



PROCESO PARA REALIZAR ANUNCIOS EN MEDIOS DE COMUNICACIÓN IMPRESA	CÓDIGO: TVMETRO-NIS-0018
	Revisión: 2
	Hoja: 1 de 11

1. PROPÓSITO:

Difundir los contenidos de la programación a través de la publicación de anuncios gráficos en medios de comunicación impresa, de circulación nacional, seleccionados con este objeto, a fin de promover la imagen de Canal 22 e impulsar los niveles de audiencia.

2. ALCANCE:

El proceso es aplicable a la publicación, en diarios y revistas de circulación nacional, de anuncios tendientes a: difundir la programación de Canal 22, transmitir mensajes en torno a los contenidos de la programación y promover la imagen de Televisión Metropolitana S.A. de C.V.

Aplica a la Dirección de Imagen Corporativa; a la Subdirección General de Producción y Programación; a la Dirección de Programación; a la Gerencia de Comunicación Social; a la Gerencia de Diseño Gráfico y a la Gerencia de Promoción e Imagen.

El proceso tiene conexión con los procesos para: elaborar la Carta de Programación Mensual; Cartelera Diaria de Programación e Intercambio publicitario.

Área emisora del proceso: Dirección de Imagen Corporativa.

3. POLÍTICAS:

- El Titular del Departamento de Comunicación Social deberá entregar por correo electrónico al Titular de la Gerencia de Comunicación Social, el análisis de la parrilla mensual de programación, señalando los estrenos y temas de actualidad, la sinopsis de la programación depurada y corregida, los destacados de la programación
- Es responsabilidad del Titular de la Gerencia de Comunicación Social entregar el Guion para la elaboración del anuncio, a la Gerencia de Diseño Gráfico con un día de anticipación antes del cierre de la fecha registrada en la pauta publicitaria del Canal 22
- El Titular de la Gerencia de Comunicación Social y el Titular de la Gerencia de Diseño Gráfico deberán supervisar que sean correctos los componentes gramaticales y ortográficos de los guiones para la emisión de los anuncios publicitarios.
- El Titular de la Gerencia de Comunicación Social y el Titular de la Gerencia de Diseño Gráfico deberán apegarse al Manual de Estilo de la Televisora, en la construcción del guión para la elaboración del anuncio y el diseño de los mismos.
- El Titular de la Dirección de Imagen Corporativa deberá supervisar la selección de los medios para la publicación de los anuncios;
- La Titular de la Dirección de Imagen Corporativa deberá comunicar al Titular de la Gerencia de Comunicación Social el nombre de cada uno de los medios en que se realizará la publicación de los anuncios, así como el formato, y la sección en que deberá ubicarse y su extensión.
- El Titular del Departamento de Comunicación Social es responsable de mantener el control de los gastos aplicados por concepto de anuncios publicados en los diferentes medios de comunicación.



