL

5

Subgerencia de Promoción	15	Elabora oficio dirigido al proveedor donde se le notifica la aplicación de la pena, solicitándole la nota de crédito por su falta de cumplimiento, o en su caso el monto que deberá reintegrar por dicho concepto. Lo turnan a la Gerencia de Publicidad para firma. Seguir con la operación 16.
Gerencia de Publicidad	16	Recibe oficio para formalización de la notificación de la pena y entrega a la Subgerencia de Medios Publicitarios (operación 17) o a la Subgerencia de Promoción (operación 18), para su aplicación según corresponda.
Subgerencia de Medios Publicitarios	17	Prepara la documentación debidamente verificada y conciliada para turnar a la Gerencia de Publicidad, para trámite de pago. Seguir con la operación 19.
Subgerencia de Promoción	18	Prepara la documentación debidamente verificada y conciliada para turnar a la Gerencia de Publicidad, para trámite de pago. Seguir con la operación 19.
Gerencia de Publicidad	19	Recibe la documentación correspondiente, autoriza y gira instrucciones a la Subgerencia de Medios Publicitarios y a la Subgerencia de Promoción según corresponda, para que se inicie el trámite de pago. A) Autoriza.- Continúa en la operación 20 y 21 según corresponda. B) No autoriza. Regresa a la operación no. 9.
		Entrega la documentación autorizada a las Subgerencias de Medios Publicitarios o a la Subgerencia de Promoción según corresponda, para iniciar el trámite de pago.
Subgerencia de Medios Publicitarios	20	Recibe la documentación debidamente autorizada y la turna a la Dirección de Mercadotecnia y Publicidad para iniciar el trámite de pago. Seguir con la operación 22.
Subgerencia de Promoción	21	Recibe la documentación debidamente autorizada y la turna a la Dirección de Mercadotecnia y Publicidad para iniciar el trámite de pago. Seguir con la operación 22.

 **COMERI**
Comité de Mejora Regulatoria Interna
15 AGO 2018
APROBADO

 **Lotería Nacional**
para la Asistencia Pública

*** MANUAL ORIGINAL EN RESGUARDO ***
POR LA
GERENCIA DE ORGANIZACION Y
DESARROLLO DE PERSONAL

5

<p>Dirección de Mercadotecnia y Publicidad</p>	<p>22</p>	<p>Recibe la documentación debidamente autorizada. Elabora el Control de Medios, la Cuenta por Liquidar Certificada (CLC) y obtiene del sistema GRP el CFDI y turna a la Gerencia de Publicidad para su autorización e iniciar el trámite de pago.</p>
<p>Gerencia de Publicidad</p>	<p>23</p>	<p>Recibe la documentación para autorización de trámite de pago.</p> <p>A) Autoriza.- Continúa en la operación 24. B) No autoriza. Regresa a la operación no. 22</p>
<p>Dirección de Mercadotecnia y Publicidad</p>	<p>24</p>	<p>Recibe la documentación autorizada, registra para control e inicia el trámite de pago ante la Gerencia de Control Presupuestal y Contabilidad, después de iniciado este trámite, escanea la documentación y la envía a la Subgerencia de Medios Publicitarios y a la Subgerencia de Promoción, según corresponda para archivo digital.</p> <p>FIN</p>



5



DIAGRAMA DE FLUJO

MANUAL DE PROCEDIMIENTOS DE LA GERENCIA DE PUBLICIDAD	
REV. 05	LN-6223-MP-PO-05
15-08-18	Página 8 de 12

DIRECCIÓN DE MERCADOTECNIA Y PUBLICIDAD	SUBGERENCIA DE MEDIOS PUBLICITARIOS	GERENCIA DE PUBLICIDAD	SUBGERENCIA DE PROMOCIÓN
---	-------------------------------------	------------------------	--------------------------

INICIO

1
Solicita a la Gerencia de Publicidad que coordine la utilización de los diferentes medios contratados para el apoyo de las campañas autorizadas en el Programa Anual de Promoción y Publicidad. Cada campaña será autorizada previamente en cuanto a diseño, contenido y presupuesto.

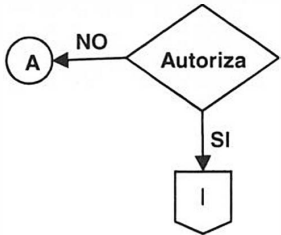
A

3
Elabora las órdenes de transmisión e inserción con la información de los formatos de Gobernación y considerando los términos de los contratos de cada proveedor, así como los montos, espacios, formatos a utilizar y periodo de lanzamiento de las campañas de radio, televisión y medios impresos y entrega a la Gerencia de Publicidad para su autorización Seguir con la operación 5.

A

2
Instruye a la Subgerencia de Medios Publicitarios y a la Subgerencia de Promoción según corresponda, se elabore la pauta de la campaña en los formatos de Gobernación, considerando el Programa Anual de Promoción y Publicidad, la cobertura que se requiere y el presupuesto proporcionado por la Dirección de Mercadotecnia y Publicidad.

5
Recibe las órdenes, debidamente revisadas, las autoriza y gira instrucciones a la Subgerencia de Medios Publicitarios y a la Subgerencia de Promoción, según corresponda.



4
Elabora las órdenes de servicio con la información de los formatos de Gobernación y considerando los términos de los contratos de cada proveedor, así como los montos, espacios, formatos a utilizar y periodo de lanzamiento de las campañas de medios digitales y complementarios y entrega a la Gerencia de Publicidad para su autorización Seguir con la operación 5.

A

GERENCIA DE ORGANIZACIÓN Y DESARROLLO DE PERSONAL
 MANUAL ORIGINAL EN RESGUARDO *
 Lotería Nacional para la Asistencia Pública

COMERI
 Comité de Mejora Regulatoria Interna
 15 AGO 2018
APROBADO

Handwritten initials and a signature.



DIAGRAMA DE FLUJO

MANUAL DE PROCEDIMIENTOS DE LA GERENCIA DE PUBLICIDAD	
REV. 05	LN-6223-MP-PO-05
15-08-18	Página 9 de 12

GERENCIA DE PUBLICIDAD	SUBGERENCIA DE MEDIOS PUBLICITARIOS	SUBGERENCIA DE PROMOCIÓN	DIRECCIÓN DE MERCADOTECNIA Y PUBLICIDAD
------------------------	-------------------------------------	--------------------------	---

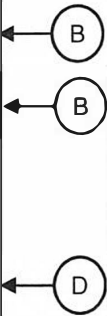
I

6
Entrega a la Subgerencia de Medios Publicitarios y a la Subgerencia de Promoción las órdenes de inserción, transmisión, o servicio autorizadas según corresponda.

7
Recibe las órdenes de transmisión e inserción y entrega a los proveedores de radio, televisión y medios impresos con el material publicitario. Seguir con la operación 9.

8
Recibe las órdenes de servicio y entrega a los proveedores de medios digitales y complementarios con el material publicitario. Seguir con la operación 9.

9
Recibe la documentación de los proveedores sujeta a revisión: factura que cumpla con requisitos fiscales, orden de servicio original, y en su caso, las bitácoras, reportes y/o testigos, que amparen las inserciones, transmisiones o servicios prestados. Una vez verificada y registrada la documentación antes citada, entrega la misma para revisión y conciliación del servicio prestado a las Subgerencia de Medios Publicitarios o la Subgerencia de Promoción según corresponda. Si la documentación no está completa o contiene errores, es devuelta al proveedor, en espera de que sea sustituida.



