



Of N° 09 9001 GB0020/GBB1/2019/ 030-A

Ciudad de México, a 6 de marzo de 2019.

**Jonathan Zenteno Martínez**

Director de Evaluación de Campañas Gubernamentales  
de la Dirección General de Normatividad de Comunicación  
de la Subsecretaría de Normatividad de Medios de la  
Secretaría de Gobernación  
P r e s e n t e

Con fundamento en el Artículo 14° del "Acuerdo por el que se establecen los Lineamientos Generales para las Campañas de Comunicación Social de las dependencias y entidades de la Administración Pública Federal para el ejercicio fiscal 2018" (en lo sucesivo el "Acuerdo"), y en atención a su oficio No. UNM/DGNC/0116/19 de fecha 18 febrero de 2019, mediante el cual solicita se atiendan las observaciones derivadas de la evaluación realizada a la solicitud de modificación de la Estrategia y al Programa Anual de Comunicación Social 2018 del Instituto Mexicano del Seguro Social, me permito remitir a usted lo siguiente:

- 1) Original de la modificación a la Estrategia y al Programa Anual de Comunicación Social 2018, debidamente firmado de acuerdo a lo solicitado.
- 2) Dictamen del área administrativa que señala el estatus de los recursos asignados a la partida 36101 de conformidad al artículo 16 del Acuerdo.

Derivado de lo anterior, me permito solicitarle la autorización de la Modificación a la Estrategia y Programa Anual de Comunicación Social 2018 del Instituto Mexicano del Seguro Social.

Sin otro particular, hago propicia la ocasión para enviarle un cordial saludo

Atentamente,

  
Mtra. Karla González Nería  
Titular de la Coordinación Técnica de Difusión.  
Firma la Mtra. Karla González Nería, titular de la Coordinación Técnica de Difusión en ausencia de la Lic. Rosa Alicia Cárdenas Ceja Titular de la Unidad de Comunicación Social y de conformidad con el artículo 67 del Reglamento interior del Instituto Mexicano del Seguro Social



Ccp.- Lic. Rosa Alicia Cárdenas Ceja.- Titular de la Unidad de Comunicación Social.  
Lic. Juvenal Bolaños Romero.- Titular de la División de Estrategias y Enlace con Medios de Comunicación.  
C. Martha Leticia Luna García.- Titular de la División de Medios Electrónicos Masivos.



# ESTRATEGIA ANUAL DE COMUNICACIÓN SOCIAL PARA EL EJERCICIO FISCAL 2018

Dependencia o Entidad: Instituto Mexicano del Seguro Social  
Naturaleza Jurídica: Organismo Descentralizado No Sectorizado  
Cabeza de sector: Instituto Mexicano del Seguro Social  
Fecha de elaboración: 06 de marzo de 2019

**Misión:** SER INSTRUMENTO BÁSICO DE LA SEGURIDAD SOCIAL, ESTABLECIDO COMO UN SERVICIO PÚBLICO DE CARÁCTER NACIONAL PARA TODOS LOS TRABAJADORES Y SUS FAMILIAS. ES DECIR, EL AUMENTO EN LA COBERTURA DE LA POBLACION SE PERSIGUE COMO UN MANDATO CONSTITUCIONAL, CON UN SENTIDO SOCIAL

**Visión:** OFRECER INSTALACIONES Y SERVICIOS CERTIFICADOS EN SU CALIDAD, COMPETITIVOS A NIVEL NACIONAL E INTERNACIONAL, BAJO UN ESQUEMA OPERATIVO AUTOFINANCIABLE Y CON OPTIMO APROVECHAMIENTO DE LA CAPACIDAD INSTALADA

**Objetivo Institucional:** GARANTIZAR EL DERECHO A LA SALUD, LA ASISTENCIA MEDICA, LA PROTECCION DE LOS MEDIOS DE SUBSISTENCIA Y LOS SERVICIOS SOCIALES NECESARIOS PARA EL BIENESTAR INDIVIDUAL Y COLECTIVO

**Objetivo de la estrategia de comunicación:** INCENTIVAR A LA POBLACION EN GENERAL SOBRE EL CUIDADO CORRESPONSABLE DE LA SALUD, ASI COMO INFORMAR DE LOS SERVICIOS E INFRAESTRUCTURA DEL INSTITUTO

- |                          |     |                                   |
|--------------------------|-----|-----------------------------------|
| <input type="checkbox"/> | 1.- | MÉXICO EN PAZ                     |
| <input type="checkbox"/> | 3.- | MÉXICO CON EDUCACIÓN DE CALIDAD   |
| <input type="checkbox"/> | 5.- | MÉXICO CON RESPONSABILIDAD GLOBAL |
- MÉXICO INCLUYENTE.