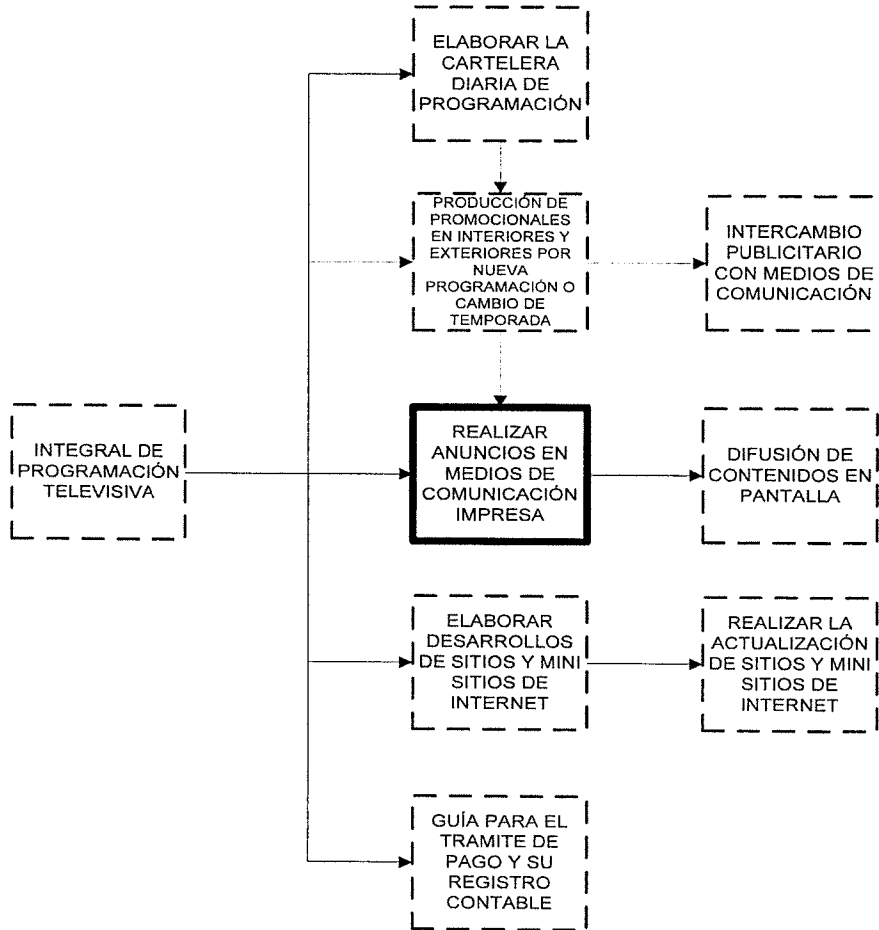
PROCESO PARA REALIZAR ANUNCIOS EN MEDIOS DE COMUNICACIÓN IMPRESA	CÓDIGO: TVMETRO-NIS-0018
	Revisión: 2
	Hoja: 2 de 11

- El Titular de la Gerencia de Comunicación Social deberá supervisar que, previo a la remisión de los anuncios a los medios de comunicación, se efectuó una revisión independiente por: el Titular del Departamento de Comunicación Social, el Coordinador de Información y el Redactor de Notas.
- El Titular del Departamento de Comunicación Social deberá verificar que la publicación de los anuncios se realice en los términos pactados con los medios.
- El Titular del Departamento de Comunicación Social deberá reportar oportunamente al Titular de la Gerencia de Comunicación Social los casos en los que se hayan presentado fallas, en la publicación de los anuncios, imputables a los medios de comunicación, a fin de realizar, en su caso, las reclamaciones procedentes.



