

VISTO PARA RESOLVER EL RECURSO DE REVISIÓN CONTENIDO EN EL EXPEDIENTE NÚMERO **02078/INFOEM/IP/RR/2013** DE CONFORMIDAD CON LOS SIGUIENTES:

ANTECEDENTES

1. El veintitrés (23) de septiembre de dos mil trece, la persona que señaló por nombre [REDACTED] (**RECURRENTE**), en ejercicio del derecho de acceso a la información pública consignado a su favor en los artículos 5 de la Constitución Política del Estado Libre y Soberano de México y 3, 4 y 6 de la Ley de Transparencia y Acceso a la Información Pública del Estado de México y Municipios, formuló una solicitud de información pública al **SUJETO OBLIGADO**, **INSTITUTO ELECTORAL DEL ESTADO DE MEXICO**, a través del Sistema de Acceso a la Información Mexiquense (**SAIMEX**). Solicitud que se registró con el número de folio **00873/IEEM/IP/2013** y que señala lo siguiente:

Les solicito me entreguen copia en formato digital del documento CONTROL de ÓRDENES DE INSERCIÓN de PUBLICIDAD o documento EQUIVALENTE, y se incluya tanto medios impresos, como internet, televisión y radio, de los siguientes periodos: a) 1 de enero al 31 de diciembre de 2011 b) 1 de enero al 31 de diciembre de 2012 c) 1 de enero de 2013 a la fecha en que se dé respuesta a esta solicitud de información, o la fecha más cercana posible a la fecha en que se dé respuesta a esta solicitud de información. Como es común en la normatividad, en el CONTROL de ÓRDENES DE INSERCIÓN de PUBLICIDAD o su EQUIVALENTE deben incluirse los siguientes rubros: 1.- Número de orden de inserción 2.- Fecha de orden de inserción 3.- Medio 4.- Concepto 5.- Tamaño 6.- Importe con IVA incluido 7.- Número de cuenta por pagar (Sic)

El particular señaló como modalidad de entrega, el **SAIMEX**.

2. El once (11) de octubre del mismo año, el **SUJETO OBLIGADO** dio respuesta a la solicitud de información en los siguientes términos:

En respuesta a la solicitud recibida, nos permitimos hacer de su conocimiento que con fundamento en el artículo 46 de la Ley de Transparencia y Acceso a la Información Pública del Estado de México y Municipios, le contestamos que:

Toluca, México a 10 de octubre de 2013. Vista la solicitud de Información presentada a través de Internet, directamente en el Sistema de Control de Solicitudes de Información del Estado de México (SICOSIEM), con número de Folio de Solicitud: 00873/IEEM/IP/2013, que a la letra dice: "Les solicito me entreguen copia en formato digital del documento CONTROL de ÓRDENES DE INSERCIÓN de PUBLICIDAD o documento EQUIVALENTE, y se incluya tanto medios impresos, como internet, televisión y radio, de los siguientes periodos: a) 1 de enero al 31 de diciembre de 2011 b) 1 de enero al 31 de diciembre de 2012 c) 1 de enero de 2013 a la fecha en que se dé respuesta a esta solicitud de información, o la fecha más cercana posible a la fecha en que se dé respuesta a esta solicitud de información. Como es común en la normatividad, en el CONTROL de ÓRDENES DE INSERCIÓN de PUBLICIDAD o su EQUIVALENTE deben incluirse los siguientes rubros: 1.- Número de orden de inserción 2.- Fecha de orden de inserción 3.- Medio 4.- Concepto 5.- Tamaño 6.- Importe con IVA incluido 7.- Número de cuenta por pagar (Sic)

EQUIVALENTE deben incluirse los siguientes rubros: 1.- Número de orden de inserción 2.- Fecha de orden de inserción 3.- Medio 4.- Concepto 5.- Tamaño 6.- Importe con IVA incluido 7.-Número de cuenta por pagar" Dando respuesta a su solicitud se informa lo siguiente: •Se anexa a la presente, la Relación de Solicitudes en Medios Impresos de Comunicación de los siguientes periodos: enero-diciembre 2011, enero-diciembre 2012 y enero – julio 2013, así como la inversión realizada por el IEEM en Medios Impresos de Comunicación, durante los periodos referidos. (Anexo 1) •Asimismo, se adjunta la descripción de la difusión contratada por el IEEM en páginas web correspondiente a los años 2011, 2012 y 2013. (Anexo 2) •Por lo que hace a la transmisión de spots en televisión y radio se informa lo siguiente: De conformidad con el artículo 41 apartado "B" de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos que a la letra dice: Apartado B. Para fines electorales en las entidades federativas, el Instituto Federal Electoral administrará los tiempos que correspondan al Estado en radio y televisión en las estaciones y canales de cobertura en la entidad de que se trate, conforme a lo siguiente y a lo que determine la ley: Asimismo, los artículos 49, 50 y 54 del Código Federal de Instituciones y Procedimientos Electorales, establecen lo siguiente: Artículo 49 5. El Instituto Federal Electoral es la autoridad única para la administración del tiempo que corresponda al Estado en radio y televisión destinado a los fines propios del Instituto y a los de otras autoridades electorales, así como al ejercicio de las prerrogativas que la Constitución y este Código otorgan a los partidos políticos en esta materia. Artículo 50 1. El Instituto Federal Electoral y las autoridades electorales de las entidades federativas, para la difusión de sus respectivos mensajes de comunicación social, accederán a la radio y televisión a través del tiempo de que el primero dispone en dichos medios. Artículo 54 1. Las autoridades administrativas electorales de las entidades federativas deberán solicitar al Instituto el tiempo de radio y televisión que requieran para el cumplimiento de sus fines. El Instituto resolverá lo conducente. Aunado a lo anterior, el artículo 24 del Reglamento de Radio y Televisión en Materia Electoral menciona lo siguiente: ARTÍCULO 24 De los tiempos de las autoridades electorales locales 1. En las entidades federativas a que se refiere este Capítulo, el Consejo asignará, para el cumplimiento de los fines propios de las autoridades electorales locales, tiempo en radio y televisión conforme a la disponibilidad con que cuente. 2. El tiempo en radio y televisión que el Instituto asigne a las autoridades electorales locales se determinará por el Consejo conforme a la solicitud que aquéllas presenten ante la Dirección Ejecutiva. De igual forma, el Código Electoral del Estado de México, en su artículo 63 establece que: Artículo 63. El Instituto Electoral del Estado de México y los partidos políticos legalmente acreditados ante éste, tendrán derecho al uso de manera permanente de los medios de comunicación social conforme a las normas establecidas en el apartado B, de la base III, del artículo 41 de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos y el artículo 12 de la Constitución Particular. El Instituto Federal Electoral será autoridad única para la administración de los tiempos que les correspondan en radio y televisión. El Instituto Electoral del Estado de México deberá solicitar al Instituto Federal Electoral, para que resuelva lo conducente, sobre el tiempo de radio y televisión que requiera para el cumplimiento de sus fines. Por tanto y con base en los fundamentos legales anteriormente expuestos, me permito hacer de su conocimiento que el Instituto Electoral del Estado de México (IEEM), desde la entrada en vigor de dichas reformas no ha ejercido ningún gasto en la transmisión de spots publicitarios dado que se efectúa a través de la gestión de tiempos de Estado ante el Instituto Federal Electoral (IFE), toda vez que es la única autoridad facultada para la administración de dichos espacios. (Sic)

El **SUJETO OBLIGADO** adjuntó a la respuesta los siguientes archivos electrónicos:
Respuesta solicitud Folio 00873 IEEM IP 2013.pdf, Anexo 1.pdf y Anexo 2.pdf.

Respuesta solicitud Folio 00873 IEEM IP 2013.pdf, contiene lo siguiente:



2013 Año del Bicentenario de la
Institución Electoral del Estado de México
Sentimientos de la Nación

Unidad de Comunicación Social

Toluca, México a 10 de octubre de 2013.

Vista la solicitud de Información presentada a través de Internet, directamente en el Sistema de Control de Solicitudes de Información del Estado de México (SICOSIEM), con número de Folio de Solicitud: 00873/IEEM/IP/2013, que a la letra dice:

"Les solicito me entreguen copia en formato digital del documento CONTROL de ÓRDENES DE INSERCIÓN de PUBLICIDAD o documento EQUIVALENTE, y se incluya tanto medios impresos, como internet, televisión y radio, de los siguientes períodos: a) 1 de enero al 31 de diciembre de 2011 b) 1 de enero al 31 de diciembre de 2012 c) 1 de enero de 2013 a la fecha en que se dé respuesta a esta solicitud de información, o la fecha más cercana posible a la fecha en que se dé respuesta a esta solicitud de información. Como es común en la normatividad, en el CONTROL de ÓRDENES DE INSERCIÓN de PUBLICIDAD o su EQUIVALENTE deben incluirse los siguientes rubros: 1.- Número de orden de inserción 2.- Fecha de orden de inserción 3.- Medio 4.- Concepto 5.- Tamaño 6.- Importe con IVA incluido 7.-Número de cuenta por pagar"

Dando respuesta a su solicitud se informa lo siguiente:

- Se anexa a la presente, la Relación de Solicitudes en Medios Impresos de Comunicación de los siguientes períodos: enero-diciembre 2011, enero-diciembre 2012 y enero – julio 2013, así como la inversión realizada por el IEEM en Medios Impresos de Comunicación, durante los períodos referidos. (Anexo 1)
- Asimismo, se adjunta la descripción de la difusión contratada por el IEEM en páginas web correspondiente a los años 2011, 2012 y 2013. (Anexo 2)
- Por lo que hace a la transmisión de spots en televisión y radio se informa lo siguiente:

De conformidad con el artículo 41 apartado "B" de la **Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos** que a la letra dice:

Apartado B. Para fines electorales en las entidades federativas, el Instituto Federal Electoral administrará los tiempos que correspondan al Estado en radio y televisión en

las estaciones y canales de cobertura en la entidad de que se trate, conforme a lo siguiente y a lo que determine la ley:

Asimismo, los artículos 49, 50 y 54 del **Código Federal de Instituciones y Procedimientos Electorales**, establecen lo siguiente:

Artículo 49

5. El Instituto Federal Electoral es la autoridad única para la administración del tiempo que corresponda al Estado en radio y televisión destinado a los fines propios del Instituto y a los de otras autoridades electorales, así como al ejercicio de las prerrogativas que la Constitución y este Código otorgan a los partidos políticos en esta materia.

Artículo 50

1. El Instituto Federal Electoral y las autoridades electorales de las entidades federativas, para la difusión de sus respectivos mensajes de comunicación social, accederán a la radio y televisión a través del tiempo de que el primero dispone en dichos medios.

Artículo 54

1. Las autoridades administrativas electorales de las entidades federativas deberán solicitar al Instituto el tiempo de radio y televisión que requieran para el cumplimiento de sus fines. El Instituto resolverá lo conducente.

Aunado a lo anterior, el artículo 24 del **Reglamento de Radio y Televisión en Materia Electoral** menciona lo siguiente:

ARTÍCULO 24

De los tiempos de las autoridades electorales locales

1. En las entidades federativas a que se refiere este Capítulo, el Consejo asignará, para el cumplimiento de los fines propios de las autoridades electorales locales, tiempo en radio y televisión conforme a la disponibilidad con que cuente.

2. El tiempo en radio y televisión que el Instituto asigne a las autoridades electorales locales se determinará por el Consejo conforme a la solicitud que aquéllas presenten ante la Dirección Ejecutiva.

De igual forma, el **Código Electoral del Estado de México**, en su artículo 63 establece que:

Artículo 63. *El Instituto Electoral del Estado de México y los partidos políticos legalmente acreditados ante éste, tendrán derecho al uso de manera permanente de los medios de comunicación social conforme a las normas establecidas en el apartado B, de la base III, del artículo 41 de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos y el artículo 12 de la Constitución Particular. El Instituto Federal Electoral será autoridad única para la administración de los tiempos que les correspondan en radio y televisión.*

El Instituto Electoral del Estado de México deberá solicitar al Instituto Federal Electoral, para que resuelva lo conducente, sobre el tiempo de radio y televisión que requiera para el cumplimiento de sus fines.