MANUAL ORIGINAL EN RESGUARDO *
 POR LA GERENCIA DE ORGANIZACIÓN Y DESARROLLO DE PERSONAL

Lotería Nacional para la Asistencia Pública

COMERI
 Comité de Mejora Regulatoria Interna
 15 AGO 2018
APROBADO

II

5



15 AGO 2018

APROBADO

DIAGRAMA DE FLUJO

MANUAL DE PROCEDIMIENTOS DE LA GERENCIA DE PUBLICIDAD	
REV. 05	LN-6223-MP-PO-05
15-08-18	Página 10 de 12

SUBGERENCIA DE MEDIOS PUBLICITARIOS

SUBGERENCIA DE PROMOCIÓN

II

10

Recibe de la Dirección de Mercadotecnia y Publicidad las facturas de radio, televisión y medios impresos con la documentación original y revisa que coincida con la orden de servicio.

Procede

NO

B

SI

12

Lleva a cabo la verificación y conciliación del servicio solicitado de acuerdo a la orden correspondiente de radio, televisión y medios impresos.
En caso de contratar a una empresa conciliadora de medios, ésta es la responsable de realizar las conciliaciones respectivas.
Después de cumplir con lo anterior de acuerdo a la orden de servicio se procederá en la siguiente forma:
A) Si el medio cumplió en su totalidad.- Continúa con la operación 17
B) Si no cumplió.- Continúa con la operación 14

Aprueba

SI

C

NO

III

II

11

Recibe de la Dirección de Mercadotecnia y Publicidad las facturas de medios digitales y complementarios con la documentación original y revisa que coincida con la orden de servicio.

Procede

NO

B

SI

13

Lleva a cabo la verificación y conciliación del servicio solicitado de acuerdo a la orden correspondiente de medios digitales y complementarios.
En caso de contratar a una empresa conciliadora de medios, ésta es la responsable de realizar las conciliaciones respectivas.
Después de cumplir con lo anterior de acuerdo a la orden de servicio se procederá en la siguiente forma:
A) Si el medio cumplió en su totalidad.- Continúa con la operación 18
B) Si no cumplió.- Continúa con la operación 15

Aprueba

SI

C

NO

III

* MANUAL ORIGINAL PARA LA ASISTENCIA PÚBLICA
 GERENCIA DE ORGANIZACIÓN Y DESARROLLO DE PERSONAL





COMERI
Comité de Mejora Regulatoria Interna

15 AGO 2018

APROBADO

GRAMA DE FLUJO

**MANUAL DE PROCEDIMIENTOS DE LA
GERENCIA DE PUBLICIDAD**

REV. 05

LN-6223-MP-PO-05

15-08-18

Página 11 de 12

SUBGERENCIA DE MEDIOS PUBLICITARIOS

GERENCIA DE PUBLICIDAD

SUBGERENCIA DE PROMOCIÓN



14

Elabora oficio dirigido al proveedor donde se le notifica la aplicación de la pena, solicitándole la nota de crédito por su falta de cumplimiento, o en su caso el monto que deberá reintegrar por dicho concepto. Lo turnan a la Gerencia de Publicidad para firma. Seguir con la operación 16.



15

Elabora oficio dirigido al proveedor donde se le notifica la aplicación de la pena, solicitándole la nota de crédito por su falta de cumplimiento, o en su caso el monto que deberá reintegrar por dicho concepto. Lo turnan a la Gerencia de Publicidad para firma. Seguir con la operación 16.

16

Recibe oficio para formalización de la notificación de la pena y entrega a la Subgerencia de Medios Publicitarios (operación 17) o a la Subgerencia de Promoción (operación 18), para su aplicación según corresponda.

17

Prepara la documentación debidamente verificada y conciliada para turnar a la Gerencia de Publicidad, para trámite de pago. Seguir con la operación 19.

18

Prepara la documentación debidamente verificada y conciliada para turnar a la Gerencia de Publicidad, para trámite de pago. Seguir con la operación 19.

19

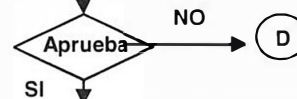
Recibe la documentación correspondiente, autoriza y gira instrucciones a la Subgerencia de Medios Publicitarios y a la Subgerencia de Promoción según corresponda, para que se inicie el trámite de pago.

20

Recibe la documentación debidamente autorizada y la turna a la Dirección de Mercadotecnia y Publicidad para iniciar el trámite de pago. Seguir con la operación 22.

21

Recibe la documentación debidamente autorizada y la turna a la Dirección de Mercadotecnia y Publicidad para iniciar el trámite de pago. Seguir con la operación 22.



Entrega la documentación autorizada a la Subgerencia de Medios Publicitarios o a la Subgerencia de Promoción para iniciar el trámite de pago.



GERENCIA DE ORGANIZACIÓN Y
DESARROLLO DE PERSONAL

PORTA

* MANUAL ORIGINAL EN RESGUARDO *

Lotería Nacional
para la Asistencia Pública

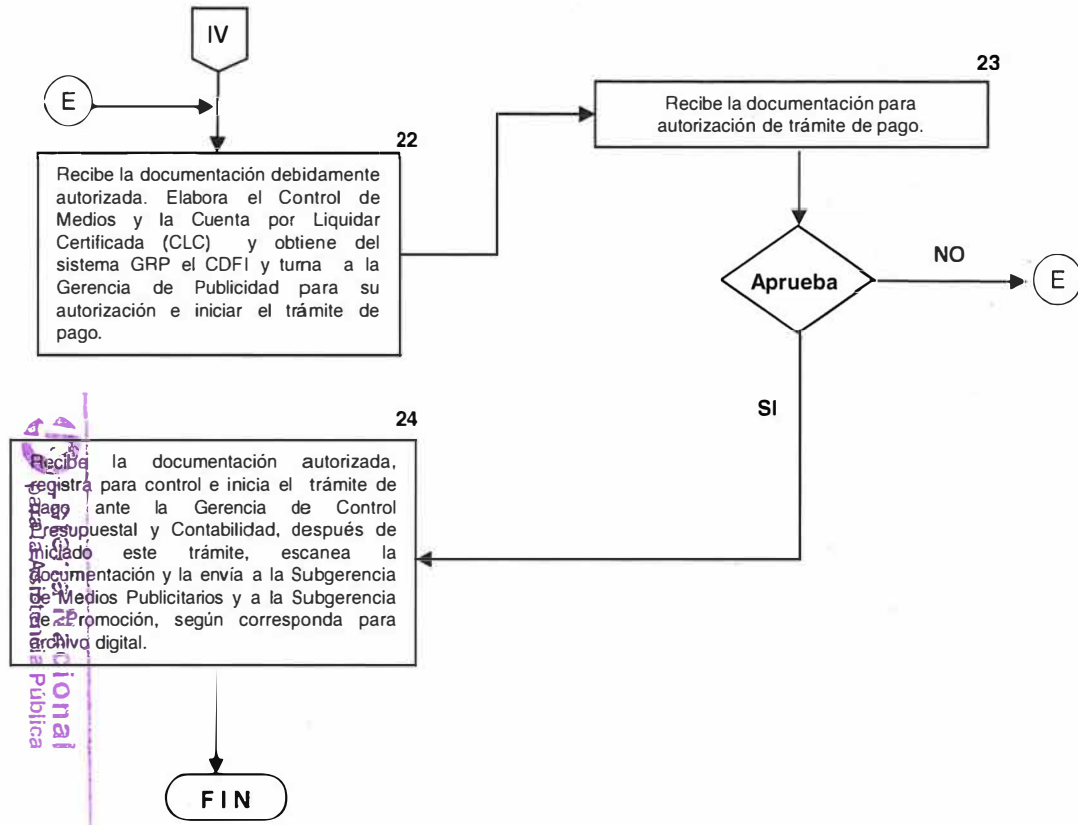
5



DIAGRAMA DE FLUJO

MANUAL DE PROCEDIMIENTOS DE LA GERENCIA DE PUBLICIDAD	
REV. 05	LN-6223-MP-PO-05
15-08-18	Página 12 de 12

DIRECCIÓN DE MERCADOTECNIA Y PUBLICIDAD	GERENCIA DE PUBLICIDAD	
---	------------------------	--



* MANUAL ORIGINAL EN RESGUARDO *

GERENCIA DE ORGANIZACIÓN Y DESARROLLO DE PERSONAL

POR 12

Lotería Nacional para la Asistencia Pública

 **COMERI**
Comité de Mejora Regulatoria Interna

15 AGO 2018

APROBADO

S



**LOTERÍA NACIONAL PARA LA ASISTENCIA PÚBLICA
SUBDIRECCIÓN GENERAL DE COMERCIALIZACIÓN Y DE SERVICIOS
DIRECCIÓN DE MERCADOTECNIA Y PUBLICIDAD**