PROCESO PARA REALIZAR ANUNCIOS EN MEDIOS DE COMUNICACIÓN IMPRESA	CÓDIGO: TVMETRO-NIS-0018
	Revisión: 2
	Hoja: 3 de 11

CONEXIÓN DE PROCESOS RELACIONADOS



----- PROCESOS RELACIONADOS
———— PROCESOS DESCRITO



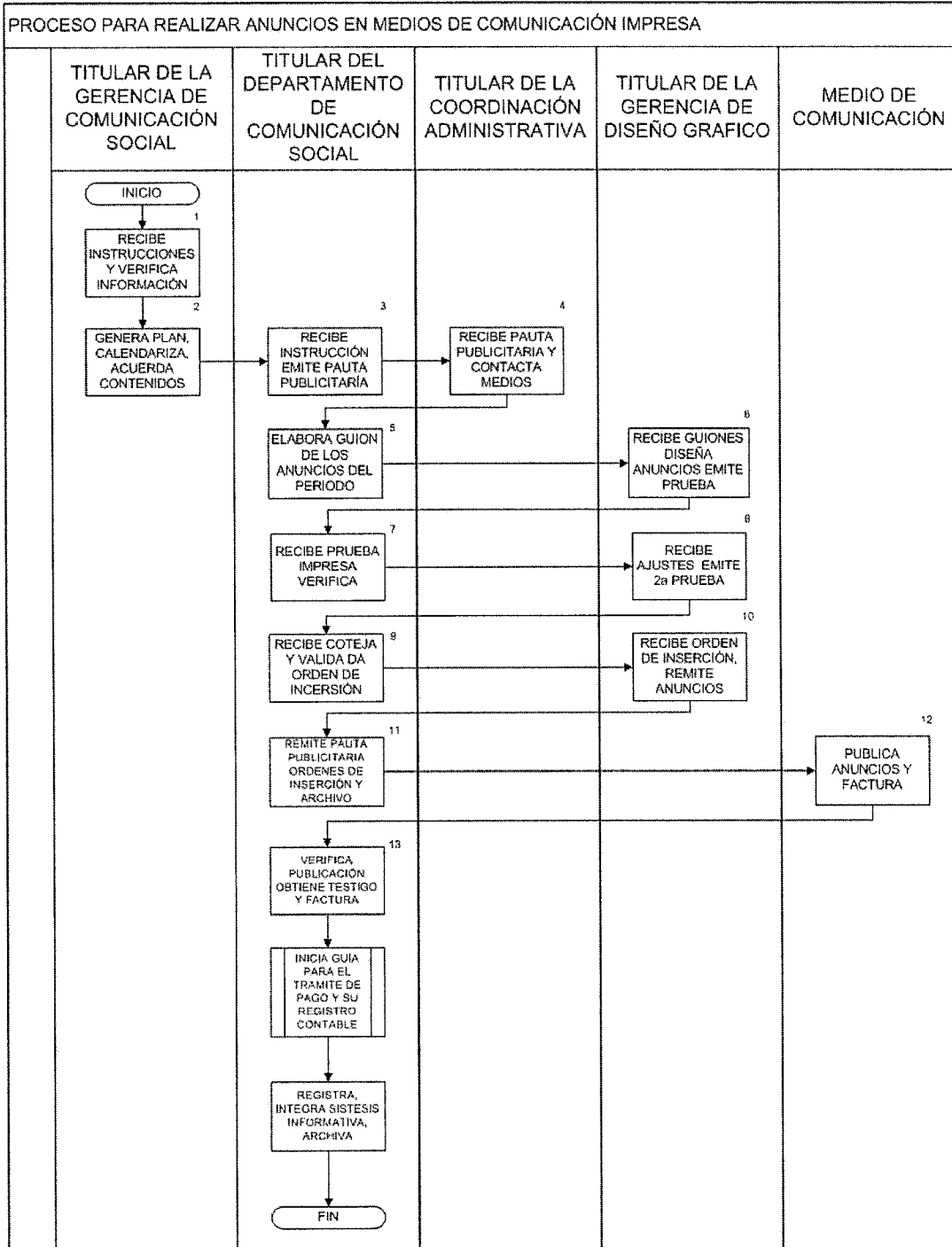
PROCESO
PARA REALIZAR ANUNCIOS EN MEDIOS DE
COMUNICACIÓN IMPRESA

CÓDIGO:
TVMETRO-NIS-0018

Revisión:
2

Hoja: 4 de 11

4. DIAGRAMA DE PROCESO:





PROCESO PARA REALIZAR ANUNCIOS EN MEDIOS DE COMUNICACIÓN IMPRESA	CÓDIGO: TVMETRO-NIS-0018
	Revisión: 2
	Hoja: 5 de 11

5. DESCRIPCIÓN DE PROCESO:

SECUENCIA DE ETAPAS	ACTIVIDADES	RESPONSABLE
1. Recibe instrucciones verifica información.	1.1. Recibe instrucciones del Titular de la Dirección de Imagen Corporativa para que realice la planeación y calendarización de los anuncios en medios, del mes de que se trate. 1.2. Verifica la carta de programación mensual. 1.3. Reúne los guiones para la elaboración del anuncio	TITULAR DE LA GERENCIA DE COMUNICACIÓN SOCIAL.
2. Genera plan y calendariza, acuerda contenidos.	2.1. Realiza la planeación calendarizada de anuncios en medios del mes de que se trate, con base en la carta de programación mensual. 2.2. Recaba el visto bueno del Director de Imagen Corporativa. 2.3. Realiza reunión de trabajo con el Titular del Departamento de Comunicación Social, le da a conocer la planeación calendarizada de anuncios del mes de que se trate. Definen los aspectos especiales y de mayor importancia de la programación. 2.4. Acuerdan los contenidos de la Pauta Publicitaria del mes de que se trate (Medio de comunicación; formato; tema, fecha, etcétera). (¿información de los montos de intercambio?)	TITULAR DE LA GERENCIA DE COMUNICACIÓN SOCIAL
3. Recibe instrucción Emite pauta publicitaria.	3.1. Toma nota de la planeación calendarizada de anuncios del mes de que se trate y de los aspectos especiales y de mayor importancia de la programación. 3.2. Elabora en hoja electrónica la Pauta Publicitaria del mes de que se trate con el siguiente contenido por cada anuncio: -Fecha de cierre; -Nombre del medio de Comunicación; -Formato; -Tema; -Fecha de aparición. 3.3. Recaba visto bueno del Gerente de Comunicación Social. 3.4. Recaba autorización del Director de Imagen Corporativa. 3.5. Remite la pauta publicitaria por correo electrónico antes del día 10 del mes de que se trate a los titulares de: -Dirección de Imagen Corporativa; para su control y archivo. -Gerente de Comunicación Social; para su control y archivo. -Gerente de Diseño Gráfico; para su conocimiento. -Coordinador Administrativo.	TITULAR DEL DEPARTAMENTO DE COMUNICACIÓN SOCIAL