Por tanto y con base en los fundamentos legales anteriormente expuestos, me permito hacer de su conocimiento que el Instituto Electoral del Estado de México (IEEM), desde la entrada en vigor de dichas reformas no ha ejercido ningún gasto en la transmisión de spots publicitarios dado que se efectúa a través de la gestión de tiempos de Estado ante el Instituto Federal Electoral (IFE), toda vez que es la única autoridad facultada para la administración de dichos espacios.

Anexo 1.pdf, con 43 fojas útiles que contienen las siguientes tablas, intituladas: **SOLICITUDES DE INSERCIÓN EN MEDIOS IMPRESOS (ENERO-SEPTIEMBRE 2011)**; las **SOLICITUDES DE INSERCIÓN EN MEDIOS IMPRESOS (DEL 28 DE SEPTIEMBRE AL 31 DE DICIEMBRE DE 2011)**; las **SOLICITUDES DE INSERCIÓN ENERO-FEBRERO 2012**; las **SOLICITUDES DE INSERCIÓN EN PRENSA (ENERO-DICIEMBRE) 2012**; las **SOLICITUDES DE INSERCIÓN EN PRENSA (ENERO-ABRIL 2013)** y las **SOLICITUDES DE INSERCIÓN EN PRENSA (MAYO-JULIO 2013)**. Cada una de las tablas contiene los siguientes rubros: NÚMERO DE SOLICITUD, MEDIO, CONCEPTO, FECHA, TAMAÑO, NÚMERO DE INSERCIÓNES y TOTAL DE INVERSIÓN POR AÑO. Para efectos de esta resolución se inserta la primera foja y las demás se tienen por reproducidas, en el entendido de que esta información es conocida por el particular:

SOLICITUDES DE INSERCIÓN EN MEDIOS IMPRESOS (ENERO-SEPTIEMBRE 2011)

Solicitud	Medio	Concepto	Fecha	Tamaño	No. Inscripciones
P-001	El Financiero	Convocatoria Pública Nacional 01/2011	Viernes 28 de enero de 2011	1/2 plana	1
P-002	8 Columnas	Convocatoria Pública Nacional 01/2011	Viernes 28 de enero de 2011	1/4 de Plana	1
P-003	La Jornada	Convocatoria Pública Nacional 02/2011	Lunes 7 de febrero de 2011	1/2 plana	1
P-004	Milenio Estado de México	Convocatoria Pública Nacional 02/2011	Lunes 7 de febrero de 2011	Rebastiana	1
P-005	Heraldo de Toluca	Convocatoria Pública Nacional 03/2011	Lunes 14 de febrero de 2011	1/4 de Plana	1
P-006	La Prensa	Convocatoria Pública Nacional 03/2011	Lunes 14 de febrero de 2011	1/2 plana	1
P-007	8 Columnas	Campaña Institucional	Lunes 14 de febrero de 2011	1/8 de Plana	1
P-008	El Informante	Campaña Institucional	Martes 15 de febrero de 2011	1/4 de Plana	1
P-009	La Voz del Nevado	Campaña Institucional	Martes 15 de febrero de 2011	1/2 plana	1
P-010	El Diario	Campaña Institucional	Miércoles 16 de febrero de 2011	1/4 de Plana	1
P-011	Congresistas	Campaña Institucional	Miércoles 16 de febrero de 2011	1/4 de Plana	1
P-012	Puntual	Campaña Institucional	Jueves 17 de febrero de 2011	1/8 de Plana	1
P-013	Monitor de Tejupico	Campaña Institucional	Viernes 18 de febrero de 2011	1/4 de Plana	1
P-014	Jyatsu	Campaña Institucional	Sábado 19 de febrero de 2011	1/4 de Plana	1
P-015	Nuestro Medio	Campaña Institucional	Sábado 26 de febrero de 2011	1/4 de Plana	1
P-016	Expresso Estado de México	Campaña Institucional	Mes de Febrero	1/2 plana	1
P-017	Ea Así	Campaña Institucional	Mes de Febrero	1/2 plana	1
P-018	Cambio	Campaña Institucional	Mes de Febrero	1/2 plana	1
P-019	Diabolomanía	Campaña Institucional	Domingo 20 de febrero de 2011	Cintillo	1
P-020	Reforma Estado	Campaña Institucional	Lunes 21 de febrero de 2011	1/4 de Plana	1
P-021	El Nativo	Campaña Institucional	Martes 22 de febrero de 2011	1/4 de Plana	1
P-022	Portel	Campaña Institucional	Miércoles 23 de febrero de 2011	1/4 de Plana	1
P-023	ABC	Campaña Institucional	Jueves 24 febrero de 2011	1/6 de Plana	1
P-024	El Icailense	Campaña Institucional	Viernes 25 de febrero de 2011	1/4 de Plana	1
P-025	Comunicación XXI	Campaña Institucional	Lunes 28 de febrero de 2011	Cintillo	1
*P-026	Reporte Mexiquense	Campaña Institucional	Lunes 28 de febrero de 2011	1/2 plana	1
P-027	Nugaju	Campaña Institucional (Mazahua)	Lunes 28 de febrero de 2011	1/4 de plana	1
P-028	Impulso Estado de México	Campaña Institucional	Martes 1 marzo de 2011	1/4 de Plana	1
P-029	El Valle	Campaña Institucional	Miércoles 2 de marzo 2011	1/4 de Plana	1
P-030	Despertar del Sur	Campaña Institucional	Jueves 3 de marzo de 2011	1/4 de Plana	1
P-031	Zona Norte	Campaña Institucional	Sábado 5 de marzo de 2011	Cintillo	1
P-032	Amasqueme	Campaña Institucional	Jueves 10 de marzo de 2011	Cintillo	1
P-033	Cinemagazine	Campaña Institucional	Mes de Marzo de 2011	1 Plana	1
P-034	Escaparate	Campaña Institucional	Mes de Marzo de 2011	1 Plana	1
P-035	Militar Armas	Campaña Institucional	Marzo – Abril de 2011	1 Plana	1
P-036	El Diario	Convocatoria Pública Nacional 04/2011 (Adquisición de 35 vehículos automotores)	Martes 1 de Marzo de 2011	1/2 plana	1
P-037	Diario de México	Convocatoria Pública Nacional 04/2011 (Adquisición de 35 vehículos automotores)	Martes 1 de Marzo de 2011	1/2 plana	1

Anexo 2.pdf, en 7 fojas útiles contiene la difusión en páginas web 2011, 2012 y 2013:

DIFUSIÓN EN PÁGINAS WEB

2011

EMPRESA	DESCRIPCIÓN DEL SERVICIO	PERIODO DE CONTRATACIÓN
PRODIGYMSN DE MÉXICO, S. DE R.L. DE C.V. (Hotmail)	<p>Contratación de 31'853,448 impresiones, a través de un Skyscraper (banner lateral derecho) en la sección de correo electrónico de Hotmail, segmentado a usuarios del Estado de México, mayores de 18 años de edad.</p> <p>Así como un take over (inbox, login y send) el día 1 de julio, en el correo electrónico de Hotmail, segmentado a usuarios del Estado de México, mayores de 18 años de edad.</p> <p>http://www.hotmail.com/</p>	4 meses (1 de abril al 31 de julio de 2011)
YAHOO MÉXICO, S.A. DE C.V.	<p>Contratación de 2'000,000 de impresiones, a través de un banner LREC en el correo electrónico de Yahoo, segmentado a los ciudadanos del Estado de México, mayores de 18 años, así como 20,000 clicks, a través de banners LREC y banners NORTH (lo que equivale a 15 millones de impactos, aproximadamente), en las diferentes categorías disponibles de la página de Yahoo, como son: noticias, deportes, finanzas, entretenimiento, estilo de vida, entre otros.</p> <p>Además de un botón permanente durante 3 días en la página principal del portal Yahoo!, del 29 de junio al 1 de julio y 1'500,000 de impresiones, a través de un banner FP en la página principal del portal de Yahoo! los días 2 y 3 de julio.</p> <p>www.yahoo.com.mx</p>	3 meses (del 29 de marzo al 3 de julio de 2011)
EL UNIVERSAL COMPAÑÍA PERIODÍSTICA NACIONAL, S.A. DE C.V.	<p>Contratación de un Half Banner fijo de 234 x 60 pixeles en la sección "Estado de México", durante 3 meses. Así como 2'000,000 de impresiones a través de un full banner en la página principal de El Universal online.</p> <p>www.eluniversal.com.mx</p>	3 meses (3 de abril al 3 de julio de 2011)
USABILITY DE MÉXICO, S.C. (Partner comercial de Google México)	<p>Desarrollar una estrategia de promoción online de la campaña de comunicación del Instituto Electoral del Estado de México, a través de la red de búsqueda y de la red de display de Google, mediante la cual se genere concientización y motivación para la participación proactiva de la sociedad mexiquense en el Proceso Electoral.</p> <p>Clicks esperados: 66,700</p> <p>Impactos visuales generados: 6'670,000</p> <p>www.google.com.mx</p>	4 meses (8 de abril al 30 de julio de 2011)
DEMOS DESARROLLO Y PUBLICIDAD, S.A. DE C.V. (La Jornada)	<p>Contratación de un Leaderboard 1 (compartido) de 728 x 90 pixeles en la página principal de internet de "La Jornada en Línea", durante 3 meses.</p> <p>http://www.jornada.unam.mx/</p>	3 meses (3 de abril al 3 de julio de 2011)
MILENIO DIARIO, S.A. DE C.V.	<p>Contratación durante un periodo de 3 meses de un Header Banner fijo en el Home "Tu Ciudad Estado de México" un Box Banner ROS rotativo dentro de las secciones Ad Hoc y un slide en la aplicación para Ipad Edición Impresa ROS con 30,000 impresiones mensuales.</p> <p>Además de un Box Banner fijo en el Home page de la página Milenio.com durante un mes.</p> <p>www.milenio.com</p>	3 meses (3 de abril al 3 de julio de 2011)
LA CRÓNICA DIARIA, S.A. DE C.V. (La Crónica de Hoy)	<p>Contratación de un Banner Lateral de 200 x 600 pixeles en la sección Nacional del periódico "La Crónica de Hoy", durante un mes.</p> <p>http://www.cronica.com.mx</p>	1 mes (1 al 31 de mayo de 2011)
EDITORIA PERIODÍSTICA Y ANÁLISIS DE CONTENIDOS, S.A. DE C.V. (Revista Etcétera)	<p>Contratación de un Banner de 234 x 70 pixeles en la página principal de la Revista en internet "Etcétera", durante 3 meses.</p> <p>http://www.etcetera.com.mx</p>	3 meses (3 de abril al 3 de julio de 2011)
MARIO VÁZQUEZ DE LA TORRE (Agencia MVT)	<p>Contratación de un banner publicitario permanente en la página web del sistema de noticias durante 4 meses, así como la inserción de spots institucionales del IEEM en la sección multimedia. Del mismo modo, cuando haya actividades relevantes del Instituto se publicarán las notas informativas, los audios digitales, así como las fotografías del evento o actividad.</p> <p>www.agenciamvt.com.mx</p>	4 meses (1 de abril al 31 de julio de 2011)