- |                                     |     |                   |
|-------------------------------------|-----|-------------------|
| <input checked="" type="checkbox"/> | 2.- | MÉXICO INCLUYENTE |
| <input type="checkbox"/>            | 4.- | MÉXICO PROSPERO   |

Firma la Mtra. Karla González Neria, titular de la Coordinación Técnica de Difusión en ausencia de la Lic. Rosa Alicia Cárdenas Ceja titular de la Unidad de Comunicación Social y de conformidad con el artículo 67 del Reglamento Interior del Instituto Mexicano del Seguro Social.

Lic. Rosa Alicia Cárdenas Ceja

Nombre y firma del titular de comunicación social de la coordinadora sectorial

Lic. Rosé Alicia Cárdenas Ceja

Nombre y firma del titular de comunicación social de la dependencia/entidad



# PROGRAMA ANUAL DE COMUNICACIÓN SOCIAL PARA EL EJERCICIO FISCAL 2018

Instituto Mexicano del Seguro Social

Dependencia o Entidad:

06 de marzo de 2019

Fecha de elaboración

miles de pesos /

L.V.A. incluido

Presupuesto anual de la dependencia o entidad destinado a la partida 36101:

ACUMULADO EN CAMPANAS:

634445 17  
634445 17

CAMPAÑA 1		Medios a utilizar		Requisitos programados por medio
Datos generales		Medios a utilizar	Medios a utilizar	
Nombre de la campaña:	75 AÑOS DEL IMSS	TV	Radio	
Versiones):	TV Y RD UNICA 30", IMPRESOS Y COMPLEMENTARIOS: DIGITAL 1, 2, 3, CALIDAD SERVICIOS, FINANZAS 1 Y 2, TIEMPOS DE ESPERA, ABASTO MEDICINAS, CIRUGIAS FINES	X	X	
Tema específico:	Rendición de Cuentas			
Objetivo de comunicación:	DESTACAR E INFORMAR LAS ACCIONES Y MEJORAS REALIZADAS EN EL INSTITUTO CON MOTIVO DE SU 75 ANIVERSARIO			
Clasificación de campaña:	Rendición de cuentas			
Coemisor:				
Población objetivo:	HOMBRES Y MUJERES POBLACION: URBANA Y RURAL			
	19 A 24, 25 A 34, 35 A 44, 45 A 64, 66 O MÁS AÑOS			
	NSE: AB, C+, C, D			
Vigencia de la campaña:				
Etapas	1	18 de enero de 2018	al 17 de marzo de 2018	
Televisoras				84,594.86
Radio/visoras				29,669.95
Cine				4,738.73
Diaros Editados en el D.F.				26,288.90
Diaros Editados en los Estados				4,449.78
Diaros Editados en el Extranjero				0.00
Revistas				3,014.77
Medios Complementarios				13,505.57
Medios Digitales				25,545.90
Pre-Estudios				0.00
Post-Estudios				400.00
Diseño, Producción, Preproducción, Post-producción y				4,200.00
Presupuesto asignado a la campaña				199,498.45
Porcentaje que representa la campaña de la partida 36101				40.98%

Firma la Mtra. Karla González Neria, titular de la Coordinación Técnica de Difusión en ausencia de la Lic. Rosa Alicia Cárdenas Ceja Titular de la Unidad de Comunicación Social y de conformidad con el artículo 57 del Reglamento Interior del Instituto Mexicano del Seguro Social.