PROCESO PARA REALIZAR ANUNCIOS EN MEDIOS DE COMUNICACIÓN IMPRESA	CÓDIGO: TVMETRO-NIS-0018
	Revisión: 2
	Hoja: 6 de 11

4. Recibe pauta y Contacta a los medios.	4.1. Contacta a los medios diariamente de acuerdo a la secuencia cronológica de la Pauta Publicitaria del mes de que se trate. 4.2. Aparta los espacios necesarios para el o los anuncios.	TITULAR DEL DEPARTAMENTO DE COMUNICACIÓN SOCIAL
5. Elabora el guión de los anuncios del periodo.	5.1 Elabora el guión de cada uno de los anuncios integrantes de la Pauta Publicitaria del mes de que se trate con la siguiente información: 5.2 Contenido gráfico y literario; Imagen Formato. 5.3 Remite el guión de cada uno de los anuncios al Titular de la Gerencia de Diseño Gráfico por correo electrónico, para que diseñe el anuncio.	TITULAR DEL DEPARTAMENTO DE COMUNICACIÓN SOCIAL
6. Recibe guiones, Diseña anuncio, emite prueba.	6.1. Recibe la pauta publicitaria y los guiones para cada anuncio. 6.2. Elabora el diseño gráfico de prueba para cada uno de los anuncios que se le requieren con base en el guión recibido y recurre, en su caso al banco de imágenes o al banco de fotografías de la Gerencia de Diseño gráfico o bien a la Videoteca y Archivo, a Internet u otros medios alternos de información. 6.3. Realiza retoque al material fotográfico. 6.4. Imprime la primera prueba de diseño gráfico para cada uno de los anuncios. 6.5. Envía la primera prueba impresa de los anuncios al Titular del Departamento de Comunicación Social, para su revisión.	TITULAR DE LA GERENCIA DE DISEÑO GRAFICO
7. Recibe y verifica la prueba impresa.	7.1. Recibe la primera prueba del (los) anuncio (s) en documento impreso. 7.2. Verifica formato y contenidos, en su caso, marca las correcciones en el documento impreso. 7.3. Devuelve al coordinador de impresos la primera prueba corregida de los anuncios y le solicita, en su caso, las correcciones a la programación, marcadas en el documento impreso.	TITULAR DEL DEPARTAMENTO DE COMUNICACIÓN SOCIAL
8. Recibe ajustes, emite segunda prueba.	8.1. Recibe el impreso con la primera prueba y en su caso las actualizaciones por cambios en la programación. 8.2. Realiza en el archivo electrónico las correcciones indicadas en la primera prueba corregida y en su caso a los diseños por actualizaciones en la programación. 8.3. Emite en documento impreso del anuncio corregido, segunda prueba, y lo turna con la primera prueba en la que se señalaron las correcciones y en su caso las actualizaciones por cambios en la programación al Titular del Departamento de Comunicación Social.	TITULAR DE LA GERENCIA DE DISEÑO GRAFICO
9. Recibe, coteja, y valida.	9.1. Recibe la primera prueba con las correcciones marcadas y la segunda prueba con las	TITULAR DEL DEPARTAMENTO DE