EMPRESA	DESCRIPCIÓN DEL SERVICIO	PERIODO DE CONTRATACIÓN
ULTRA DIGITAL, S.A. DE C.V.	Contratación de un banner publicitario en la página web de la radiodifusora Ultra 101.3 durante un periodo de cuatro meses (http://www.ultra.com.mx/radio/index.php/toluca.html)	4 meses (1 de abril al 31 de julio de 2011)
JAIME ARIZMENDI GONZÁLEZ (Agencia Argón México)	Contratación de un Banner publicitario fijo en la portada de la agencia informativa "Argón México", durante un periodo de 4 meses. www.argonmexico.com	4 meses (1 de abril al 31 de julio de 2011)
ITZEL AHIRE VILORIA GÓMEZ LASTIRI (Imagen Política y México y del Mundo)	Publicación de un banner, así como de los spots de la campaña de comunicación institucional del IEEM en la página web del periódico digital "Imagen Política", durante un periodo 4 meses (www.imagenpolitica.com) Este servicio incluye la publicación de los boletines de prensa que sean realizados por el Instituto Electoral del Estado de México.	4 meses (1 de abril al 30 de julio de 2011)
JAVIER PABLO GONZÁLEZ LARA (Diario al Momento)	Contratación de un banner publicitario en la página principal del periódico en internet "Diario al Momento", durante un periodo 4 meses. Dicha propuesta incluye la publicación de boletines de prensa y fotografías que sean generados durante el tiempo contratado. www.diarioalmomento.com	4 meses (1 de abril al 30 de julio de 2011)
PASTOR TAPIA GARCIA (Pastor Tapia)	Contratación de un banner publicitario en la página principal del dominio www.pastortapia.com durante un periodo de 4 meses.	4 meses (1 de abril al 30 de julio de 2011)
FERNANDO QUIROZ RAMÍREZ (Plaza de los Mártires)	Contratación de un banner publicitario en el diario digital "La Plaza de los Mártires" durante 3 meses (www.plazadelosmartyres.com.mx), además de la publicación de la información que genere el Instituto a través de boletines de prensa.	3 meses (3 de abril al 3 de julio de 2011)
JOSEFINA NAVA SALAZAR (Eje 19)	Contratación de un banner publicitario en la página principal del periódico digital "Eje 19" (www.eje19.com.mx) durante un periodo de 3 meses de contratación	3 meses (3 de abril al 3 de julio de 2011)
MARÍA ELENA ÁLVAREZ SÁNCHEZ (Comunicación XXI)	Publicación de un banner publicitario en la portada de la revista virtual (www.comunicacionxxi.com.mx) durante un periodo de 3 meses.	3 meses (3 de abril al 3 de julio de 2011)
IVÁN PEDRAZA VELÁZQUEZ (Corresponsales en Línea)	Publicación de un banner publicitario en la portada de la página www.corresponsalesenlinea.com de 313 pixeles por 80 pixeles durante un periodo de 3 meses de contratación	3 meses (3 de abril al 3 de julio de 2011)
FELIPE ADELADIO GONZÁLEZ López (Así Sucede)	Publicación de un box banner en la página principal del sitio de noticias www.asisucede.com.mx durante un periodo de 3 meses.	3 meses (3 de abril al 3 de julio de 2011)

Inversión Total \$2'481,879.78

2011-2012

EMPRESA	DESCRIPCIÓN DEL SERVICIO	PERIODO DE CONTRATACIÓN
ITZEL AHIRE VILORIA GÓMEZ LASTIRI (Imagen Política y México y del Mundo)	Contratación de banners publicitarios, así como de los spots de las campañas de comunicación institucional del IEEM, en la página web del periódico digital "Imagen Política", durante un periodo 4 meses (www.imagenpolitica.com). Este servicio incluye la publicación de los boletines de prensa que sean generados por el Instituto Electoral del Estado de México durante el periodo contratado.	4 meses (Octubre 2011 - febrero 2012)
MARIO VÁZQUEZ DE LA TORRE (Agencia MVT)	Contratación de banners publicitarios en la página web de la Agencia de noticias durante 4 meses, así como la inserción de spots institucionales del IEEM en la sección multimedia. Del mismo modo, se publicarán las notas informativas, boletines, audios digitales, así como las fotografías de los eventos y actividades más relevantes que desarrolle el Instituto durante el periodo contratado. www.agenciamvt.com.mx	4 meses (Octubre 2011 - febrero 2012)
ALEJANDRO ARTURO PÉREZ GONZÁLEZ (Comunicación XXI)	Contratación de Banners publicitarios en la portada de la revista virtual "Comunicación XXI", durante un periodo de 4 meses. http://www.comunicacionxxi.com.mx	4 meses (Octubre 2011 - febrero 2012)

Inversión Total \$97,440.00

2012

EMPRESA	DESCRIPCIÓN DEL SERVICIO	PERIODO DE CONTRATACIÓN
PRODIGYMSN DE MÉXICO, S. DE R.L. DE C.V. (Hotmail)	Contratación de 30'369,350 impresiones, a través de un <i>Skyscraper</i> (banner lateral derecho) en la sección de correo electrónico de Hotmail, segmentado a usuarios del Estado de México, mayores de 18 años de edad. Así como un <i>take over</i> (inbox, login y send) el día 1 de julio, en el correo electrónico de Hotmail, segmentado a usuarios del Estado de México, mayores de 18 años de edad. http://www.hotmail.com/	4 meses (23 de marzo al 22 de julio de 2012)
YAHOO MÉXICO, S.A. DE C.V.	Contratación de 2'000,000 de impresiones, a través de un banner en el correo electrónico de Yahoo, segmentado únicamente a los usuarios del Estado de México, mayores de 18 años, así como 22,000 clicks, a través de banners (lo que equivale a 15 millones de impactos, aproximadamente), en las diferentes secciones y categorías disponibles de la página de Yahoo, como son: noticias, deportes, finanzas, entretenimiento, estilo de vida, entre otros. Además de 1'500,000 impresiones en la página principal del portal de Yahoo! www.yahoo.com.mx	4 meses (23 de marzo al 22 de julio de 2012)
EL UNIVERSAL COMPAÑÍA PERIODÍSTICA NACIONAL, S.A. DE C.V.	Contratación de un <i>Half Banner</i> fijo de 234 x 60 pixeles, en la sección "Estado de México", durante 4 meses. Así como un <i>Wide Banner</i> de 300 x 100 pixeles fijo en la sección "Red Política" durante un mes. www.eluniversal.com.mx	4 meses (23 de marzo al 22 de julio de 2012)
USABILITY DE MÉXICO, S.C. (Partner comercial de Google México)	Con la contratación de este servicio, el IEEM busca desarrollar una estrategia de promoción online de la campaña de comunicación del Instituto Electoral del Estado de México, a través de la red de búsqueda y de la red de display de Google, mediante la cual se genere concientización y motivación para la participación de la ciudadanía mexiquense en el Proceso Electoral, sobre todo para votar el 1 de julio. Clicks esperados: 82,200 Impactos visuales generados: 8'200,000 www.google.com.mx	4 meses (23 de marzo al 22 de julio de 2012)
DEMOS DESARROLLO Y PUBLICIDAD, S.A. DE C.V. (La Jornada)	Contratación de un banner <i>Rentangle</i> (compartido) de 180 x 150 pixeles durante un periodo de 2 meses y un banner <i>Skyscraper</i> (compartido) de 180 x 600 pixeles durante un periodo de 2 meses en la página de "La Jornada en Línea".	4 meses (23 de marzo al 22 de julio de 2012)
MILENIO DIARIO, S.A. DE C.V.	Contratación durante un periodo de 3 meses de un Header Banner fijo en el Horne "Tu Ciudad Estado de México" un Box Banner fijo en sección firmas EDOMEX. Además de un Box Banner fijo en el Home page de la página Milenio.com durante un mes. www.milenio.com	3 meses (1 de abril al 1 de julio de 2012)
LA CRÓNICA DIARIA, S.A. DE C.V. (La Crónica de Hoy)	Contratación de un Banner Lateral de 220 x 200 pixeles en la sección Nacional del periódico "La Crónica de Hoy", durante cuatro meses. http://www.cronica.com.mx	4 meses (23 de marzo al 22 de julio de 2012)
ALFA MEDIOS, S.A. DE C.V. (Alfa Diario)	Contratación de un banner publicitario en la página principal del periódico digital "Alfa Diario" durante un periodo de 4 meses de contratación. http://www.alfadiario.net	4 meses (23 de marzo al 22 de julio de 2012)
EDITORIA PERIODÍSTICA Y ANÁLISIS DE CONTENIDOS, S.A. DE C.V. (Revista Elcetera)	Contratación de un Banner de 234 x 70 pixeles en la página principal de la Revista en internet "Elcetera", durante 4 meses. http://www.elcetera.com.mx	4 meses (23 de marzo al 22 de julio de 2012)
MARIO VÁZQUEZ DE LA TORRE (Agencia MVT)	Contratación de un banner publicitario permanente en la página web del sistema de noticias durante 4 meses, así como la inserción de spots institucionales del IEEM en la sección multimedia. Del mismo modo, cuando haya actividades relevantes del Instituto se publicarán las notas informativas, videos y audios digitales, así como las fotografías del evento o actividad. www.scienciamvt.com.mx	4 meses (23 de marzo al 22 de julio de 2012)

EXPEDIENTE: 02078/INFOEM/IP/RR/2013
 SUJETO OBLIGADO: INSTITUTO ELECTORAL DEL ESTADO DE MEXICO
 RECURRENTE: [REDACTED]
 PONENTE: COMISIONADA MIROSLAVA CARRILLO MARTÍNEZ

EMPRESA	DESCRIPCIÓN DEL SERVICIO	PERIODO DE CONTRATACIÓN
GERARDO VILORIA VARELA (Imagen Política y México y del Mundo)	Publicación de un banner, así como de los spots de la campaña de comunicación institucional del IEEM en la página web del periódico digital "Imagen Política", durante un periodo 4 meses. www.imagenpolitica.com	4 meses (23 de marzo al 22 de julio de 2012)
ULTRADIGITAL, S.A. DE C.V.	Contratación de un banner publicitario en la página web de la radiodifusora Ultra 101.3 durante un periodo de cuatro meses (http://www.ultra.com.mx/radio/index.php/toluca.html)	4 meses (23 de marzo al 22 de julio de 2012)
JAIME ARIZMENDI GONZÁLEZ (Agencia Argón México)	Contratación de un Banner publicitario fijo en la portada de la agencia informativa "Argón México", durante un periodo de 4 meses. www.argonmexico.com	4 meses (23 de marzo al 22 de julio de 2012)
FERNANDO QUIROZ RAMÍREZ (Plaza de los Mártires)	Contratación de un banner publicitario en el diario digital "La Plaza de los Mártires", durante 4 meses, además de la publicación de la información que genere el Instituto a través de boletines de prensa. www.plazadelosmartyres.com.mx	4 meses (23 de marzo al 22 de julio de 2012)
JOSEFINA NAVA SALAZAR (Eje 19)	Contratación de un banner publicitario en la página principal del periódico digital "Eje 19" (www.eje19.com.mx) durante un periodo de 4 meses de contratación	4 meses (23 de marzo al 22 de julio de 2012)
ALEJANDRO ARTURO PÉREZ GONZÁLEZ (Comunicación XXI)	Publicación de un banner publicitario en la portada de la revista virtual (www.comunicacionxxi.com.mx) durante un periodo de 3 meses.	4 meses (23 de marzo al 22 de julio de 2012)
FELIPE ADELAIDO GONZALEZ LOPEZ (Así Sucede)	Publicación de un box banner en la página principal del sitio de noticias www.asisucede.com.mx durante un periodo de 4 meses.	4 meses (23 de marzo al 22 de julio de 2012)