MANUAL DE PROCEDIMIENTOS DE LA GERENCIA DE PUBLICIDAD		
PROCEDIMIENTO PARA EL SEGUIMIENTO DE PRODUCCIÓN DE MATERIALES PARA LOS MEDIOS IMPRESOS, ELECTRÓNICOS (RADIO Y TELEVISIÓN) DIGITALES Y COMPLEMENTARIOS.	REV. 05	LN-6223-MP-PO-06
	15-08-18	Página 1 de 3

OBJETIVO:

Supervisar el desarrollo de los materiales necesarios de creatividad y producción para la difusión de los sorteos y/o campañas autorizadas.

ALCANCE:

Dirección de Mercadotecnia y Publicidad, Gerencia de Publicidad, Subgerencia de Promoción y Subgerencia de Medios Publicitarios.

POLÍTICAS:

1. La Dirección de Mercadotecnia y Publicidad determina la creatividad y producción de acuerdo a las necesidades de cada campaña.
2. La Gerencia de Publicidad instruye a la Subgerencia de Promoción, coordinar la elaboración de los materiales creativos y de producción requeridos para la difusión de los productos de la Entidad y/o sus campañas de publicidad.
3. La Subgerencia de Promoción es la encargada de supervisar el desarrollo de la creatividad y la de producción de los materiales para medios impresos, electrónicos (radio y televisión), digitales y complementarios, requeridos para las campañas de publicidad.



Handwritten signature and the number 5.

RESPONSABLE	No. de Op.	DESCRIPCIÓN
Dirección de Mercadotecnia y Publicidad	1	INICIO Aprueba la creatividad para las campañas y gira instrucciones a la Gerencia de Publicidad para coordinar los servicios de producción de los materiales que se utilizarán en la difusión de las campañas autorizadas.
Gerencia de Publicidad	2	Instruye a la Subgerencia de Promoción proporcionar los materiales requeridos para la difusión de las campañas de publicidad y/o sus productos, entre otros.
Subgerencia de Promoción	3	Coordina con el proveedor la producción del material a ser utilizado en las campañas y presenta la copia de trabajo a la Gerencia de Publicidad para autorización de la Dirección de Mercadotecnia y Publicidad.
Gerencia de Publicidad	4	Presenta la copia de trabajo a la Dirección de Mercadotecnia y Publicidad para autorización.
Dirección de Mercadotecnia y Publicidad	5	Evalúa la copia de trabajo de los materiales para las campañas de publicidad: A) Autoriza. - Continúa en la operación número 6. B) No autoriza. - Regresa a la operación número 3.
Gerencia de Publicidad	6	Solicita a la Subgerencia de Promoción dar seguimiento a la entrega de materiales autorizados al proveedor de acuerdo a las necesidades de cada campaña y cada medio con base en el Programa Anual de Promoción y Publicidad autorizado.
Subgerencia de Promoción	7	Proporciona a la Subgerencia de Medios Publicitarios los diferentes materiales, a efecto de ser entregados a los proveedores para su inserción y/o transmisión, junto con las órdenes correspondientes, para el caso de medios digitales y complementarios será la misma Subgerencia de Promoción quien los entregue a los proveedores junto con las órdenes de servicio.
		FIN

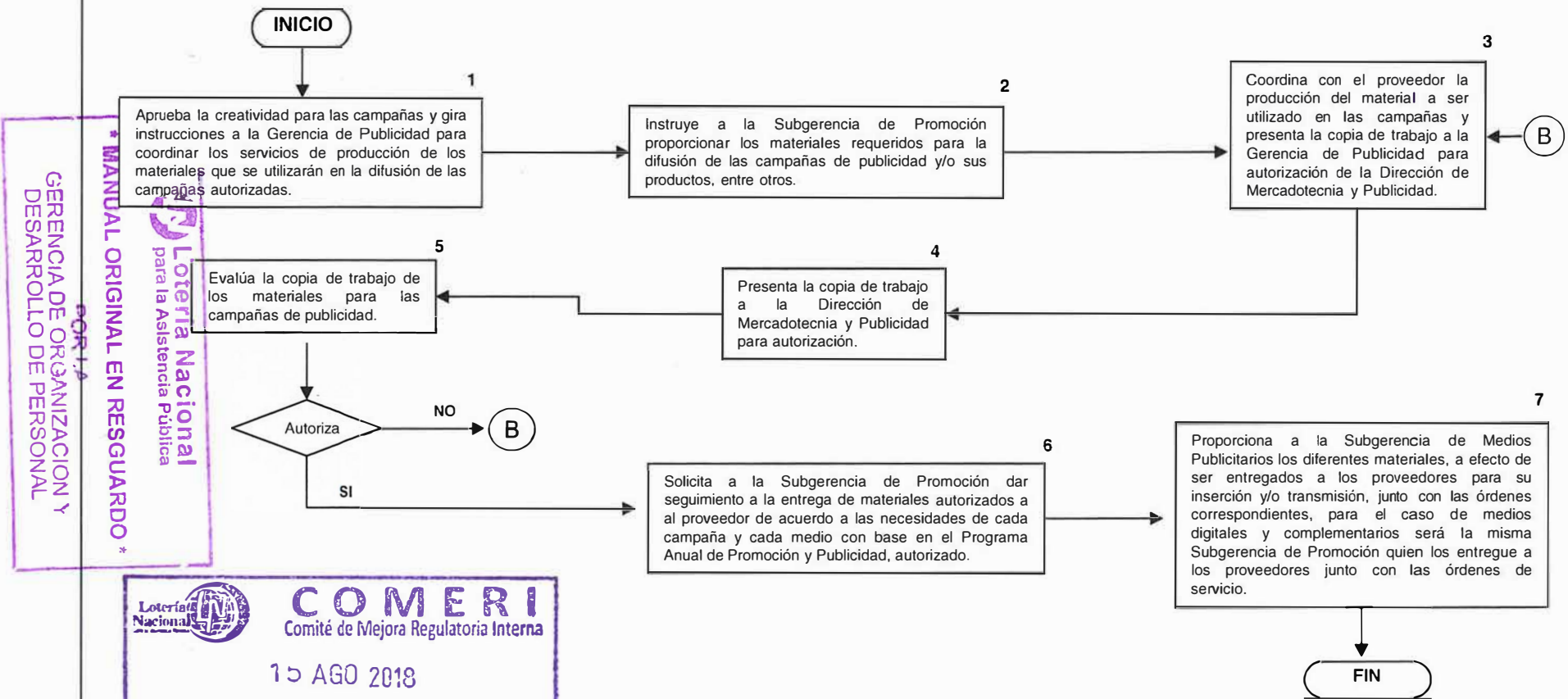
 **COMERI**
Comité de Mejora Regulatoria Interna
15 AGO 2018
APROBADO

 **Lotería Nacional**
para la Asistencia Pública
* **MANUAL ORIGINAL EN RESGUARDO** *
POR LA
GERENCIA DE ORGANIZACIÓN Y
DESARROLLO DE PERSONAL



DIAGRAMA DE FLUJO

MANUAL DE PROCEDIMIENTOS DE LA GERENCIA DE PUBLICIDAD	
REV. 05	LN-6223-MP-PO-06
15-08-18	Página 3 de 3



GERENCIA DE ORGANIZACIÓN Y DESARROLLO DE PERSONAL
MANUAL ORIGINAL EN RESGUARDO *

COMERI
Comité de Mejora Regulatoria Interna
15 AGO 2018
APROBADO

Handwritten signature and arrow pointing to the stamp.