PROCESO PARA REALIZAR ANUNCIOS EN MEDIOS DE COMUNICACIÓN IMPRESA	CÓDIGO: TVMETRO-NIS-0018
	Revisión: 2
	Hoja: 7 de 11

	correcciones realizadas. 9.2. Coteja y verifica ambas pruebas. 9.3. Valida en forma verbal el documento con el anuncio aprobado. 9.4. Requisita el documento orden de inserción por cada uno de los medios en que se publicará el anuncio, en original y copia. 9.5. Archiva el documento con la primera prueba y el documento validado.	COMUNICACIÓN SOCIAL
10. Recibe orden de inserción, remite anuncios a medios.	10.1. Recibe la validación verbal del anuncio diseñado, lo emite en archivo electrónico con el formato solicitado por cada medio.	TITULAR DE LA GERENCIA DE DISEÑO GRAFICO
11. Remite pauta publicitaria, ordenes de inserción, y el archivo a los medios.	11. Remite por correo electrónico de acuerdo a la pauta publicitaria, las ordenes de inserción, y el archivo en el formato definido con los medios para su publicación.	TITULAR DEL DEPARTAMENTO DE COMUNICACIÓN SOCIAL
12. Publica anuncios y factura.	12.1. Recibe el correo electrónico con los anuncios a publicar, y las ordenes de inserción. 12.2. Publica el anuncio respectivo el día indicado. 12.3. Emite facturación y entrega.	MEDIO DE COMUNICACIÓN
13. Verifica publicación, obtiene testigo, recibe factura	13.1 Verifica la publicación del anuncio en los medios. 13.2 Recorta la página del anuncio publicado en los medios (Testigo). 13.3 Recibe la facturación de cada uno de los medios por los servicios de publicación del anuncio. 13.4 Obtiene de los medios la facturación le anexa la página del testigo y copia de la orden de inserción. 13.5 Realiza trámite de solicitud de pago Nota: a partir de esta actividad se conecta con la Guía para el trámite de pago y su registro contable	TITULAR DEL DEPARTAMENTO DE COMUNICACIÓN SOCIAL
14. Registra, integra síntesis informativa.	14.1 Registra en la relación de control de ejercicio los gastos de publicación realizados. 14.2 Integra la síntesis informativa a partir de la fotocopia de los anuncios. 14.3 Emite un archivo pdf, en tres tantos con los anuncios, entrega un tanto al Titular de la Dirección de Imagen Corporativa, el segundo tanto al Director General y archiva el tercer tanto. 14.4 Archiva los recortes de los testigos y la orden de inserción física. Termina el proceso.	TITULAR DEL DEPARTAMENTO DE COMUNICACIÓN SOCIAL



PROCESO
PARA REALIZAR ANUNCIOS EN MEDIOS DE
COMUNICACIÓN IMPRESA

CÓDIGO:
TVMETRO-NIS-0018
Revisión:
2
Hoja: 8 de 11

Tiempo de realización: 3 día hábil a partir de contar con la planeación calendarizada del mes de que se trate.

6. DOCUMENTOS DE REFERENCIA:

DOCUMENTOS	CÓDIGO (cuando aplique)
Manual de estilo de Televisión Metropolitana, S.A. de C.V.	No aplica

7. REGISTROS:

Registros	Tiempo de conservación	Responsable de conservarlo	Código de registro o identificación
Carta mensual de programación	Indefinido	Titular del Departamento Comunicación Social	No aplica
Parrilla mensual de programación	Indefinido	Titular del Departamento Comunicación Social	No aplica
Planeación calendarizada mensual anuncios en Medios.	Indefinido	Titular del Departamento Comunicación Social	No aplica
Pauta publicitaria mensual	Indefinido	Titular del Departamento Comunicación Social	No aplica
Control de Ordenes de inserción	Indefinido	Titular del Departamento Comunicación Social	No aplica
Control de gastos de publicaciones	Indefinido	Titular del Departamento Comunicación Social	No aplica

8. GLOSARIO:

Actualizaciones a la programación. - Notificación de cambios de último momento a la programación televisiva.

Guión del anuncio: - Documento en el que se citan las características, especificaciones y contenidos de los anuncios a diseñar.

Pauta publicitaria. - Documento que contiene la programación mensual de los anuncios a publicar, por medio de comunicación.