Inversión Total \$ 2'629,386.65

2012-2013

EMPRESA	DESCRIPCIÓN DEL SERVICIO	PERIODO DE CONTRATACIÓN
PRODIGYMSN DE MÉXICO, S. DE R.L. DE C.V. (Hotmail)	Contratación de 11'545,000 impresiones, a través de un Skyscraper (banner lateral derecho) en la sección de correo electrónico de Hotmail, segmentado a usuarios del Estado de México, mayores de 18 años de edad. http://www.hotmail.com/	4 meses (17 de diciembre de 2012 al 16 de abril de 2013)
USABILITY DE MÉXICO, S.C. (Partner comercial de Google México)	Con la contratación de este servicio, el IEEM busca desarrollar una estrategia de promoción online de las campañas de comunicación del Instituto Electoral del Estado de México, a través de la red de búsqueda y de la red de display de Google, mediante la cual se promueva la cultura política, educación cívica y participación ciudadana entre los ciudadanos del Estado de México. Clicks esperados: 30,750 Impactos visuales generados: 3'750,000 www.google.com.mx	4 meses (17 de diciembre de 2012 al 16 de abril de 2013)
ALFA MEDIOS, S.A. DE C.V. (Alfa Diario)	Contratación de un banner publicitario en la página principal del periódico digital "Alfa Diario", durante un periodo de 4 meses de contratación. http://www.alfadiario.net	4 meses (17 de diciembre de 2012 al 16 de abril de 2013)
PASTOR TAPIA GARCIA (Pastor Tapia)	Contratación de un banner publicitario en la página principal del dominio www.pastortapia.com durante un periodo de 4 meses.	4 meses (17 de diciembre de 2012 al 16 de abril de 2013)
MARIO VÁZQUEZ DE LA TORRE (Agencia MVT)	Contratación de un banner publicitario permanente en la página web del sistema de noticias durante 4 meses, así como la inserción de spots institucionales del IEEM en la sección multimedia. Del mismo modo, cuando haya actividades relevantes del Instituto se publicarán las notas informativas, videos y audios digitales, así como las fotografías del evento o actividad. www.agenciamvt.com.mx	4 meses (17 de diciembre de 2012 al 16 de abril de 2013)
GERARDO VILORIA VARELA (Imagen Política de México y del Mundo)	Publicación de un banner, así como de los spots de la campaña de comunicación institucional del IEEM en la página web del periódico digital "Imagen Política de México y del Mundo", durante un periodo 4 meses. www.imagenpolitica.com	4 meses (17 de diciembre de 2012 al 16 de abril de 2013)
ULTRADIGITAL, S.A. DE C.V.	Contratación de un banner publicitario en la página web de la radiodifusora Ultra 101.3 durante un periodo de cuatro meses (http://www.ultra.com.mx/radio/index.php/toluca.html)	4 meses (17 de diciembre de 2012 al 16 de abril de 2013)
JR SERVICIOS DE INFORMACIÓN Y COMUNICACIÓN, S.C. (Expediente Noticias)	Contratación de un banner publicitario en la en la página principal del portal "Expediente Noticias" durante 4 meses. www.expedientenoticias.com Además ofrece como bonificación entrevistas en el noticiero "Informa con Juan Francisco Rocha" en el 104.1 FM y 1500 AM de la cadena nacional Radio Fórmula México; una entrevista en "Reporte MVS" con Jorge Armando Rocha en el 102.5 FM y en www.mvsnoticias.com.mx y 4 notas al mes difundidas en el portal de noticias "Expediente Noticias Nacional".	4 meses (17 de diciembre de 2012 al 16 de abril de 2013)
ALICIA GONZÁLEZ CAMPOS (Comunicación XXI)	Publicación de un banner publicitario en la portada de la revista virtual (www.comunicacionxxi.com.mx) durante un periodo de 4 meses.	4 meses (17 de diciembre de 2012 al 16 de abril de 2013)
FELIPE ADELAIDO GONZÁLEZ LOPEZ (Así Sucede)	Publicación de un box banner en la página principal del sitio de noticias www.asisucede.com.mx durante un periodo de 4 meses.	4 meses (17 de diciembre de 2012 al 16 de abril de 2013)

Inversión Total \$ 626,392.64

2013

EMPRESA	DESCRIPCIÓN DEL SERVICIO	PERIODO DE CONTRATACIÓN
ALFA MEDIOS, S.A. DE C.V. (Alfa Diario)	Contratación de un banner publicitario en la página principal del periódico digital "Alfa Diario", durante un periodo de 8 meses. http://www.alfadiario.net	8 meses (15 de junio de 2013 al 14 de febrero de 2014)
PASTOR TAPIA GARCIA (Pastor Tapia)	Contratación de un banner publicitario en la página principal del dominio www.pastortapia.com durante un periodo de 8 meses.	8 meses (15 de junio de 2013 al 14 de febrero de 2014)
JGBC MEDIOS MASIVOS, S.A. DE C.V. (El Informante)	Contratación de un banner publicitario en la página principal del periódico nacional www.elinformantemexico.com durante un periodo de 8 meses. Este servicio incluye la publicación de los boletines, comunicados de las actividades institucionales y fotografías que se generen durante el tiempo contratado.	8 meses (15 de junio de 2013 al 14 de febrero de 2014)
JR SERVICIOS DE INFORMACIÓN Y COMUNICACIÓN, S.C. (Expediente Noticias)	Contratación de un banner publicitario en la en la página principal del portal "Expediente Noticias" durante 8 meses. www.expedientenoticias.com	8 meses (15 de junio de 2013 al 14 de febrero de 2014)
LA CRÓNICA DIARIA, S.A. DE C.V. (La Crónica de Hoy)	Contratación de un banner publicitario en la sección "Estados" del periódico nacional www.cronica.com.mx durante un periodo de 8 meses.	8 meses (15 de junio de 2013 al 14 de febrero de 2014)
GERARDO VILORIA VARELA (Imagen Política de México y del Mundo)	Publicación de un banner, así como de los spots de la campaña de comunicación institucional del IEEM en la página web del periódico digital "Imagen Política de México y del Mundo", durante un periodo 8 meses. www.imagenpolitica.com	8 meses (15 de junio de 2013 al 14 de febrero de 2014)
ANTONIO HUERTA GUTIÉRREZ (Puntual)	Contratación de un banner publicitario en la sección principal del portal www.diariopuntual.com.mx durante un periodo de 8 meses. Además se obtiene sin costo para el IEEM, un banner con las mismas características durante dos meses adicionales al tiempo contratado.	8 meses (15 de junio de 2013 al 14 de febrero de 2014)
MARIO VÁZQUEZ DE LA TORRE (Agencia MVT)	Contratación de un banner publicitario permanente en la página web del sistema de noticias durante 8 meses, así como la inserción de spots institucionales del IEEM en la sección multimedia. Del mismo modo, cuando haya actividades relevantes del Instituto se publicarán las notas informativas, videos, audios digitales y fotografías correspondientes. www.agenciamvt.com.mx	8 meses (15 de junio de 2013 al 14 de febrero de 2014)
Editora Zumi, S.A. de C.V. (Heraldo Estado de México)	Contratación de un banner publicitario en la página principal del portal www.heraldoedomex.com durante un periodo de 8 meses.	8 meses (15 de junio de 2013 al 14 de febrero de 2014)
Editorial Sena, S.A. de C.V. (El Valle)	Contratación de un banner publicitario en la sección principal de la página web www.elvalle.com.mx durante un periodo de 8 meses.	8 meses (15 de junio de 2013 al 14 de febrero de 2014)
COMUNICACIÓN ESTRÁTÉGICA, S.A. DE C.V (Congresistas)	Contratación de un banner publicitario en la página principal del periódico www.congresistas.com.mx durante un periodo de 8 meses.	8 meses (15 de junio de 2013 al 14 de febrero de 2014)
FELIPE ADELAIDO GONZÁLEZ LÓPEZ (Así Sucede)	Publicación de un full banner en la página principal del sitio de noticias www.asisucede.com.mx durante un periodo de 8 meses.	8 meses (15 de junio de 2013 al 14 de febrero de 2014)
ALICIA GONZÁLEZ CAMPOS (Comunicación XXI)	Publicación de un banner publicitario en la portada de la revista virtual (www.comunicacionxxi.com.mx) durante un periodo de 8 meses.	8 meses (15 de junio de 2013 al 14 de febrero de 2014)

Inversión Total \$ 896,000.00

3. Inconforme con la respuesta, el primero (1) de noviembre dos mil trece, el **RECURRENTE** interpuso recurso de revisión, impugnación que hace consistir en lo siguiente:

Acto Impugnado: Ocultamiento de información. La respuesta no satisface la solicitud de información, pues estoy pidiendo mayor información de la que me fue proporcionada, por lo que solicito se me amplíe la respuesta incluyendo todo lo que solicité de información. (Sic)

Motivos o Razones de su Inconformidad: *La respuesta no satisface la solicitud de información, pues estoy pidiendo mayor información de la que me fue proporcionada, por lo que solicito se me amplíe la respuesta incluyendo todo lo que solicité de información. (Sic)*

4. El recurso de revisión fue remitido electrónicamente a este Instituto y registrado bajo el expediente número 02078/INFOEM/IP/RR/2013 mismo que por razón de turno fue enviado para su análisis, estudio y elaboración del proyecto de resolución a la **Comisionada Miroslava Carrillo Martínez**.

5. El seis (6) de noviembre de dos mil trece, el **SUJETO OBLIGADO** presentó informe de justificación, que en su parte considerativa expresa lo siguiente:



COMITÉ DE INFORMACIÓN

ALEGATOS

PRIMERO. El artículo 3º de la Ley de Transparencia y Acceso a la Información Pública del Estado de México y Municipios, establece que la información pública generada, administrada o en posesión de los sujetos obligados debe ser accesible de manera permanente a cualquier persona.

Los artículos 40, fracción I y 35, fracción II de la Ley en comento, determinan que los Servidores Públicos Habilitados deberán localizar la información que solicite a Unidad de Información y que a ésta corresponde entregar la información a los solicitantes.

SEGUNDO. De acuerdo a lo previsto en el artículo 55, del Reglamento Interno del Instituto Electoral del Estado de México, a la Unidad de Comunicación Social le corresponde planear, coordinar y ejecutar políticas de comunicación, orientadas a aprovechar de manera oportuna y óptima la presencia del Instituto en los medios masivos de comunicación.

Por su parte, el Manual de Organización del Instituto Electoral del Estado de México, establece en su numeral 6, las funciones de la Unidad de Comunicación Social.

TERCERO. Cuando la respuesta entregada a los particulares no satisfaga a los solicitantes, el artículo 71 de la Ley de Transparencia, establece los supuestos bajo los cuales procede interponer el recurso de revisión, como medio de impugnación.

Artículo 71.- Los particulares podrán interponer recurso de revisión cuando:

- I. Se les niegue la información solicitada;
- II. Se les entregue la información incompleta o no corresponda a la solicitada;
- III. Derogado; y
- IV. Se considere que la respuesta es desfavorable a su solicitud.

CUARTO. El ahora recurrente solicitó información sobre las inserciones de publicidad de este Instituto, de manera particular requirió un documento denominado Control de Órdenes de Inserción de Publicidad o su equivalente, de



medios impresos, Internet, radio y televisión, especificando los períodos y que contenga como mínimo las siguientes características:

Número de orden de inserción, fecha de orden de inserción, medio, concepto, tamaño, importe con IVA incluido y número de cuenta por pagar

La respuesta proporcionada al ahora recurrente, contiene solicitud, medio, concepto, fecha, tamaño, número de inserciones y total de inversión por períodos. De tal suerte, el particular se inconforma porque solicitó mayor información de la que se le entregó.

Por lo que hace a inserciones en radio y televisión se aclaró que no se ejerce ningún gasto, en virtud de que los spots publicitarios se lleva a cabo a través del Instituto Federal Electoral, al ser la única instancia facultada para administrar los tiempos oficiales de radio y televisión.

QUINTO. Del análisis de la solicitud, se advierte que se inconforma porque no se entregaron todos los rubros específicamente solicitados por él, sin precisar a qué rubros se refiere; sin embargo conviene destacar que el artículo 41 de la Ley de Transparencia, señala que los sujetos obligados sólo están constreñidos a entregar la información que obre en sus archivos y no están obligados a procesarla, resumirla, efectuar cálculos o practicar investigaciones.

En este sentido en el artículo 55, del Reglamento Interno del Instituto Electoral del Estado de México, indica que corresponde a la Unidad de Comunicación Social planear, coordinar y ejecutar políticas de comunicación, orientadas a aprovechar de manera oportuna y óptima la presencia del Instituto en los medios masivos de comunicación.

Dentro de las funciones de la Unidad de Comunicación Social, no se especifica la obligación de generar un Control de Inserción que contenga como mínimo: número de orden de inserción, fecha de orden de inserción, medio, concepto, tamaño, importe con IVA incluido y número de cuenta por pagar.

Lo anterior es coincidente con el Manual de Procedimientos para la Unidad de Comunicación Social del Instituto Electoral del Estado de México, en donde se especifica el procedimiento para la contratación de medios de comunicación. Dentro de este Manual, puede verificarse el Procedimiento de Solicitud de Inserción en Prensa (páginas 7 a 13); dentro de este procedimiento, se incluye el de recepción y registro de facturas de medios de comunicación.

En los procedimientos establecidos en el Manual, se desprende que dentro del Instituto el área competente para todo lo relacionado con el pago de facturas es la Dirección de Administración, con lo que se corrobora que la Unidad de Comunicación Social se encarga de lo relacionado con las órdenes de inserción, en cuanto a elegir el medio, contenido, tamaño y lo relacionado con el pago y las facturas corresponde a otra área; motivo por el cual la Unidad de Comunicación Social no genera un documento con todas las características señaladas por el ahora recurrente, como tampoco lo hace la Dirección de Administración.