**LOTERÍA NACIONAL PARA LA ASISTENCIA PÚBLICA
SUBDIRECCIÓN GENERAL DE COMERCIALIZACIÓN Y DE SERVICIOS
DIRECCIÓN DE MERCADOTECNIA Y PUBLICIDAD**

MANUAL DE PROCEDIMIENTOS DE LA GERENCIA DE PUBLICIDAD		
PROCEDIMIENTO PARA DAR SEGUIMIENTO A LA CONTRATACIÓN DE PROVEEDORES DE PUBLICIDAD PARA LAS CAMPAÑAS DE LA ENTIDAD.	REV. 04	LN-6223-MP-PO-07
	15-08-18	Página 1 de 6

OBJETIVO:

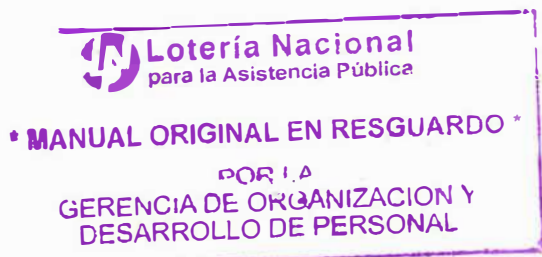
Dar seguimiento a los servicios contratados para la difusión de las campañas de publicidad, con el objeto de que la contratación se realice de acuerdo con lo solicitado en los anexos técnicos.

ALCANCE:

Dirección de Mercadotecnia y Publicidad, Gerencia de Publicidad, Subgerencia de Medios Publicitarios, Subgerencia de Promoción.

POLÍTICAS:

1. La Gerencia de Publicidad instruye a la Subgerencia de Medios Publicitarios y a la Subgerencia de Promoción para coordinar, supervisar y revisar los servicios de publicidad correspondientes a fin de verificar el cumplimiento de los mismos con base en los contratos formalizados.
2. La Subgerencias de Medios Publicitarios no emitirá ninguna orden de transmisión, publicación o colocación de radio, televisión y medios impresos, si no existe contrato para ello.
3. La Subgerencia de Promoción no emitirá ninguna orden de transmisión, publicación o colocación de medios digitales o complementarios, si no existe contrato para ello.



5

RESPONSABLE	No. de Op.	DESCRIPCIÓN
Subgerencias de Medios Publicitarios	1	INICIO Recibe copia del contrato formalizado de acuerdo a su ámbito de competencia, para su coordinación, supervisión y revisión de los servicios de publicidad. Continúa en la operación 3.
Subgerencia de Promoción	2	Recibe copia del contrato formalizado de acuerdo a su ámbito de competencia, para su coordinación, supervisión y revisión de los servicios de publicidad. Continúa en la operación 4
Subgerencia de Medios Publicitarios	3	Solicita a la Subgerencia de Promoción, una vez que se haya recibido copia del contrato y se cuente con una campaña autorizada; el material requerido que será publicado o transmitido, de acuerdo con los servicios contratados.
Subgerencia de Promoción	4	Solicita a la agencia de publicidad y/o proveedor contratado el material autorizado por la Dirección de Mercadotecnia y Publicidad y requerido para la campaña a difundir. Continúa en la operación 5 y 6 según corresponda.
Subgerencias de Medios Publicitarios	5	Recibe el material publicitario de radio, televisión y medios impresos y genera las órdenes de inserción o transmisión, para las campañas autorizadas por la Secretaría de Gobernación (SEGOB). Continúa en la operación 7.
Subgerencia de Promoción	6	Recibe el material publicitario de medios digitales y complementarios y genera las órdenes de servicio para las campañas autorizadas por SEGOB. Continúa en la operación 8.



COMERI
Comité de Mejora Regulatoria Interna
15 AGO 2018
APROBADO



*** MANUAL ORIGINAL EN RESGUARDO ***
POR LA
GERENCIA DE ORGANIZACION Y
DESARROLLO DE PERSONAL

Handwritten marks: a checkmark and the number 5.

Subgerencias de Medios Publicitarios	7	Revisa que el monto de las órdenes giradas, no rebasen el monto del contrato del medio, así como las características solicitadas y entrega a la Gerencia de Publicidad para su autorización. Continúa en la operación 9.
Subgerencia de Promoción	8	Revisa que el monto de las órdenes giradas, no rebasen el monto del contrato del medio, así como las características solicitadas y entrega a la Gerencia de Publicidad para su autorización. Continúa en la operación 9.
Gerencia de Publicidad	9	Recibe las órdenes de inserción, transmisión o servicio, las formaliza y entrega a la Subgerencia de Medios Publicitarios o a la Subgerencia de Promoción, según corresponda. Continúa en la operación 10 y 11 según corresponda.
Subgerencia de Medios Publicitarios	10	Recibe las órdenes firmadas de medios impresos, radio y televisión para su seguimiento con los medios. Continúa en la operación 12.
Subgerencia de Promoción	11	Recibe las órdenes firmadas de medios digitales y complementarios para su seguimiento con los medios. Continúa en la operación 13.
Subgerencia de Medios Publicitarios	12	Entrega al medio vía electrónica o personalmente, según sea el caso, la orden de transmisión o inserción, de radio, televisión y medios impresos, así como el material correspondiente a la misma. Continúa en la operación 14.
Subgerencia de Promoción	13	Entrega al medio vía electrónica o personalmente, según sea el caso, la orden de servicio, de medios digitales y complementarios, así como el material correspondiente a la misma. Continúa en la operación 15.
Subgerencia de Medios Publicitarios	14	Archiva una copia de la orden en el expediente. El medio realiza la difusión de la campaña conforme a la orden de transmisión o inserción.

Handwritten mark resembling a stylized 'C' or '3' with an arrow pointing upwards.

<p>Subgerencia de Promoción</p>	<p>15</p>	<p>Archiva una copia de la orden en el expediente. El medio realiza la difusión de la campaña conforme a la orden servicio.</p> <p>FIN</p>
--	------------------	---


COMERI
 Comité de Mejora Regulatoria Interna
 15 AGO 2018
APROBADO


Lotería Nacional
 para la Asistencia Pública
 * MANUAL ORIGINAL EN RESGUARDO *
 GERENCIA DE ORGANIZACION Y
 DESARROLLO DE PERSONAL

↗
 G
 S



SUBGERENCIA DE MEDIOS PUBLICITARIOS

SUBGERENCIA DE PROMOCIÓN

INICIO

1
Reciben copia del contrato formalizado de acuerdo a su ámbito de competencia, para su coordinación, supervisión y revisión de los servicios de publicidad.

3
Solicita a la Subgerencia de Promoción, una vez que se haya recibido copia del contrato y se cuente con una campaña autorizada; el material requerido que será publicado o transmitido, de acuerdo con los servicios contratados.