9. ANEXOS:

- I. Formato Orden de inserción.
- II. Instructivo de llenado de Orden de inserción

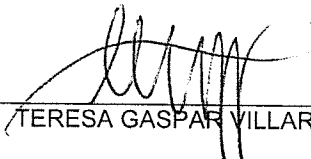
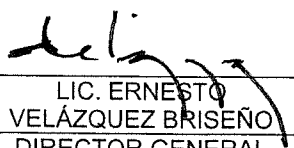
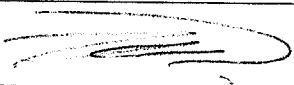



PROCESO PARA REALIZAR ANUNCIOS EN MEDIOS DE COMUNICACIÓN IMPRESA	CÓDIGO: TVMETRO-NIS-0018
	Revisión: 2
	Hoja: 9 de 11

10. CAMBIOS DE ESTA VERSIÓN:

Número de versión	Fecha de la actualización	Descripción del cambio
2	18 de marzo de 2016	Actualización de las políticas, y procesos relacionados, cambio del flujo del proceso, optimización de actividades, ajuste del tiempo de realización.

Fecha de autorización: 1° de julio de 2009

CONTROL DE EMISIÓN		
ELABORÓ	REVISÓ	AUTORIZÓ
 LIC. ALEJANDRA LÓPEZ SÁNCHEZ GERENTE DE COMUNICACIÓN SOCIAL COPARTICIPE	 TERESA GASPAR VILLARIÁS DIRECTOR DE IMAGEN CORPORATIVA COPARTICIPE	 LIC. ERNESTO VELÁZQUEZ BRISEÑO DIRECTOR GENERAL
 JORGE ALBERTO PACHECO GALVÁN GERENTE DE DISEÑO GRAFICO	 HUGO ALBERTO LÓPEZ ARCE ÁNGELES GERENTE DE PROMOCIÓN E IMAGEN	



PROCESO PARA REALIZAR ANUNCIOS EN MEDIOS DE COMUNICACIÓN IMPRESA	CÓDIGO: TVMETRO-NIS-0018
	Revisión: 2
	Hoja: 10 de 11

ANEXO I

FORMATO ORDEN DE INSERCIÓN



FOLIO 11902

Televisión Metropolitana S.A. de C.V.

ATLETAS No. 2, EDIFICIO PEDRO INFANTE, COL. COUNTRY CLUB DELEG. COYOACAN C.P. 04229, MEXICO, D.F.

1

DIRECCION DE IMAGEN CORPORATIVA
 ORDEN DE INSERCIÓN

- CARGO A: 2
- PERIODICO: 3
- ATENCION A: 4
- TAMAÑO: 5
- LINEA AGATA: 6
- COSTO: 7
- FECHA DE PUBLICACION: 8
- POSICION: 9
- GUIA: 10
- OBSERVACIONES: 11

CANCELADO

TODA FACTURA DEBERÁ SER PRESENTADA EN LA SUBDIRECCION GENERAL DE ADMINISTRACION Y FINANZAS PARA SU REVISION, ACOMPAÑADA DE DOS EJEMPLARES DE LA PUBLICACION Y LA PRESENTE ORDEN. LA FACTURA NO SERA ACEPTADA DESPUES DE 30 DIAS DE EXPEDIDA LA ORDEN DE INSERCIÓN

México, D.F. a _____ de _____ de _____

12

13

GERENCIA DE COMUNICACION SOCIAL

[Handwritten signature]

[Handwritten signature]

[Handwritten signature]

[Handwritten signature]



PROCESO PARA REALIZAR ANUNCIOS EN MEDIOS DE COMUNICACIÓN IMPRESA	CÓDIGO: TVMETRO-NIS-0018
	Revisión: 2
	Hoja: 11 de 11

ANEXO II

FORMATO ORDEN DE INSERCIÓN Instructivo de llenado

1. Recuadro pre llenado con número de folio consecutivo;
2. Anotar la razón social de la Entidad; Televisión Metropolitana, S.A. de C.V.
3. Anotar el nombre del medio de comunicación en que se publicará la inserción;
4. Anotar el nombre de la persona que sirve de contacto con el medio de comunicación
5. Anotar las medidas o dimensiones de la inserción Robaplana; ½ plana; ¼ de plana, etc.
6. Anotar en su caso el tipo de línea:
7. Anotar el precio, importe sin IVA de la inserción mencionando enseguida más IVA.
8. Anotar la fecha en que se realizará la publicación de la inserción;
9. Anotar el lugar en que se realizará la publicación: Portada, interior, sección, etc.
10. Anotar el nombre de la inserción;
11. Anotar cualquier información adicional que se pudiera considerar importante para la inserción.
12. Anotar el día, mes y año de elaboración de la orden de inserción.
13. Asentar la Firma del Gerente de Comunicación Social