PROCEDIMIENTO: RECEPCIÓN Y REGISTRO DE FACTURAS DE MEDIOS DE COMUNICACIÓN

NO. PASOS	RESPONSABLE	DESCRIPCIÓN	FORMATO UTILIZADO
1	Prestador del bien o servicio	<ul style="list-style-type: none">Elabora la factura e integre los soportes correspondientes siendo necesario entregar tres testigos de la publicación, así como la solicitud respectiva y remita a la Unidad de Comunicación Social.	
2	Área Administrativa	<ul style="list-style-type: none">Revisa y revisa la factura, copia de la solicitud de inserción en prensa, así como los soportes de difusión y determina.	
3	Área Administrativa	<ul style="list-style-type: none">Si no es correcta se notifica al prestador del bien o servicio para realizar la corrección de la documentación (se conecta con el paso número 1 de este procedimiento).	UCS/02/RRFMCI01
4	Área Administrativa	<ul style="list-style-type: none">Si es correcta registra la entrada de la documentación en el formato de "Recepción y Registro de Facturas de Medios de Comunicación".Se guarda la documentación para enviarse posteriormente a pago a través de procedimiento "Trámite de Facturas de Medios de Comunicación".	
Fin del procedimiento			

Por lo anterior, se atendió la solicitud con la información generada por la Unidad de Comunicación Social, ello sin dejar de lado que el número de cuenta de los prestadores de bienes y servicios, independientemente de que no se incluyen en los documentos generados por Comunicación Social, es información reservada con fundamento en el artículo 20, fracción IV de la Ley de Transparencia, en su parte conducente a prevención del delito.

SÉPTIMO. Con el ánimo de ampliar y completar la información de la solicitud, mediante oficio IEEM/UCS/578/2013, la Unidad de Comunicación Social envía las tablas que contienen los controles de trámite de facturas ante la Dirección de Administración de este Instituto, correspondientes a los años 2011, 2012 y 2013 (enero – julio).

Dichos documentos se entregan como archivo adjunto, con el presente informe de justificación.

OCTAVO. En razón de lo expuesto, se reitera que la Unidad de Comunicación Social no tiene la obligación normativa de generar un documento con las características especificadas en la solicitud original, motivo por el cual, se entregó la información que obra en los archivos de la Unidad.

Sin embargo, con el fin de ampliar y completar la información, como lo solicita el recurrente, se entrega en archivos anexos el Control de trámite de facturas, que contiene nombre del medio, razón social, número de orden, número de factura e importe y se reitera que no obstante que los documentos generados por la Unidad de Comunicación Social no incluyen número bancario de la cuenta por pagar, información que obra en la Dirección de Administración, estos datos no se pueden entregar, toda vez que se trata de información reservada, con fundamento en el artículo 20, fracción IV de la Ley de Transparencia, en su parte conducente a prevención del delito.

En consecuencia, el Instituto Electoral del Estado de México, solicita a esta autoridad:

1. Tener al Instituto Electoral del Estado de México, presentado en tiempo y forma para rendir el informe de justificación.
2. Se confirme la respuesta del Sujeto Obligado y se sobresea el presente recurso de revisión.

El **SUJETO OBLIGADO** adjuntó al informe de justificación el archivo electrónico **Control de Trámite de Facturas ante la Dirección de Administración 2011, 2012, 2013 enero-julio.pdf**, mismo que consta de 30 fojas útiles; sin embargo, únicamente se muestra la primera y las demás se tienen por reproducidas, en el entendido de que al momento de notificar esta resolución, se notificará con el archivo completo:

CONTROL DE TRÁMITE DE FACTURAS ANTE LA DIRECCIÓN DE ADMINISTRACIÓN 2011
 (DIFUSIÓN DE MEDIOS IMPRESOS DE COMUNICACIÓN)

MÉDIO	RAZÓN SOCIAL	NO. DE ORDEN	NO. DE FACTURA	IMPORTE
EL FINANCIERO	EL FINANCIERO COMERCIAL S.A. DE C.V.	P-001	CF 000720	\$ 30,067.20
8 COLUMNAS	EDITORIAL SIXBRO S.A. DE C.V.	P-002	8037	\$ 7,522.60
LA JORNADA	DEMOS DESARROLLO DE MEDIOS S.A. DE C.V.	P-003	259238	\$ 25,821.60
MILENIO ESTADO	MILENIO DIARIO S.A. DE C.V.	P-004	8065 AT	\$ 16,350.55
HERALDO DE TOLUCA	EDITORIA TOLOTZIN S.A. DE C.V.	P-005	57021	\$ 9,193.34
LA PRENSA	EDITORIA LA PRENSA S.A. DE C.V.	P-006	261772	\$ 24,360.00
8 COLUMNAS	EDITORIAL SIXBRO S.A. DE C.V.	P-007	8036	\$ 3,768.84
EL INFORMANTE	EL INFORMANTE DIARIO S.A. DE C.V.	P-008	259	\$ 5,800.00
LA VOZ DEL NEVADO	VELINA ALICIA RAMÍREZ ORDAZ	P-009	162	\$ 6,960.00
EL DIARIO	MAC. EDICIONES Y PUBLICACIONES S.A. DE C.V.	P-010	32449	\$ 9,827.32
CONGRESISTAS	SIMA COMUNICACIÓN ESTRÁTÉGICA SA. DE C.V.	P-011	468	\$ 15,080.00
PUNTUAL	HUIERTA GUTIÉRREZ ANTONIO	P-012	4023	\$ 8,700.00
MONITOR DE TEJUPILCO	GARCÍA ANAYA FELIX	P-013	2604	\$ 2,320.00
JYASU	HERNÁNDEZ GONZÁLEZ BENITO	P-014	1201	\$ 3,480.00
NUESTRO MEDIO	EDICIONES Y REVISTAS S.A. DE C.V.	P-015	A 2468	\$ 4,002.00
EXPRESSO EDO. MEX.	FRANCISCO ALBERTO VEGA RODRÍGUEZ	P-016	608	\$ 29,000.00
ES ASÍ	MIKE PUBLICIDAD S.A. DE C.V.	P-017	627	\$ 24,940.00
REVISTA CAMBIO	MAC. EDICIONES Y PUBLICACIONES S.A. DE C.V.	P-018	365	\$ 13,820.00
DIABLOMANIA	GARDUÑO RAMÍREZ GUILLERMO ANTONIO	P-019	1954	\$ 4,640.00
REFORMA ESTADO	EDICIONES DEL NORTE S.A. DE C.V.	P-020	FC 19754	\$ 5,178.24
EL NATIVO	DOMINGUEZ RAMÍREZ MANUEL	P-021	1246	\$ 1,740.00
PORTAL	PROPAGANDA Y MAS S.A. DE C.V.	P-022	6511	\$ 5,800.00
A.B.C.	AS EDICIONES S.A. DE C.V.	P-023	6	\$ 10,295.00
EL IZCALLENSE	FLORENCIO TRUJILLO VERA	P-024	1558	\$ 5,220.00
COMUNICACIÓN XXI	ALEJANDRO ARTURO PÉREZ GONZÁLEZ	P-025	358	\$ 5,800.00
REPORTER MEXIQUENSE	GUILLERMO ALBERTO TORRES ACOSTA	P-026	668	\$ 8,700.00
NUGOJU	MARÍA ANGÉLICA TÉLLES ROJAS	P-027	601	\$ 5,220.00
IMPULSO EDO. DE MÉXICO	OPERADORA MULTIREGIONAL DE MEDIOS S.A. DE C.V.	P-028	2773	\$ 7,238.40
EL VALLE	EDITORIAL SENA S.A. DE C.V.	P-029	567	\$ 8,700.00
DESPERTAR DEL SUR	TAMAYO NÚÑEZ MISAEL	P-030	3377	\$ 5,800.00
ZONA NORTE	DANTER S.A. DE C.V.	P-031	35497	\$ 5,336.00
AMAQUEME	IRENE ARANDA REYES	P-032	369	\$ 7,308.00
CINEMAGAZINE	ANNEL NADINE ALFARO SOTO	P-033	4159	\$ 17,400.00
ESCAPARATE	ELITE ENTERTAINMENT S.A. DE C.V.	P-034	345	\$ 9,280.00
MILITAR ARMAS	EDITORIAL GEA S.A.	P-035	2196	\$ 38,280.00
EL DIARIO	MAC. EDICIONES Y PUBLICACIONES S.A. DE C.V.	P-036	32481	\$ 19,654.65
DIARIO DE MEXICO	EDITORIAL DDM S.A. DE C.V.	P-037	668	\$ 17,400.00
LA JORNADA	DEMOS DESARROLLO DE MEDIOS S.A. DE C.V.	P-038	259928	\$ 25,821.60
MILENIO ESTADO	MILENIO DIARIO S.A. DE C.V.	P-039	8015 AT	\$ 16,350.55
8 COLUMNAS	EDITORIAL SIXBRO S.A. DE C.V.	P-040	6226	\$ 8,287.04
DIABLOMANIA	GARDUÑO RAMÍREZ GUILLERMO ANTONIO	P-041	1955	\$ 4,640.00
REFORMA ESTADO	EDICIONES DEL NORTE S.A. DE C.V.	P-042	FC21809	\$ 5,178.24
TIEMPO ESTADO DE MEXICO	GRUPO NACIONAL DE COMUNICACIÓN S.A. DE C.V.	P-043	A 607	\$ 9,193.35

6. El veintisiete (27) de noviembre del año que transcurre, el **SUJETO OBLIGADO** hizo llegar al correo electrónico institucional de la Ponente un alcance al informe de justificación en el que anexa un archivo en PDF intitulado *INTERNET 2011–013_alcance.pdf* en el que se contiene la información relacionada con los gastos realizados durante los años 2011, 2012 y 2013 en *DIFUSIÓN EN PÁGINAS WEB*. El archivo consta de siete fojas, por lo que a continuación se inserta la primera y las demás se tienen por reproducidas:

DIFUSIÓN EN PÁGINAS WEB

2011

EMPRESA	DESCRIPCIÓN DEL SERVICIO	PERÍODO DE CONTRATACIÓN	MONTO DE INVERSIÓN
PRODIGYMON DE MÉXICO, S. DE R.L. DE C.V. (Hotmail)	Contratación de 31'853,448 impresiones, a través de un Skyscraper (banner lateral derecho) en la sección de correo electrónico de Hotmail, segmentado a usuarios del Estado de México, mayores de 18 años de edad. Así como un take over (inbox, login y send) el día 1 de julio, en el correo electrónico de Hotmail, segmentado a usuarios del Estado de México, mayores de 18 años de edad. http://www.hotmail.com/	4 meses (1 de abril al 31 de julio de 2011)	\$ 400,000.00
YAHOO MÉXICO, S.A. DE C.V.	Contratación de 2'000,000 de impresiones, a través de un banner LREC en el correo electrónico de Yahoo, segmentado a los ciudadanos del Estado de México, mayores de 18 años, así como 20,000 clicks, a través de banners LREC y banners NORTH (lo que equivale a 15 millones de impactos, aproximadamente), en las diferentes categorías disponibles de la página de Yahoo, como son: noticias, deportes, finanzas, entretenimiento, estilo de vida, entre otros. Además de un botón permanente durante 3 días en la página principal del portal Yahoo!, del 29 de junio al 1 de julio y 1'500,000 de impresiones, a través de un banner FP en la página principal del portal de Yahoo! los días 2 y 3 de julio. www.yahoo.com.mx	3 meses (del 29 de marzo al 3 de julio de 2011)	\$ 299,999.78
EL UNIVERSAL COMPAÑÍA PERIODÍSTICA NACIONAL S.A. DE C.V.	Contratación de un Half Banner fijo de 234 x 60 pixels en la sección "Estado de México", durante 3 meses. Así como 2'000,000 de impresiones a través de un full banner en la página principal de El Universal online. www.eluniversal.com.mx	3 meses (3 de abril al 3 de julio de 2011)	\$ 400,000.00
USABILITY DE MÉXICO, S.C. (Partner comercial de Google México)	Desarrollar una estrategia de promoción online de la campaña de comunicación del Instituto Electoral del Estado de México, a través de la red de búsqueda y de la red de display de Google, mediante la cual se genere concientización y motivación para la participación proactiva de la sociedad mexiquense en el Proceso Electoral. Clicks esperados: 66,700 Impactos visuales generados: 6'670,000 www.google.com.mx	4 meses (8 de abril al 30 de julio de 2011)	\$ 400,000.00
DEMOS DESARROLLO Y PUBLICIDAD, S.A. DE C.V. (La Jornada)	Contratación de un Leaderboard 1 (compartido) de 728 x 90 pixels en la página principal de Internet de "La Jornada en Línea", durante 3 meses. http://www.jornada.unam.mx/	3 meses (3 de abril al 3 de julio de 2011)	\$ 300,000.00
MILENIO DIARIO, S.A. DE C.V.	Contratación durante un periodo de 3 meses de un Header Banner fijo en el Home "Tu Ciudad Estado de México" un Box Banner R00 rotativo dentro de las secciones Ad Hoc y un slide en la aplicación para Ipad Edición Impresa R00 con 30,000 impresiones mensuales. Además de un Box Banner fijo en el Home page de la página Milenio.com durante un mes. www.milenio.com	3 meses (3 de abril al 3 de julio de 2011)	\$ 300,000.00
LA CRÓNICA DIARIA, S.A. DE C.V. (La Crónica de Hoy)	Contratación de un Banner Lateral de 200 x 600 pixels en la sección Nacional del periódico "La Crónica de Hoy", durante un mes. http://www.cronica.com.mx	1 mes (1 al 31 de mayo de 2011)	\$ 50,000.00
EDITORIAL PERIODÍSTICA Y ANÁLISIS DE CONTENIDOS, S.A. DE C.V. (Revista Elcétera)	Contratación de un Banner de 234 x 70 pixels en la página principal de la Revista en Internet "Elcétera", durante 3 meses. http://www.elcetera.com.mx	3 meses (3 de abril al 3 de julio de 2011)	\$ 32,480.00