Lic. Rosa Alicia Cárdenas Ceja

Nombre y firma del titular de comunicación social de la coordinadora sectorial

Lic. Rosa Alicia Cárdenas Ceja

Nombre y firma del titular de comunicación social de la dependencia/entidad

**CAMPAÑA 3**

**Datos generales**

Nombre de la campaña: **CHÉCATE. MIDE TE. MUEVE TE**  
 Version(es): **IMPRESOS Y COMPLEMENTARIOS: SALTAR, NIÑO BALÓN, CUERDA, ENFERMERA, PATÍN, SENORA, NIÑA PELOTA, SENOR BALÓN, DIGITALES, MUEVE TE**

Tema específico: **Fomentar hábitos para prevenir el sobrepeso y la obesidad**

Objetivo de comunicación: **CONSOLIDAR LA ADOPCIÓN DE HÁBITOS SALUDABLES PARA EL CUIDADO DEL SOBREPESO Y LA OBESIDAD.**

Clasificación de campaña: **Prevención**

Coenisor: **SS, ISSSTE**

Población objetivo: **HOMBRES POBLACIÓN: URBANA Y RURAL**

**19 A 24, 25 A 34, 35 A 44, 45 A 64, 65 O MÁS AÑOS**

**NSE: AB, C+, C, D+, D, E**

Vigencia de la campaña:

Etapas	Fechas
1	16 de abril de 2018 al 15 de agosto de 2018

Medios a utilizar	Medios a utilizar		Repasos programados por tipo medio
	Medios oficiales	Medios comerciales	
TV	<input type="text"/>	TV	<input type="text"/>
Rádior	<input type="text"/>	Rádior	<input type="text"/>

Televisoras	0.00
Rádiorfusoras	0.00
Cine	4,384.87
Diarios Editados en el D.F.	30,171.28
Diarios Editados en los Estados	4,741.65
Diarios Editados en el Extranjero	0.00
Revistas	2,137.10
Medios Complementarios	8,700.00
Medios Digitales	20,552.22
Pre-Estudios	0.00
Post-Estudios	498.80
Diseño, Producción, Preproducción, Post-producción y	9,335.48
Presupuesto asignado a la campaña	80,521.416
Porcentaje que representa la campaña de la partida 95/011	12.69%

Firma la Mitra, Karla González Neria, titular de la Coordinación Técnica de Difusión en ausencia de la Lic. Rosa Alicia Cárdenas Ceja Titular de la Unidad de Comunicación Social y de conformidad con el artículo 67 del Reglamento interior del Instituto Mexicano del Seguro Social.

Lic. Rosa Alicia Cárdenas Ceja

Nombre y firma del titular de comunicación social de la coordinadora sectorial

Lic. Rosa Alicia Cárdenas Ceja

Nombre y firma del titular de comunicación social de la dependencia/entidad

CAMPAÑA 5

Datos generales

Nombre de la campaña: SERVICIOS A DERECHOAHIENTES

Versión(es): VARIAS

Tema específico: Calidad y calidez en la atención y servicios

Objetivo de comunicación: DAR A CONOCER LAS MEJORAS EN LA CALIDAD DE SERVICIOS OFRECIDOS

Clasificación de campaña: Servicios de Gobierno

Coemisor:

Población objetivo: HOMBRES Y MUJERES POBLACIÓN: URBANA Y RURAL

19 A 24, 25 A 34, 35 A 44, 45 A 64, 65 O MÁS AÑOS

NSE: AB, C+, C, D+, D, E

Vigencia de la campaña:

Etapas	Fechas
1	17 de septiembre de 2018 al 21 de noviembre de 2018

	Medios a utilizar		Requisitos programados por line medio
	Tiempos oficiales	Tiempos comerciales	
TV		X	
Radio		X	
Televisoras			33,739.31
Radiodifusoras			6,200.00
Cine			0.00
Diarios Editados en el D.F.			0.00
Diarios Editados en los Estados			0.00
Diarios Editados en el Extranjero			0.00
Revistas			0.00
Medios Complementarios			0.00
Medios Digitales			11,642.80
Pre-Estudios			0.00
Post-Estudios			394.40
Diseño, Producción, Preproducción, Post-producción y			9,598.07
Presupuesto asignado a la campaña			61,574.58
Porcentaje que representa la campaña de la partida 351011			9.71%

Firma la Mtra. Karla González Meria, titular de la Coordinación Técnica de Difusión en ausencia de la Lic. Rosa Alicia Cárdenas Ceja, Titular de la Unidad de Comunicación Social y de conformidad con el artículo 67 del Reglamento Interior del Instituto Mexicano del Seguro Social.

Lic. Rosa Alicia Cárdenas Ceja

Nombre y firma del titular de comunicación social de la coordinadora sectorial

Lic. Rosa Alicia Cárdenas Ceja

Nombre y firma del titular de comunicación social de la dependencialidad