FORMATO DE EVALUACION DE CALIDAD

Versión 3.01

NORMAS INTERNAS SUSTANTIVAS Y NORMAS INTERNAS ADJETIVAS

Actualizado a

AREA TITULAR DEL PROCEDIMIENTO

Gerencia de Comunicación Social

TITULAR

Alejandra López Sánchez

PRODUCTO O SERVICIO QUE PROPORCIONA

Generar anuncios gráficos

I. Datos del proyecto normativo

I.1. Nombre del documento normativo

Proceso para realizar anuncios en medios de comunicación impresa

I.2. Objetivo del documento normativo

Difundir los contenidos de la programación a través de la publicación de anuncios gráficos en medios de comunicación impresa, de circulación nacional, seleccionados con este objeto, a fin de promover la imagen de Canal 22 e impulsar los niveles de audiencia.

II. Fundamentación del Proyecto Normativo

II.1. Fundamento jurídico

Nombre del ordenamiento o disposición	Artículo, numeral o fracción aplicable
Manual de organización	

III. Motivación del Proyecto normativo

III.1. Razones que jurídica o administrativamente hacen necesaria la expedición del proyecto.

A. ¿Alguna ley u ordenamiento obliga a emitir el documento normativo?

En caso afirmativo, especifique de manera breve y concisa, cuáles son los fines u objetivos que conforme al mandato previsto en esa ley u ordenamiento, debe lograr el documento normativo.

Con base a las atribuciones conferidas a través del Manual de Organización

III.2. Razones que operativamente hacen necesaria la expedición del proyecto.

A. ¿Existe alguna problemática que hace necesaria la emisión del documento normativo?

En caso afirmativo, especifique de manera breve y concisa, en qué consiste dicha problemática y cómo es que el documento normativo la resolverá o atenderá:

Ninguna

B. ¿El documento normativo es necesario como parte de una mejora continua, o para evitar obsolescencia o para cumplir con una instrucción de algún superior?

En caso afirmativo, especifique de manera breve y concisa, por qué es necesario actualizar la regulación y en qué consiste esta última.

Con base en el Programa de Actualización y Mejora Continua de las Normas Internas de la Entidad, 2016

IMPORTANTE. Continúe el llenado de este formato en las siguientes pestañas, para obtener el grado de calidad regulatoria del instrumento.

Atributos de Calidad Regulatoria	
A. Eficaz	100%
B. Eficiente	100%
C. Consistente	90%
D. Claro	100%
Grado de CR:	98%

RESULTADO: El documento cumple con el grado mínimo de Calidad Regulatoria



FORMATO DE EVALUACION DE CALIDAD

A Eficaz

Un documento normativo es eficaz cuando su contenido es el apropiado para alcanzar los objetivos para el que fue creado.

Cuando cumple al 65% las siguientes condiciones

Un documento normativo es EFICAZ cuando cumple con las siguientes condiciones:

	Cumple	No Cumple	N/A
1	x		
2	x		
3	x		
4	x		
5	x		
6			N/A
6.1	x		
6.2	x		
7	x		

Ponderación de cada condición:

10%

0.1

25%

0.3

10%

0.1

15%

0.2

10%

0.1

5%

0.1

10%

0.1

15%

0.2

Total: 100%

Ponderación obtenida: 100%

Mínimo requerido: 65%



TELEVISION METROPOLITANA S.A. DE C.V.
FORMATO DE EVALUACION DE CALIDAD

C Consistente

Atributo "C. Consistente".

Quando cumple al 70% las siguientes condiciones

Un documento normativo es consistente cuando su estructura y contenido están estandarizados y sus disposiciones son congruentes con el marco normativo vigente.

Para saber si su documento normativo cuenta con este atributo de calidad regulatoria, primero identifique y en su caso llene los datos que aparece a continuación:

Tipo de Documento: Materia/Tema:

Marco normativo referencial

II.1. Ordenamientos de Jerarquía superior que regulan la misma materia o tema del documento normativo:

Nombre del ordenamiento o disposición	Artículos de aplicación específica
Acuerdo que tiene por objeto emitir las políticas y disposiciones para la Estrategia Digital Nacional. Diario Oficial de la Federación DOF: 08/05/2014 aprobado el 30 de mayo del 2013.	