Tomando en cuenta los antecedentes expuestos, y

CONSIDERANDO

PRIMERO. El Instituto de Transparencia, Acceso a la Información Pública y Protección de Datos Personales del Estado de México y Municipios es competente para conocer y resolver este recurso de revisión, conforme a lo dispuesto por los artículos 5 de la Constitución Política del Estado Libre y Soberano de México; 1, fracción V; 60 fracciones I y VII y 75 de la Ley de Transparencia y Acceso a la Información Pública del Estado de México y Municipios.

SEGUNDO. Previo al estudio de fondo de la controversia planteada, este Órgano Garante se avoca al análisis de los requisitos de temporalidad y forma que deben reunir los recursos de revisión interpuestos, en términos de los artículos 72 y 73 de la ley de la materia:

Artículo 72.- El recurso de revisión se presentará por escrito ante la Unidad de Información correspondiente, o vía electrónica por medio del sistema automatizado de solicitudes respectivo, dentro del plazo de 15 días hábiles, contados a partir del día siguiente de la fecha en que el afectado tuvo conocimiento de la resolución respectiva.

Artículo 73.- El escrito de recurso de revisión contendrá:

I. Nombre y domicilio del recurrente, y en su caso, la persona o personas que éste autorice para recibir notificaciones;

II. Acto impugnado, Unidad de Información que lo emitió y fecha en que se tuvo conocimiento del mismo;

III. Razones o motivos de la inconformidad;

IV. Firma del recurrente o en su caso huella digital para el caso de que se presente por escrito, requisitos sin los cuales no se dará trámite al recurso.

Al escrito de recurso deberá acompañarse copia del escrito que contenga el acto impugnado.

En la especie, se observa que el medio de impugnación fue presentado a través del **SAIMEX**, en el formato previamente aprobado para tal efecto y dentro del plazo legal de quince días hábiles otorgados; que el escrito contiene el nombre del recurrente, el acto impugnado y las razones o motivos en los que sustenta la inconformidad. Por lo que hace al domicilio y a la firma o huella digital, en el presente asunto no es aplicable, debido a que el recurso fue presentado a través del Sistema de Acceso a la Información Mexiquense.

TERCERO. Ahora bien, por lo que hace a las causas de sobreseimiento contenidas en el artículo 75 Bis A de la **Ley de Transparencia y Acceso a la Información Pública del Estado de México y Municipios**, es oportuno señalar que estos requisitos privilegian la existencia de elementos de fondo, tales como el desistimiento o fallecimiento del **RECURRENTE** o que el

SUJETO OBLIGADO modifique o revoque el acto; de ahí que la actualización de alguno de éstos trae como consecuencia que el medio de impugnación se concluya sin que se analice el objeto de estudio planteado, es decir se sobreseá.

De acuerdo con el procesalista Niceto Alcalá-Zamora y Castillo en su obra “*Cuestiones de Terminología Procesal*”, el sobreseimiento es “... una resolución en forma de auto, que produce la suspensión indefinida del procedimiento penal, o que pone fin al proceso, impidiendo en ambos casos, mientras subsista, la apertura del plenario o que en él se pronuncie sentencia...”

Eduardo Pallares, en su artículo “*La caducidad y el sobreseimiento en el amparo*”, cita la definición de Aguilera Paz, aduciendo que se “...entiende por sobreseimiento en el tecnicismo forense, el hecho de cesar en el procedimiento o curso de la causa, por no existir méritos bastantes para entrar en un juicio o para entablar la contienda judicial que debe ser objeto del mismo...”. Asimismo señala que existe el sobreseimiento provisional y el definitivo: “...el definitivo es una verdadera sentencia que pone fin al juicio, y que una vez dictada, produce cosa juzgada, mientras que el provisorio tiene por efectos suspender la prosecución de la causa...”

Así, para la doctrina el sobreseimiento provoca que un procedimiento se suspenda o se resuelva en definitiva sin que se entre al estudio de los agravios o motivos de inconformidad. Este mismo criterio es compartido por el más alto tribunal del país en múltiples jurisprudencias, por lo que a continuación se agrega una de ellas que sirve como orientador en esta resolución:

SOBRESEIMIENTO EN EL JUICIO DE AMPARO DIRECTO. IMPIDE EL ESTUDIO DE LAS VIOLACIONES PROCESALES PLANTEADAS EN LOS CONCEPTOS DE VIOLACIÓN.

El sobreseimiento en el juicio de amparo directo provoca la terminación de la controversia planteada por el quejoso en la demanda de amparo, sin hacer un pronunciamiento de fondo sobre la legalidad o ilegalidad de la sentencia reclamada. Por consiguiente, si al sobreseerse en el juicio de amparo no se pueden estudiar los planteamientos que se hacen valer en contra del fallo reclamado, tampoco se deben analizar las violaciones procesales propuestas en los conceptos de violación, dado que, la principal consecuencia del sobreseimiento es poner fin al juicio de amparo sin resolver la controversia en sus méritos.

SÉPTIMO TRIBUNAL COLEGIADO EN MATERIA CIVIL DEL PRIMER CIRCUITO.

Amparo directo 699/2008. Mariana Leticia González Steele. 13 de noviembre de 2008. Unanimidad de votos.

PONENTE: Sara Judith Montalvo Trejo. Secretario: Arnulfo Mateos García.

De este modo, se puede deducir que en las resoluciones dictadas por el Pleno de este Instituto, en las que se decreta el sobreseimiento de un recurso de revisión por la actualización de alguno de los supuestos jurídicos contemplados en el artículo 75 Bis A de la Ley de Transparencia Local, nos encontramos ante un

sobreseimiento definitivo toda vez que pone fin al procedimiento sin entrar al estudio de fondo del mismo. El artículo señalado dispone lo siguiente:

Artículo 75 Bis A. – *El recurso será sobreseído cuando:*

- I. El recurrente se desista expresamente del recurso;*
- II. El recurrente fallezca o, tratándose de personas morales, se disuelva;*
- III. La dependencia o entidad responsable del acto o resolución impugnado lo modifique o revoque, de tal manera que el medio de impugnación quede sin efecto o materia.*

Para los efectos de esta resolución, es oportuno precisar los alcances jurídicos de la fracción III de la disposición legal transcrita. Así, procede el sobreseimiento del recurso de revisión cuando el Sujeto Obligado:

- a. **Modifique el acto impugnado:** Se actualiza cuando el Sujeto Obligado después de haber otorgado una respuesta y hasta antes de dictada la resolución del recurso de revisión, emite una diversa en la que subsane las deficiencias que hubiera tenido.
- b. **Revoque el acto impugnado:** En este supuesto, el Sujeto Obligado deja sin efectos la primera respuesta y en su lugar emite otra que satisfaga lo solicitado por el particular en un primer momento.

Las consecuencias jurídicas de esta modificación o revocación es que el recurso de revisión interpuesto quede sin efectos o sin materia. Un acto impugnado queda sin efectos, cuando aun existiendo jurídicamente, no genera consecuencia legal alguna; queda sin materia, cuando ha sido satisfecha la pretensión del particular, ya sea porque se hizo la entrega de la información solicitada o porque se completó la misma.

En el presente asunto, este Pleno advierte que el **SUJETO OBLIGADO**, en el informe de justificación y en el alcance puntualiza aquella parte de la solicitud que a decir del particular no fue atendida en la respuesta, con lo que modifica el acto que le dio origen al recurso de revisión, lo que trae como consecuencia que el mismo quede sin efectos, actualizándose de este modo, la hipótesis jurídica contenida en la fracción III del citado artículo 75 Bis A.

Lo anterior es así porque de acuerdo con la Ley de la materia, el derecho de impugnar la respuesta de un Sujeto Obligado surge en el momento en que el particular considera que no fueron satisfechos los extremos de su solicitud, con el objeto de que el Órgano Garante revise las actuaciones de la autoridad y confronte la solicitud con la respuesta otorgada para determinar lo que en derecho proceda. Esto se encuentra estipulado en los artículos 70, 71 y 73 de la Ley referida:

Artículo 70.- En las respuestas desfavorables a las solicitudes de acceso a la información pública o de corrección de datos personales, las unidades de información deberán informar a los interesados el derecho y plazo que tienen para promover recurso de revisión.

Artículo 71.- Los particulares podrán interponer recurso de revisión cuando:

- I. Se les niegue la información solicitada;
- II. Se les entregue la información incompleta o no corresponda a la solicitada;
- III. Derogado; y
- IV. Se considere que la respuesta es desfavorable a su solicitud.

Artículo 73.- El escrito de recurso de revisión contendrá:

- I. Nombre y domicilio del recurrente, y en su caso, la persona o personas que éste autorice para recibir notificaciones;
 - II. Acto impugnado, Unidad de Información que lo emitió y fecha en que se tuvo conocimiento del mismo;
 - III. Razones o motivos de la inconformidad;
 - IV. Firma del recurrente o en su caso huella digital para el caso de que se presente por escrito, requisitos sin los cuales no se dará trámite al recurso.
- Al escrito de recurso deberá acompañarse copia del escrito que contenga el acto impugnado.

De acuerdo con la ley, los particulares pueden interponer el recurso de revisión cuando el **SUJETO OBLIGADO** niegue la información; la entregue incompleta o no corresponda a lo solicitado; o que en términos generales, considere que la respuesta proporcionada es desfavorable a su pretensión.

Para la interposición del recurso de revisión, la ley de referencia establece el cumplimiento de ciertos requisitos formales y de fondo. Por lo que hace a los requisitos formales se exige el nombre, el domicilio del recurrente, la fecha en que se tuvo conocimiento, la Unidad de Información que lo emitió y la firma; respecto de los requisitos de fondo se debe señalar el acto impugnado y los motivos de inconformidad. Para omitir los requisitos de forma, el Instituto ha aprobado formatos específicos para la presentación del correspondiente recurso de revisión a través del **SAIMEX**.

Así, el sistema de medios de impugnación en esta materia se centra en el análisis de los agravios o motivos de inconformidad, los que deben tener relación directa con el acto de autoridad que lo motiva. En consecuencia, los motivos de la inconformidad deben versar sobre la respuesta de información proporcionada por los Sujetos Obligados o la negativa de entrega de la misma, derivada de la solicitud de información pública.

De este modo, cuando el **SUJETO OBLIGADO**, antes de que se dicte resolución definitiva, entrega la información solicitada o completa la información que en un primer momento fue incompleta o no correspondió con lo solicitado; el recurso de revisión que al efecto se haya interpuesto queda sin materia lo que imposibilita el estudio de fondo de la *litis* planteada, debido a que la afectación en su esfera de

derechos fue restituida por la propia autoridad que emitió el acto motivo de impugnación.