5
Recebe el material publicitario de radio, televisión y medios impresos y genera las órdenes de inserción o transmisión para las campañas autorizadas por SEGOB. Continúa en la operación siete.

7
Revisa que el monto de las órdenes giradas, no rebasen el monto del contrato del medio, así como las características solicitadas y entrega a la Gerencia de Publicidad para su autorización. Continúa en la operación nueve.



INICIO

2
Reciben copia del contrato formalizado de acuerdo a su ámbito de competencia, para su coordinación, supervisión y revisión de los servicios de publicidad.

4
Solicita a la agencia de publicidad y/o proveedor contratado el material autorizado por la Dirección de Mercadotecnia y Publicidad y requerido para la campaña a difundir. Continúa en la operación 5 y 6 según corresponda.

6
Recibe el material publicitario medios digitales y complementarios y genera las órdenes de servicio para las campañas autorizadas por SEGOB. Continúa en la operación ocho.

8
Revisa que el monto de las órdenes giradas, no rebasen el monto del contrato del medio, así como las características solicitadas y entrega a la Gerencia de Publicidad para su autorización. Continúa en la operación nueve.



GERENCIA DE ORGANIZACIÓN Y
DESARROLLO DE PERSONAL

FOR 1,2

* MANUAL ORIGINAL EN RESGUARDO *

Lotería Nacional
para la Asistencia Pública

5

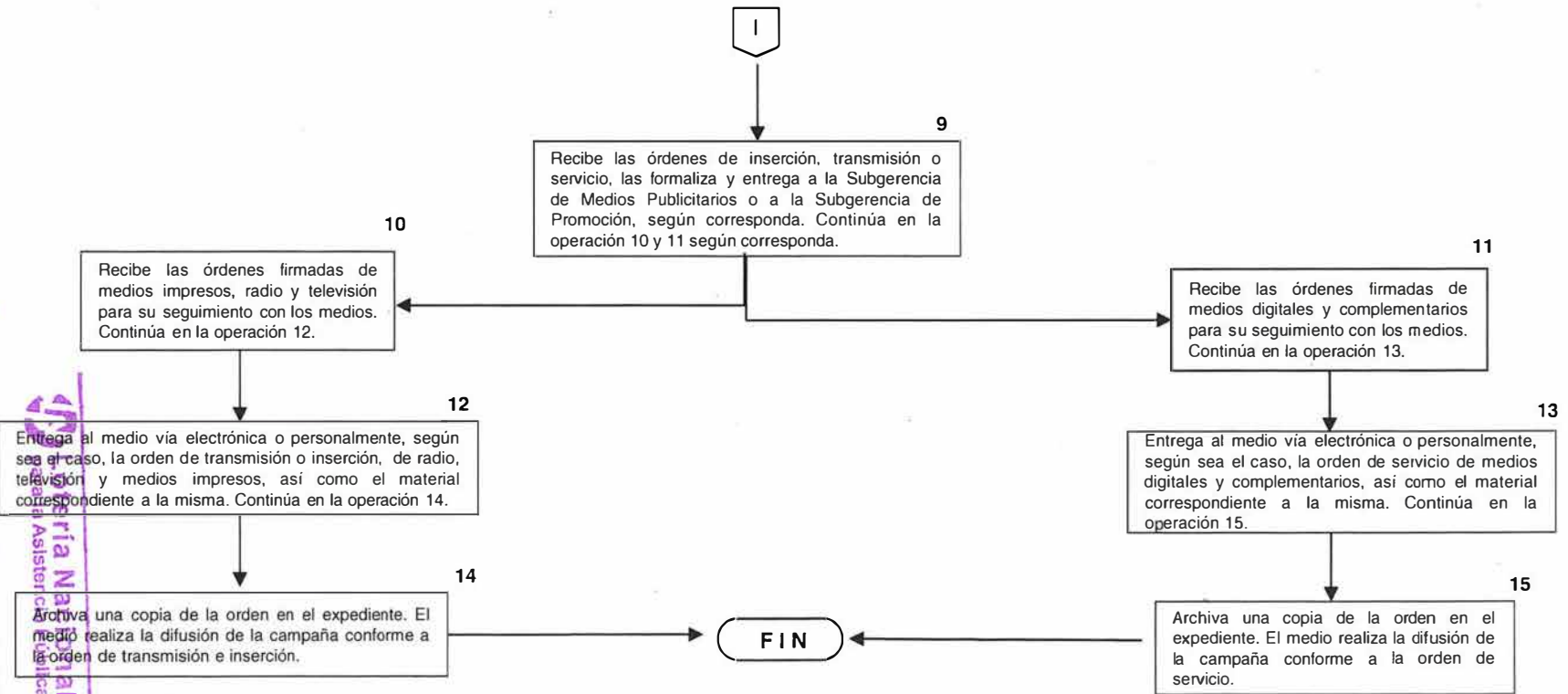


DIAGRAMA DE FLUJO

MANUAL DE PROCEDIMIENTOS DE LA GERENCIA DE PUBLICIDAD	
REV. 04	LN-6223-MP-PO-07
15-08-18	Página 6 de 6

SUBGERENCIAS DE MEDIOS PUBLICITARIOS	GERENCIA DE PUBLICIDAD	SUBGERENCIA DE PROMOCIÓN
--------------------------------------	------------------------	--------------------------

* MANUAL ORIGINAL EN RESGUARDO *
 GERENCIA DE ORGANIZACION Y DESARROLLO DE PERSONAL



5



**LOTERÍA NACIONAL PARA LA ASISTENCIA PÚBLICA
SUBDIRECCIÓN GENERAL DE COMERCIALIZACIÓN Y DE SERVICIOS
DIRECCIÓN DE MERCADOTECNIA Y PUBLICIDAD**

MANUAL DE PROCEDIMIENTOS DE LA GERENCIA DE PUBLICIDAD		
PROCEDIMIENTO PARA LA SELECCIÓN DE ARTÍCULOS PROMOCIONALES O MATERIAL PUBLICITARIO.	REV. 03	LN-6223-MP-PO-09
	15-08-18	Página 1 de 8

OBJETIVO:

Coordinar las acciones para la selección de artículos promocionales o material publicitario considerando el presupuesto asignado en el Programa Anual de Promoción y Publicidad.

ALCANCE:

Dirección de Mercadotecnia y Publicidad, Dirección de Comercialización, Gerencia de Publicidad, Subgerencia de Promoción, Gerencia de Recursos Materiales, Subgerencia de Almacenes e Inventarios.

POLÍTICAS:

1. La Dirección de Mercadotecnia y Publicidad notifica a la Gerencia de Publicidad el presupuesto asignado para la solicitud de artículos promocionales o material publicitario, en apego al Programa Anual de Promoción y Publicidad.
2. La Gerencia de Publicidad solicita a la Subgerencia de Promoción valore los artículos promocionales existentes en el mercado, a fin de integrar una propuesta y estimación de precios unitarios, la cual será entregada a la Dirección de Mercadotecnia y Publicidad.
3. La Dirección de Mercadotecnia y Publicidad acuerda con la Dirección de Comercialización la selección de artículos promocionales o material publicitario con base en la relación propuesta.
4. La Dirección de Mercadotecnia y Publicidad determina la cantidad y el tipo de artículos promocionales o material publicitario requerido para las actividades mercadológicas o publicitarias, conforme a la propuesta recibida, considerando el presupuesto asignado.
5. La Dirección de Comercialización determina la cantidad y el tipo de artículos promocionales o material publicitario requerido para las actividades comerciales o de apoyo a la fuerza de venta, conforme a la propuesta recibida, considerando el presupuesto asignado.