II.2. Ordenamientos de igual jerarquía que se ubican dentro del mismo tema o materia en que se encuentra el documento normativo:

Nombre del ordenamiento o disposición
MAAGTICSI versión 2014

II.3. Ordenamientos o instrumentos de menor jerarquía que se ubican por debajo del documento normativo o que se vinculan directa o indirectamente con su implantación, operación o realización:

Nombre del ordenamiento o disposición

Un documento normativo es **CONSISTENTE** cuando cumple con las siguientes condiciones:

		Cumple	No Cumple	Ponderación de cada condición:
1	Sus disposiciones no contradicen ni se contraponen con el marco normativo vigente.	x		25% 0.3
2	Sus disposiciones no duplican preceptos ya existentes en el marco normativo vigente.	x		35% 0.4
3	La denominación del documento normativo:			
3.1	» Anuncia con claridad los objetivos o tema que regula.	x		10% 0.1
3.2	» Es congruente con el tipo de regulación a que corresponde el documento normativo. (Homologación normativa. Ejemplo: Lineamientos, Acuerdo, etc.)	x		20% 0.2
3.3	» No excede de 200 caracteres (incluyendo letras, números y espacios)		x	10% 0

Total: 100%

Ponderación obtenida: 90%

Mínimo requerido: 70%

(Handwritten signatures and marks)



FORMATO DE EVALUACION DE CALIDAD

B	Eficiente
----------	-----------

Quando cumple al 55% las siguientes condiciones

Un documento normativo es eficiente cuando los "beneficios" que genera son mayores a los "costos" que implica su cumplimiento y estos últimos están justificados y son razonables.

Un documento normativo es EFICIENTE cuando cumple con las siguientes condiciones:

		Cumple	No Cumple	
1	Las obligaciones, cargas o requerimientos de información que impone el documento normativo:			Ponderación de cada condición:
1.2	» Tienen un valor o utilidad para los procesos o procedimientos en que aplican.	x		30%
1.3	» Son estrictamente indispensables y no pueden ser sustituidas por información o validaciones que obtenga el área requirente de otras unidades administrativas o sistemas internos.	x		25%
1.4	» Tienen sustento en ordenamientos de mayor jerarquía.	x		45%

Total: 100%

Ponderación obtenida: 100%

Mínimo requerido: 55%



TELEVISION METROPOLITANA S.A. DE C.V.
FORMATO DE EVALUACION DE CALIDAD

D Claro

tributo "D. Claro y sencillo".

Quando cumple al 80% las siguientes condiciones

Un documento normativo es claro, cuando está escrito de forma sencilla y precisa, para que sea fácilmente entendible.

Un documento normativo es CLARO cuando cumple con las siguientes condiciones:

		Cumple	No Cumple	Ponderación de cada condición:
1	Evita palabras, transcripciones o repeticiones innecesarias (Muletillas, redundancias, grupos de palabras que se pueden sustituir por una sola, palabras que no agregan Información relevante).	x		10%
2	Evita textos que no necesariamente implican mandatos o reglas y que pueden ser simplemente argumentativos o justificativos.	x		10%
3	Contiene oraciones y párrafos breves. (Oraciones con máximo 50 palabras y en su caso, párrafos compuestos por máximo 10 oraciones)	x		10%
4	Contiene oraciones estructuradas de manera lógica al utilizar el orden más simple (sujeto, verbo y predicado).	x		10%
5	Contiene oraciones formuladas en sentido positivo en lugar de negativo.	x		10%
6	Contiene términos precisos que se usan de manera consistente en todo el documento.	x		10%
7	Contiene términos de uso común en lugar de expresiones arcaicas o rebuscadas.	x		10%
8	Contiene definiciones para evitar la vaguedad y ambigüedad del documento.	x		10%
9	Contiene siglas precedidas de la denominación completa del nombre o concepto referido sólo la primera vez que se utiliza en el texto.	x		10%
10	Identifica las secciones o apartados del documento con literales y números (cuidando su secuencia y sin mezclarlos).	x		10%

Total: 100%

Ponderación obtenida: 100%

Mínimo requerido: 80%