Sirve de sustento a lo anterior la siguiente jurisprudencia por contradicción, cuyo rubro, texto y datos de identificación son los siguientes:

CESACIÓN DE EFECTOS DEL ACTO RECLAMADO POR VIOLACIÓN AL ARTÍCULO 8o. DE LA CONSTITUCIÓN POLÍTICA DE LOS ESTADOS UNIDOS MEXICANOS. OPERA CUANDO LA AUTORIDAD RESPONSABLE AL RENDIR SU INFORME JUSTIFICADO EXHIBE LA CONTESTACIÓN A LA PETICIÓN FORMULADA, QUEDANDO EXPEDITOS LOS DERECHOS DEL QUEJOSO PARA AMPLIAR SU DEMANDA INICIAL, PROMOVER OTRO JUICIO DE AMPARO O EL MEDIO ORDINARIO DE DEFENSA QUE PROCEDA. De la interpretación de los artículos 73, fracción XVI y 80 de la Ley de Amparo, se concluye que la causa de improcedencia del juicio de garantías consistente en la **cesación de efectos del acto reclamado, se actualiza cuando ante la insubsistencia del mismo, todos sus efectos desaparecen o se destruyen de forma inmediata, total e incondicionalmente, de manera que las cosas vuelvan al estado que tenían antes de la violación constitucional.** Ahora bien, **el hecho de que la autoridad responsable al rendir su informe justificado exhiba la respuesta expresa a la petición de la parte quejosa, producida durante la tramitación del juicio de amparo, significa, por una parte, que los efectos de la falta de contestación desaparecieron, de manera que las cosas volvieron al estado que tenían antes de la violación al artículo 8o. de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, y por otra, que respecto del contenido de dicha contestación, el quejoso puede ampliar su demanda inicial, promover otro juicio de amparo o el medio ordinario de defensa que proceda, toda vez que se trata de un nuevo acto.**

Contradicción de tesis 164/2008-SS. Entre las sustentadas por los Tribunales Colegiados Primero y Décimo Quinto, ambos en Materia Administrativa del Primer Circuito. 19 de noviembre de 2008. Cinco votos. Ponente: Margarita Beatriz Luna Ramos. Secretaria: Hilda Marcela Arceo Zarza.

Tesis de jurisprudencia 205/2008. Aprobada por la Segunda Sala de este Alto Tribunal
Registro No. 168189; Localización: Novena Época; Instancia: Segunda Sala; Fuente: Semanario Judicial de la Federación y su Gaceta XXIX, Enero de 2009; Página: 605; Tesis: 2a./J. 205/2008; Jurisprudencia, Materia(s): Común

La anterior jurisprudencia resulta aplicable al presente asunto, en dos aspectos:

1. **La cesación de los efectos perniciosos del acto de autoridad:** Al respecto, la Ley de Transparencia contempla la figura jurídica del sobreseimiento cuando el Sujeto obligado de *motu proprio* modifica o revoca de tal manera el acto motivo de la impugnación que lo deja sin materia; es decir, cesan los efectos de éste y el derecho de acceso a la información pública se encuentra satisfecho.
2. **El momento procesal para modificar el acto impugnado:** Para que se actualice el sobreseimiento de un recurso de revisión, el Sujeto Obligado puede entregar o completar la información al momento de rendir su informe de justificación o posteriormente a éste, siempre y cuando el Pleno del Instituto no haya dictado resolución definitiva.

CUARTO. Una vez establecido lo anterior, en el presente asunto el particular solicitó el documento denominado **CONTROL de ÓRDENES DE INSERCIÓN de PUBLICIDAD o documento EQUIVALENTE, de medios impresos, internet, televisión y radio**, de los años **2011, 2012 y del 1 de enero al 23 de septiembre de 2013** (fecha en que fue presentada la solicitud de información) o de la fecha más cercana que se tenga registro.

De este documento, destacó que requería los siguientes rubros:

1. **Número de orden de inserción.**
2. **Fecha de orden de inserción.**
3. **Medio.**
4. **Concepto.**
5. **Tamaño.**
6. **Importe con IVA incluido.**
7. **Número de cuenta por pagar.**

A la solicitud, el **SUJETO OBLIGADO** entregó la siguiente información:

1. **SOLICITUDES DE INSERCIÓN EN MEDIOS IMPRESOS** de los años 2011, 2012 y de enero a julio de 2013.
Estas solicitudes contienen la siguiente información sobre las inserciones en medios impresos: **NÚMERO DE SOLICITUD, MEDIO, CONCEPTO, FECHA, TAMAÑO, NÚMERO DE INSERCIÓNES Y TOTAL DE INVERSIÓN POR AÑO.**
2. **DIFUSIÓN EN PÁGINAS WEB**, de los años 2011, 2012 y 2013. En estas tablas se describe la **EMPRESA CONTRATADA, la DESCRIPCIÓN DEL SERVICIO y el PERIODO DE CONTRATACIÓN**; así como la **INVERSIÓN TOTAL POR AÑO**.
3. Respecto de la transmisión de spots en **TELEVISIÓN Y RADIO**, informa que en términos de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos y de las leyes en materia electoral, tanto federales como estatales, la única autoridad que puede administrar y asignar los tiempos que corresponden al Estado en radio y televisión es el Instituto Federal Electoral. Que las autoridades electorales locales tienen prohibido contratar tiempos de radio y televisión, por lo que se construyen a remitir al Instituto Federal Electoral sus mensajes de comunicación social y solicitar la asignación de espacios.

Por lo que concluye que el Instituto Electoral del Estado de México, desde la entrada en vigor de dichas reformas constitucionales y legales, **no ha ejercido ningún gasto en la transmisión de spots publicitarios dado que se efectúa**

a través de la gestión de tiempos de Estado ante el Instituto Federal Electoral (IFE), toda vez que es la única autoridad facultada para la administración de dichos espacios.

Ahora, de un análisis entre la información solicitada y la entregada por el **SUJETO OBLIGADO**, se observa que entregó los documentos que obran en sus archivos y que contienen la siguiente información:

1. MEDIOS IMPRESOS:

- Los documentos abarcan los plazos exigidos por el particular: 2011, 2012 y de enero a julio de 2013.
- De los puntos que abarca la solicitud de información sobre la inserciones en medios impresos, se hizo entrega de: NÚMERO DE SOLICITUD (Número de orden de inserción); FECHA (Fecha de orden de inserción); MEDIO; CONCEPTO y TAMAÑO. Adicionalmente informa (por así contenerse en el documento generado) sobre el NÚMERO DE INSERCIIONES.
- Los puntos no incluidos en la información entregada son: Importe con IVA incluido y número de cuenta por pagar. Si bien, el **SUJETO OBLIGADO** proporciona los montos que como inversión llevó a cabo en forma anualizada, esto no satisfizo al particular.

2. INTERNET:

- Los documentos abarcan los plazos exigidos por el particular: 2011, 2012 y 2013.
- La información contenida en los documentos describen a la EMPRESA CONTRATADA (Medio); la DESCRIPCIÓN DEL SERVICIO (Concepto, tamaño y número de orden de inserción) y el PERIODO DE CONTRATACIÓN (Fecha de orden de inserción).
- Los puntos no incluidos en la información entregada son: Importe con IVA incluido y número de cuenta por pagar. Si bien, el **SUJETO OBLIGADO** proporciona los montos que como inversión llevó a cabo en forma anualizada, esto no satisfizo al particular.

3. TELEVISIÓN Y RADIO:

Al respecto, este Pleno tiene por satisfecha esta parte de la solicitud con la respuesta proporcionada por el **SUJETO OBLIGADO**, con base en las siguientes consideraciones jurídicas:

El Instituto Electoral del Estado de México, al tratarse de un órgano administrativo en materia electoral, el uso que éste haga de los medios de comunicación social debe regirse por lo establecido en el artículo 41, base III, apartados A y B de la **Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos**:

Artículo 41....

III....

Apartado A. El Instituto Federal Electoral será autoridad única para la administración del tiempo que corresponda al Estado en radio y televisión destinado a sus propios fines y al ejercicio del derecho de los partidos políticos nacionales, de acuerdo con lo siguiente y a lo que establezcan las leyes:

- a) A partir del inicio de las precampañas y hasta el día de la jornada electoral quedarán a disposición del Instituto Federal Electoral cuarenta y ocho minutos diarios, que serán distribuidos en dos y hasta tres minutos por cada hora de transmisión en cada estación de radio y canal de televisión, en el horario referido en el inciso d) de este apartado;
- b) Durante sus precampañas, los partidos políticos dispondrán en conjunto de un minuto por cada hora de transmisión en cada estación de radio y canal de televisión; el tiempo restante se utilizará conforme a lo que determine la ley;
- c) Durante las campañas electorales deberá destinarse para cubrir el derecho de los partidos políticos al menos el ochenta y cinco por ciento del tiempo total disponible a que se refiere el inciso a) de este apartado;
- d) **Las transmisiones en cada estación de radio y canal de televisión se distribuirán dentro del horario de programación comprendido entre las seis y las veinticuatro horas;**
- e) El tiempo establecido como derecho de los partidos políticos se distribuirá entre los mismos conforme a lo siguiente: el treinta por ciento en forma igualitaria y el setenta por ciento restante de acuerdo a los resultados de la elección para diputados federales inmediata anterior;
- f) A cada partido político nacional sin representación en el Congreso de la Unión se le asignará para radio y televisión solamente la parte correspondiente al porcentaje igualitario establecido en el inciso anterior, y
- g) Con independencia de lo dispuesto en los apartados A y B de esta base **y fuera de los períodos de precampañas y campañas electorales federales, al Instituto Federal Electoral le será asignado hasta el doce por ciento del tiempo total de que el Estado disponga en radio y televisión**, conforme a las leyes y bajo cualquier modalidad; del total asignado, el Instituto distribuirá entre los partidos políticos nacionales en forma igualitaria un cincuenta por ciento; **el tiempo restante lo utilizará para fines propios o de otras autoridades electorales, tanto federales como de las entidades federativas.** Cada partido político nacional utilizará el tiempo que por este concepto le corresponda en un programa mensual de cinco minutos y el restante en mensajes con duración de veinte

segundos cada uno. En todo caso, las transmisiones a que se refiere este inciso se harán en el horario que determine el Instituto conforme a lo señalado en el inciso d) del presente Apartado. En situaciones especiales el Instituto podrá disponer de los tiempos correspondientes a mensajes partidistas a favor de un partido político, cuando así se justifique.

Los partidos políticos en ningún momento podrán contratar o adquirir, por sí o por tercera personas, tiempos en cualquier modalidad de radio y televisión.

Ninguna otra persona física o moral, sea a título propio o por cuenta de terceros, podrá contratar propaganda en radio y televisión dirigida a influir en las preferencias electorales de los ciudadanos, ni a favor o en contra de partidos políticos o de candidatos a cargos de elección popular. Queda prohibida la transmisión en territorio nacional de este tipo de mensajes contratados en el extranjero.

Las disposiciones contenidas en los dos párrafos anteriores deberán ser cumplidas en el ámbito de los estados y el Distrito Federal conforme a la legislación aplicable.

Apartado B. Para fines electorales en las entidades federativas, el Instituto Federal Electoral administrará los tiempos que correspondan al Estado en radio y televisión en las estaciones y canales de cobertura en la entidad de que se trate, conforme a lo siguiente y a lo que determine la ley:

- a) Para los casos de los procesos electorales locales con jornadas comiciales coincidentes con la federal, el tiempo asignado en cada entidad federativa estará comprendido dentro del total disponible conforme a los incisos a), b) y c) del apartado A de esta base;
- b) Para los demás procesos electorales, la asignación se hará en los términos de la ley, conforme a los criterios de esta base constitucional, y
- c) La distribución de los tiempos entre los partidos políticos, incluyendo a los de registro local, se realizará de acuerdo a los criterios señalados en el apartado A de esta base y lo que determine la legislación aplicable.

Cuando a juicio del Instituto Federal Electoral el tiempo total en radio y televisión a que se refieren este apartado y el anterior fuese insuficiente para sus propios fines o los de otras autoridades electorales, determinará lo conducente para cubrir el tiempo faltante, conforme a las facultades que la ley le confiera.

...

De lo anterior se advierte que le corresponde exclusivamente al Instituto Federal Electoral administrar el tiempo en radio y televisión que le corresponde al estado mexicano destinado a la difusión y transmisión de propaganda política y gubernamental; es decir, el órgano administrativo electoral federal es quien distribuye los tiempos en radio y televisión que le corresponden a cada uno de los partidos políticos y a las autoridades electorales federales o locales para dar a conocer sus fines, objetivos y propuestas.