*** MANUAL ORIGINAL EN RESGUARDO ***

**POR I.A
GERENCIA DE ORGANIZACIÓN Y
DESARROLLO DE PERSONAL**



Handwritten mark resembling a stylized 'S' or '5' with a diagonal line through it.


6. La Dirección de Comercialización, en caso de requerir artículos promocionales y material publicitario diferente al presentado, lo deberá solicitar por escrito a la Dirección de Mercadotecnia y Publicidad, con la descripción, cantidad, características o especificaciones, lo cuales estarán sujetos al presupuesto asignado y a la existencia o disponibilidad en el mercado.
7. La Dirección de Mercadotecnia y Publicidad proporciona a la Gerencia de Publicidad, la relación de artículos promocionales o material publicitario requerido por la Dirección de Comercialización, así como, por la Dirección de Mercadotecnia y Publicidad, mismas que se ajustarán al presupuesto correspondiente a cada Dirección.
8. La Gerencia de Publicidad solicita a la Subgerencia de Promoción, proporcionar la cotización de los artículos promocionales o material publicitario de diferentes empresas del ramo, conforme a lo solicitado por la Dirección de Mercadotecnia y Publicidad y la Dirección de Comercialización, a fin de verificar su viabilidad económica.
9. La Subgerencia de Promoción es la encargada de integrar, revisar y supervisar la documentación necesaria para la solicitud de los artículos promocionales o material publicitario, conforme al marco normativo del procedimiento de contratación de que se trate (licitación pública, invitación a cuando menos tres proveedores, adjudicación directa).
10. La Gerencia de Publicidad solicita a la Gerencia de Recursos Materiales, iniciar las acciones necesarias para la solicitud de adquisición de los artículos promocionales o materiales publicitarios requeridos para la Dirección de Mercadotecnia y Publicidad y Dirección de Comercialización.
11. La Subgerencia de Promoción será la encargada de coordinar por parte de la Gerencia de Publicidad, la recepción de los artículos promocionales o material publicitario, asimismo supervisará y revisará que se realice la recepción conforme a lo solicitado en el anexo técnico.
12. La Subgerencia de Promoción en caso de identificar la aplicación de penas convencionales o deductivas determinará el monto y presentará la documentación correspondiente a la Gerencia de Publicidad para su formalización y notificación al proveedor.
13. La Gerencia de Publicidad será notificada por la Gerencia de Recursos Materiales cuando la Subgerencia de Almacenes e Inventarios reciba los artículos promocionales o material publicitario, e informará mediante oficio a la Dirección de Mercadotecnia y Publicidad y ésta a su vez a la Dirección de Comercialización la existencia de los mismos, a fin de ponerlos a su disposición para que puedan hacer uso de los mismos.

RESPONSABLE	No. de Op.	DESCRIPCIÓN
-------------	------------	-------------

Dirección de Mercadotecnia y Publicidad	1	INICIO Notifica a la Gerencia de Publicidad el presupuesto autorizado para el suministro de artículos promocionales o material publicitario e instruye dar inicio a la selección de los mismos.
Gerencia de Publicidad	2	Solicita a la Subgerencia de Promoción, valore el tipo de promocionales o material publicitario existentes en el mercado, a fin de integrar una propuesta con la estimación de precios unitarios.
Subgerencia de Promoción	3	Solicita cotizaciones e integra la propuesta con la estimación de precios unitarios y envía a la Gerencia de Publicidad para su valoración.
Gerencia de Publicidad	4	Recibe propuestas, evalúa y envía a la Dirección de Mercadotecnia y Publicidad para su análisis.
Dirección de Mercadotecnia y Publicidad	5	Recibe y analiza las propuestas de artículos promocionales o material publicitario y determina su viabilidad. A) No se autoriza. - Regresa a la operación No. 3 y se realizan los cambios solicitados. B) Se autoriza. - Continúa en la siguiente operación.
	6	Envía, mediante oficio a la Dirección de Comercialización la propuesta de cotización de artículos promocionales o material publicitario, para que determine los artículos y la cantidad requeridos. En caso de requerir artículos promocionales y material publicitario diferente al presentado, lo deberá solicitar por escrito a la Dirección de Mercadotecnia y Publicidad, con la descripción, cantidad, características o especificaciones, los cuales estarán sujetos al presupuesto asignado y a la existencia o disponibilidad en el mercado.



COMERI
Comité de Mejora Regulatoria Interna
15 AGO 2018
APROBADO



Lotería Nacional
para la Asistencia Pública
* MANUAL ORIGINAL EN RESGUARDO *
POR LA
GERENCIA DE ORGANIZACIÓN Y
DESARROLLO DE PERSONAL

Handwritten signature and initials.

Gerencia de Publicidad	7	Notifica a la Gerencia de Publicidad la selección de los artículos promocionales o material publicitario requerido por la Dirección de Mercadotecnia y Publicidad y por la Dirección de Comercialización e instruye dar inicio al trámite correspondiente para el suministro de los mismos.
	8	Solicita a la Subgerencia de Promoción elaborar anexo técnico, investigación de mercado, justificación, requisición de compra e integrar la documentación necesaria para solicitar los artículos promocionales o material publicitario a la Gerencia de Recursos Materiales.
Subgerencia de Promoción	9	Elabora anexo técnico, investigación de mercado, justificación, requisición de compra e integra la documentación de acuerdo al procedimiento de contratación de que se trate (licitación pública, invitación a cuando menos tres proveedores, adjudicación directa), para solicitar los artículos promocionales o material publicitario y revisa que este dentro del marco normativo a fin de presentarlo a la Gerencia de Publicidad para su formalización.
Gerencia de Publicidad	10	Solicita mediante oficio a la Gerencia de Recursos Materiales la solicitud de suministro de artículos promocionales o material publicitario. (Viene lapso de espera) Una vez adjudicados los servicios, instruye a la Subgerencia de Promoción coordinar las acciones para que asista a la entrega de los artículos promocionales o material publicitario en el Almacén, a fin de supervisar y revisar que la recepción se realice en el Almacén conforme al anexo técnico.
Subgerencia de Promoción	11	Coordina, supervisa y revisa la recepción de los artículos promocionales o material publicitario conforme a lo solicitado en el anexo técnico y en caso de identificar penas convencionales o deductivas determinará el monto y presenta la documentación correspondiente a la Gerencia de Publicidad para su formalización y notificación al proveedor.


Lotería Nacional
COMERI
Comité de Mejora Regulatoria Interna
15 AGO 2018
APROBADO

Lotería Nacional
para la Asistencia Pública
*** MANUAL ORIGINAL EN RESGUARDO ***
POR I.A
GERENCIA DE ORGANIZACION Y
DESARROLLO DE PERSONAL

W
①
5

Gerencia de Publicidad	12	Recibe escrito de la Subgerencia de Almacenes e Inventarios, en el que informa la recepción de los artículos promocionales o material publicitario solicitado y la cantidad de los mismos.
	13	Informa a la Dirección de Mercadotecnia y Publicidad que en la Subgerencia de Almacenes e Inventarios se han recibido los artículos promocionales o material publicitario solicitado y la cantidad de los mismos y se ponen a su disposición.
	14	Notifica a la Dirección de Comercialización, mediante oficio, que se encuentran en la Subgerencia de Almacenes e Inventarios los artículos promocionales o material publicitario solicitados, los cuales se ponen a su disposición.
Dirección de Mercadotecnia y Publicidad		FIN


COMERI
 Comité de Mejora Regulatoria Interna
 15 AGO 2018
APROBADO


Lotería Nacional
 para la Asistencia Pública
 * MANUAL ORIGINAL EN RESGUARDO *
 POR LA
 GERENCIA DE ORGANIZACION Y
 DESARROLLO DE PERSONAL