Asimismo, tratándose de partidos políticos locales y autoridades electorales de los estados, el Instituto Federal Electoral asigna el tiempo que cada uno de ellos va a tener en las estaciones de radio y televisión de cada entidad federativa, de acuerdo con los parámetros establecidos en el apartado A del artículo 41.

En armonía con la disposición constitucional, el **Reglamento de Radio y Televisión en Materia Electoral**, publicado en el Diario Oficial de la Federación el seis de enero de dos mil doce, mediante *Acuerdo del Consejo General del Instituto Federal Electoral por el que se ordena la publicación del Reglamento de Radio y Televisión en Materia Electoral, en acatamiento a la sentencia emitida por la H. Sala Superior del Tribunal Electoral del Poder Judicial de la Federación, identificada con el número de expediente SUP-RAP-535/2011 y acumulados; respecto de la asignación de tiempo en radio y televisión a las autoridades electorales locales establece lo siguiente:*

Artículo 1

Del objeto y ámbito de aplicación

4. *El presente ordenamiento tiene por objeto establecer las normas conforme a las cuales se instrumentarán las disposiciones de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos y del Código Federal de Instituciones y Procedimientos Electorales, relativas al ejercicio de las prerrogativas de los partidos políticos en materia de acceso a la radio y a la televisión, así como a la administración de los tiempos destinados en dichos medios a los fines propios del Instituto Federal Electoral y los de otras autoridades electorales; así como a las prohibiciones que en dichos ordenamientos se establecen en materia de radio y televisión.*
5. *El presente Reglamento es de observancia general y obligatoria para el Instituto Federal Electoral, los partidos políticos, nacionales y locales, sus dirigentes, militantes, afiliados y simpatizantes, los concesionarios y permisionarios de estaciones de radio y canales de televisión, así como sus afiliadas, las autoridades electorales y no electorales, los aspirantes, los precandidatos y candidatos a cargos de elección popular, así como para cualquier persona física o moral.*

Artículo 4

De los órganos competentes

6. *El Instituto Federal Electoral es la única autoridad facultada para la administración del tiempo que corresponde al Estado en radio y televisión, destinado a sus propios fines y a otras autoridades electorales, y al ejercicio de la prerrogativa otorgada en esta materia a los partidos políticos nacionales y locales.*

Artículo 6

De las atribuciones de los órganos competentes del Instituto

7. *Son atribuciones del Consejo General:*

...
f) *Aprobar el Acuerdo mediante el cual se asignen tiempos en radio y televisión a las autoridades electorales, federales o locales, fuera y dentro de los procesos electorales federales y locales;*

...
j) *Asignar en forma trimestral el tiempo en radio y televisión destinado a sus propios fines y de otras autoridades electorales.*

Artículo 7

De las bases de acceso a la radio y la televisión en materia política y electoral

8. ***El Instituto es la única autoridad competente para ordenar la transmisión de propaganda política o electoral en radio o televisión, para el cumplimiento de sus propios fines, de otras autoridades electorales federales o locales, y de los partidos políticos.***

...

Artículo 11

De los tiempos de las autoridades electorales locales en períodos ordinarios

1. ***El Consejo asignará trimestralmente tiempos en radio y televisión a las autoridades electorales locales que lo soliciten, considerando el tiempo disponible, las necesidades de difusión del Instituto y la propuesta de las autoridades electorales.***

2. ***Las autoridades electorales locales deberán entregar a la Dirección Ejecutiva las solicitudes de tiempo en radio y televisión que requieran para el cumplimiento de sus fines, con 30 días de anticipación al inicio del trimestre correspondiente. Las solicitudes que sean presentadas con posterioridad al plazo establecido serán atendidas en el siguiente trimestre.***

3. ***Las autoridades deberán entregar los materiales que serán transmitidos durante el periodo, de conformidad con los calendarios de materiales y órdenes de transmisión que determine la Junta.***

4. ***Los promocionales de las autoridades electorales locales en las pautas a que se refiere este Capítulo se distribuirán de acuerdo a la asignación de tiempos que apruebe el Consejo.***

5. ***Los promocionales de las autoridades electorales locales serán transmitidos en las estaciones de radio y canales de televisión con cobertura en la entidad federativa en que tenga jurisdicción la autoridad local respectiva.***

Artículo 18

De los tiempos de las autoridades electorales federales y locales

1. ***El Consejo asignará tiempos en radio y televisión a las autoridades electorales que lo soliciten para el periodo comprendido entre el inicio de la precampaña y la celebración de la jornada electoral.*** Para lo anterior, considerará el tiempo disponible, las necesidades de difusión del Instituto y la propuesta de las autoridades electorales.

2. ***Las autoridades electorales deberán presentar a la Dirección Ejecutiva las solicitudes de tiempo en radio y televisión que requieran para el cumplimiento de sus fines, con 30 días de anticipación al inicio de la etapa del Proceso Electoral de que se trate. Las solicitudes que sean presentadas con posterioridad al plazo establecido serán atendidas en la siguiente etapa del Proceso Electoral correspondiente.***

3. ***Las autoridades electorales deberán entregar los materiales que serán transmitidos durante el periodo, de conformidad con los calendarios de materiales y órdenes de transmisión que determine la Junta.***

4. ***Los promocionales de las autoridades electorales en las pautas a que se refiere este Capítulo se distribuirán de acuerdo a la asignación de tiempos que apruebe el Consejo.***

5. ***La Junta distribuirá los promocionales de las autoridades electorales en las pautas de acuerdo a la asignación de tiempos que apruebe el Consejo.***

De estos numerales se deduce que, tal y como lo señaló el **SUJETO OBLIGADO** en la respuesta, le corresponde en exclusividad al Instituto Federal Electoral la administración del tiempo que corresponde al Estado en radio y televisión, para que los partidos políticos ejerzan su prerrogativa de acceso a estos medios de comunicación social y para que el propio Instituto Federal y las demás autoridades electorales difundan entre la sociedad el ejercicio de sus atribuciones o que se realice alguna actividad por parte de la ciudadanos.

En efecto, le corresponde al Consejo General del Instituto Federal Electoral asignar trimestralmente tiempos en radio y televisión a las autoridades electorales locales que lo soliciten; para ello, cada autoridad electoral debe entregar a la Dirección Ejecutiva, con treinta días de anticipación al inicio del trimestre, la solicitud de tiempo que requieran para el cumplimiento de sus fines y los materiales que serán transmitidos, de acuerdo con los calendarios previamente establecidos.

Los promocionales de las autoridades electorales locales serán transmitidos en las estaciones de radio y televisión con cobertura en la entidad federativa que corresponda a su jurisdicción.

Con la solicitud y los materiales, el Consejo General del Instituto Federal Electoral aprueba el acuerdo en el que se asignan tiempos en radio y televisión a las autoridades electorales, federales o locales, fuera y dentro de los procesos electorales respectivos.

Por lo que, este Pleno estima que la parte de la respuesta proporcionada por el **SUJETO OBLIGADO** respecto de la utilización de televisión y radio para difundir sus actividades es acorde con las disposiciones constitucionales, legales y normativas que rigen su asignación.

CUARTO. En adición a la información proporcionada en la respuesta, el **SUJETO OBLIGADO** adjunta en el informe de justificación los documentos intitulados **CONTROL DE TRÁMITE DE FACTURAS ANTE LA DIRECCIÓN DE ADMINISTRACIÓN 2011 (DIFUSIÓN DE MEDIOS IMPRESOS DE COMUNICACIÓN); CONTROL DE TRÁMITE DE FACTURAS ANTE LA DIRECCIÓN DE ADMINISTRACIÓN 2012 (DIFUSIÓN DE MEDIOS IMPRESOS DE COMUNICACIÓN);** y **CONTROL DE TRÁMITE DE FACTURAS ANTE LA DIRECCIÓN DE ADMINISTRACIÓN 2013 (DIFUSIÓN DE MEDIOS IMPRESOS DE COMUNICACIÓN ENERO-JULIO).**

En estos documentos se repiten los siguientes rubros respecto de la información entregada en la respuesta sobre medios impresos: MEDIO, RAZÓN SOCIAL, NÚMERO DE ORDEN; además de **NÚMERO DE FACTURA** e **IMPORTE**. Con estos últimos documentos se satisface la parte de la solicitud sobre el importe

con IVA incluido sobre cada una de las inserciones contratadas en medios impresos por el **SUJETO OBLIGADO** durante el 2011, 2012 y de enero a julio de 2013.

Por lo anterior, se advierte que con la entrega adicional de la información en el informe de justificación, se vuelve coincidente lo solicitado frente a lo entregado por la autoridad respecto de los MEDIOS IMPRESOS.

Por otro lado, respecto a la información solicitada para internet, en el alcance al informe de justificación, el **SUJETO OBLIGADO** hace entrega de la información respecto de los gastos realizados para la difusión en páginas web, de los años solicitados por el particular. Nuevamente refiere la empresa contratada, la descripción del servicio, el periodo de contratación y el MONTO DE INVERSIÓN particularizada a cada servicio y no en forma global como lo hizo en un primer momento. Por lo que con esta entrega adicional de la información se colma lo solicitado respecto del importe del servicio.

De este modo, se advierte que con la adición a la respuesta, realizada por el **SUJETO OBLIGADO**, satisface lo solicitado por el particular. Por lo que con el último acto de autoridad, subsana las deficiencias que motivaron el medio de impugnación.

Conforme a ello, quedan sin materia los motivos de inconformidad planteados; consecuentemente resulta innecesario ordenar al **SUJETO OBLIGADO** la entrega de la misma, debido a que la información se encuentra plasmada en el cuerpo de esta resolución y el **RECURRENTE** podrá conocerla en el momento en que se le notifique la presente resolución, amén de que se notificará con todos los documentos anexos, en donde se contiene la información solicitada.

Por lo anterior, este Pleno determina el **SOBRESEIMIENTO** del presente recurso de revisión, toda vez que la afectación al derecho de acceso a la información pública establecido constitucionalmente a favor del particular, ha sido resarcida con la entrega de la información antes del dictado de la resolución definitiva.

Con base en los razonamientos expuestos, motivados y fundados, se

R E S U E L V E

PRIMERO. Se **SOBRESEE** el presente recurso de revisión, en términos de los considerandos TERCERO y CUARTO de esta resolución.

SEGUNDO. **NOTIFÍQUESE** al Titular de la Unidad de Información del **SUJETO OBLIGADO**.

TERCERO. NOTIFIQUESE al **RECURRENTE** y hágase de su conocimiento que en caso de considerar que la presente resolución le causa algún perjuicio, podrá promover el Juicio de Amparo en los términos de las leyes aplicables, de acuerdo a lo estipulado por el artículo 78 de la Ley de Transparencia y Acceso a la Información Pública del Estado de México y Municipios.

ASÍ LO RESUELVE, POR UNANIMIDAD EL PLENO DEL INSTITUTO DE TRANSPARENCIA, ACCESO A LA INFORMACIÓN PÚBLICA Y PROTECCIÓN DE DATOS PERSONALES DE ESTADO DE MÉXICO Y MUNICIPIOS, CONFORMADO POR ROSENDOEVGUENI MONTERREY CHEPOV, COMISIONADO PRESIDENTE; EVA ABAID YAPUR, COMISIONADA; MIROSLAVA CARRILLO MARTÍNEZ, COMISIONADA; FEDERICO GUZMÁN TAMAYO, COMISIONADO; Y JOSEFINA ROMÁN VERGARA, COMISIONADA; EN LA CUADRAGÉSIMA CUARTA SESIÓN ORDINARIA CELEBRADA EL DÍA TRES DE DICIEMBRE DE DOS MIL TRECE, ANTE EL SECRETARIO TÉCNICO DEL PLENO, IOVJAYI GARRIDO CANABAL PÉREZ.

ROSENDOEVGUENI MONTERREY CHEPOV
COMISIONADO PRESIDENTE

EVA ABAID YAPUR
COMISIONADA

MIROSLAVA CARRILLO MARTÍNEZ
COMISIONADA

FEDERICO GUZMÁN TAMAYO
COMISIONADO

JOSEFINA ROMÁN VERGARA
COMISIONADA

IOVJAYI GARRIDO CANABAL PÉREZ
SECRETARIO TÉCNICO DEL PLENO