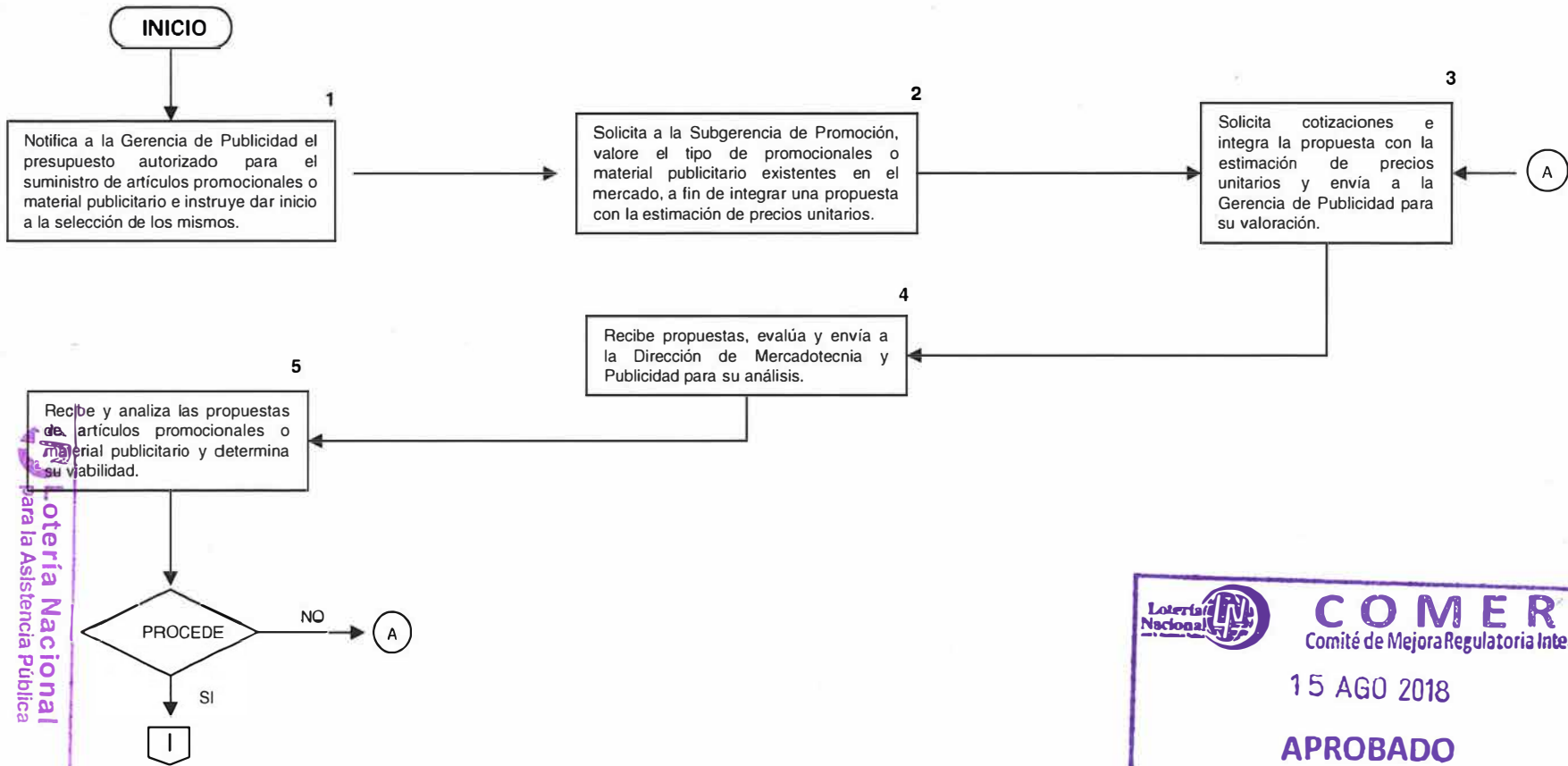
↗
 C
 3



DIAGRAMA DE FLUJO

MANUAL DE PROCEDIMIENTOS DE LA GERENCIA DE PUBLICIDAD	
REV. 03	LN-6223-MP-PO-09
15-08-18	Página 6 de 8

DIRECCIÓN DE MERCADOTECNIA Y PUBLICIDAD	GERENCIA DE PUBLICIDAD	SUBGERENCIA DE PROMOCIÓN
---	------------------------	--------------------------



MANUAL ORIGINAL EN RESGUARDO *
POR LA GERENCIA DE ORGANIZACIÓN Y DESARROLLO DE PERSONAL

Lotería Nacional **COMERI**
Comité de Mejora Regulatoria Interna
15 AGO 2018
APROBADO

Handwritten marks: a blue circle with '5' and a blue arrow pointing right.



DIAGRAMA DE FLUJO

MANUAL DE PROCEDIMIENTOS DE LA GERENCIA DE PUBLICIDAD	
REV. 03	LN-6223-MP-PO-09
15-08-18	Página 7 de 8

DIRECCIÓN DE MERCADOTECNIA Y PUBLICIDAD	GERENCIA DE PUBLICIDAD	SUBGERENCIA DE PROMOCIÓN
---	------------------------	--------------------------



6

Envía, mediante oficio a la Dirección de Comercialización la propuesta de cotización de artículos promocionales o material publicitario, para que determine los artículos y la cantidad requeridos.

En caso de requerir artículos promocionales y material publicitario diferente al presentado, lo deberá solicitar por escrito a la Dirección de Mercadotecnia y Publicidad, con la descripción, cantidad, características o especificaciones, los cuales estarán sujetos al presupuesto asignado y a la existencia o disponibilidad en el mercado.



7

Notifica a la Gerencia de Publicidad la selección de los artículos promocionales o material publicitario requerido por la Dirección de Mercadotecnia y Publicidad y por la Dirección de Comercialización e instruye dar inicio al trámite correspondiente para el suministro de los mismos.



8

Solicita a la Subgerencia de Promoción elaborar anexo técnico, investigación de mercado, justificación, requisición de compra e integrar la documentación necesaria para solicitar los artículos promocionales o material publicitario a la Gerencia de Recursos Materiales.



9

Elabora anexo técnico, investigación de mercado, justificación, requisición de compra e integra la documentación de acuerdo al procedimiento de contratación de que se trate (licitación pública, invitación a cuando menos tres proveedores, adjudicación directa), para solicitar los artículos promocionales o material publicitario y revisa que este dentro del marco normativo a fin de presentarlo a la Gerencia de Publicidad para su formalización.



COMERI
Comité de Mejora Regulatoria Interna
15 AGO 2018
APROBADO

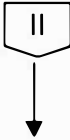
MANUAL ORIGINAL EN RESGUARDO
GERENCIA DE ORGANIZACIÓN Y DESARROLLO DE PERSONAL
COR 1.ª

5



DIAGRAMA DE FLUJO

MANUAL DE PROCEDIMIENTOS DE LA GERENCIA DE PUBLICIDAD	
REV. 03	LN-6223-MP-PO-09
15-08-18	Página 8 de 8



10

Solicita mediante oficio a la Gerencia de Recursos Materiales la solicitud de suministro de artículos promocionales o material publicitario. (Viene lapso de espera)

Una vez adjudicados los servicios, instruye a la Subgerencia de Promoción coordinar las acciones para que asista a la entrega de los artículos promocionales o material publicitario en el Almacén, a fin de supervisar y revisar que la recepción se realice en el Almacén conforme al anexo técnico. .

11

Coordina, supervisa y revisa la recepción de los artículos promocionales o material publicitario conforme a lo solicitado en el anexo técnico y en caso de identificar penas convencionales o deductivas determinará el monto y presenta la documentación correspondiente a la Gerencia de Publicidad para su formalización y notificación al proveedor.

12

Recibe escrito de la Subgerencia de Almacenes e Inventarios, en el que informa la recepción de los artículos promocionales o material publicitario solicitado y la cantidad de los mismos.

13

Informa a la Dirección de Mercadotecnia y Publicidad que en la Subgerencia de Almacenes e Inventarios se han recibido los artículos promocionales o material publicitario solicitado y la cantidad de los mismos y se ponen a su disposición.

14

Notifica a la Dirección de Comercialización, mediante oficio, que se encuentran en la Subgerencia de Almacenes e Inventarios los artículos promocionales o material publicitario solicitados, los cuales se ponen a su disposición.



* MANUAL ORIGINAL EN RESGUARDO *
 GERENCIA DE ORGANIZACIÓN Y DESARROLLO DE PERSONAL
 POR: [Signature]
 Lotería Nacional para la Asistencia Pública

Handwritten marks: a blue circle and an arrow pointing towards the bottom right.

MANUAL DE PROCEDIMIENTOS DE LA GERENCIA DE PUBLICIDAD		
PROCEDIMIENTO PARA EL REGISTRO DE GASTO EN MATERIA DE PUBLICIDAD EN EL SISTEMA DE COMUNICACIÓN SOCIAL (COMSOC)	REV. 02	LN-6223-MP-PO-10
	15-08-18	Página 1 de 4

OBJETIVO:

Registrar mensualmente la información correspondiente a las erogaciones de los diferentes medios de comunicación para la difusión de las campañas (radio, televisión, medios impresos, digitales y complementarios, entre otros) en el Sistema de Comunicación Social (COMSOC).

ALCANCE:

Gerencia de Publicidad, Subgerencia de Operación Presupuestal, Órgano Fiscalizador correspondiente (Órgano Interno de Control).

POLÍTICAS:

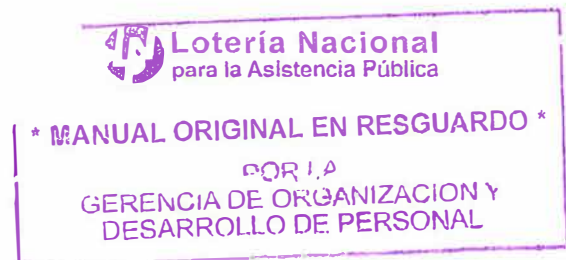
1. El registro de gasto en el Sistema de Comunicación Social (COMSOC), con cargo a la partida 36201 de acuerdo al Clasificador por Objeto del Gasto para la Administración Pública Federal, se realiza dentro de los diez días naturales siguientes a la terminación de cada mes, con fundamento en lo establecido en el Acuerdo por el que se establecen los Lineamientos Generales para las Campañas de Comunicación Social de las dependencias y entidades de la Administración Pública Federal emitidos por la Secretaría de Gobernación (SEGOB) para el ejercicio fiscal del que se trate, o bien los que lo sustituyan.
2. La Dirección de Mercadotecnia y Publicidad, obtiene del sistema de contabilidad (GRP) dentro de los dos días siguientes al cierre contable, la información correspondiente al gasto de publicidad (partida 36201) para su registro en el cuadro de seguimiento; mismo que se complementa con el envío de los controles de medios y son turnados a la Gerencia de Publicidad para su captura.
3. La Gerencia de Publicidad previa verificación del gasto de publicidad, procede a su registro en el sistema COMSOC dentro de los siete días naturales posteriores al cierre contable.
4. La Subgerencia de Operación Presupuestal proporciona a la Gerencia de Publicidad dentro de los tres días naturales siguientes al cierre contable las pólizas contables, soporte del gasto de publicidad (partida 36201).

* MANUAL ORIGINAL EN RESGUARDO *
POR LA
GERENCIA DE ORGANIZACION Y
DESARROLLO DE PERSONAL

5

MANUAL DE PROCEDIMIENTOS GERENCIA DE PUBLICIDAD	
REV. 02	LN-6223-MP-PO-10
15-08-18	Página 2 de 4

5. La Gerencia de Publicidad en coordinación con la Dirección de Mercadotecnia y Publicidad, realiza en diciembre y una vez cerrado noviembre, el registro semanal del gasto de publicidad correspondiente a diciembre en el Sistema COMSOC.
6. La Subgerencia de Operación Presupuestal durante diciembre, proporciona semanalmente a la Gerencia de Publicidad, copia de las pólizas contables que soporten el gasto de publicidad del mes, para su registro en el COMSOC.
7. La Gerencia de Publicidad notifica al Órgano Fiscalizador correspondiente tres días naturales antes del cierre del COMSOC, que el registro del gasto de publicidad del mes ha quedado concluido y envía para su validación la documentación (pólizas contables), proporcionada por la Subgerencia de Operación Presupuestal.
8. El Órgano Fiscalizador correspondiente valida la documentación (pólizas contables) entregada por la Gerencia de Publicidad contra la información registrada en el COMSOC, de conformidad con los Lineamientos Generales para las Campañas de Comunicación Social de las dependencias y entidades de la Administración Pública Federal emitidos por la SEGOB para el ejercicio fiscal del que se trate, o bien los que lo sustituyan.



↖
5

RESPONSABLE	No. de Op.	DESCRIPCIÓN
Dirección de Mercadotecnia y Publicidad	1	INICIO Obtiene del sistema de contabilidad (GRP), dos días después del cierre contable del mes, la información del gasto de publicidad para su registro y lo envía a la Gerencia de Publicidad.
	2	Verifica el gasto de publicidad del mes contra la información proporcionada por la Dirección de Mercadotecnia y Publicidad.
	3	Registra en el COMSOC el gasto de publicidad del mes dentro de los siete días naturales posteriores al cierre contable.
	4	Notifica tres días antes del cierre del COMSOC al Órgano Fiscalizador correspondiente, que el registro de las erogaciones de publicidad ha quedado concluido y envía las pólizas contables proporcionadas por la Subgerencia de Operación Presupuestal para su validación.
Gerencia de Publicidad		FIN


COMERI
 Comité de Mejora Regulatoria Interna
 15 AGO 2018
APROBADO


Lotería Nacional
 para la Asistencia Pública
 * MANUAL ORIGINAL EN RESGUARDO *
 POR I.A.
 GERENCIA DE ORGANIZACION Y
 DESARROLLO DE PERSONAL

50



DIAGRAMA DE FLUJO

MANUAL DE PROCEDIMIENTOS DE LA GERENCIA DE PUBLICIDAD	
REV. 02	LN-6223-MP-PO-10
15-08-18	Página 4 de 4



INICIO

1
Obtiene del sistema de contabilidad (GRP) dos días después del cierre contable del mes, la información de gasto de publicidad para su registro y lo envía a la Gerencia de publicidad.

2
Verifica el gasto de publicidad del mes contra la información proporcionada por la Dirección de Mercadotecnia y Publicidad.

3
Registra en el Comsoc el gasto de publicidad del mes dentro de los siete días naturales posteriores al cierre contable.

4
Notifica tres días antes del cierre del Comsoc al Órgano Fiscalizador correspondiente, que el registro de las erogaciones de publicidad ha quedado concluido y envía las pólizas contables proporcionadas por la Subgerencia de Operación Presupuestal para su validación.

FIN



MANUAL ORIGINAL EN RESGUARDO *
POR LA GERENCIA DE ORGANIZACION Y DESARROLLO DE PERSONAL

Lotería Nacional para la Asistencia Pública

Handwritten signature