

Oficio número 09 9001 GB0020/GBB1/ 0017

México, D. F. a 18 de enero de 2018.

**ASUNTO:** Solicitud de autorización de la Estrategia y Programa Anual de Comunicación Social para el ejercicio fiscal 2018.

**Lic. Norma Angélica Morales Ledesma**

Directora General de Normatividad de Comunicación de la Subsecretaría de Normatividad de Medios de la Secretaría de Gobernación

Presente

Con fundamento en el Artículo 5º 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", publicado el 29 de diciembre del año 2017, le solicito la autorización de la Estrategia y Programa Anual de Comunicación Social 2018 del Instituto Mexicano del Seguro Social.

Para tal efecto, remito a usted en forma impresa los formatos Estrategia y Programa Anual de Comunicación Social para el ejercicio fiscal 2018 registrados en el SINC.

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

Atentamente  
Titular de la Unidad de Comunicación Social

  
**Lic. Karla González Neria**

En ausencia del Titular de la Unidad de Comunicación Social y de conformidad con el artículo 6º del Reglamento interior del Instituto Mexicano del Seguro Social.

Ccp.- Lic. Eleazar Franco Gaona.- Titular de la Unidad de Comunicación Social - Para su conocimiento.  
Lic. Juvenal Bolaños Romero.- Titular de la División de Estrategias y Enlace con Medios de Comunicación - Para su conocimiento y seguimiento.



*Rosario*



# 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: 18 de enero de 2018

**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 ÓPTIMO APROVECHAMIENTO DE LA CAPACIDAD INSTALADA

**Objetivo Institucional:**

GARANTIZAR EL DERECHO A LA SALUD, LA ASISTENCIA MÉDICA, LA PROTECCIÓN 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.

Metas Nacionales del PND (elijas con una "x"):

- 1.- MÉXICO EN PAZ
- 3.- MÉXICO CON EDUCACIÓN DE CALIDAD
- 5.- MÉXICO CON RESPONSABILIDAD GLOBAL

Meta (s) nacional (es) que registrarán el programa de comunicación:  
MÉXICO INCLUYENTE.

- 2.- MÉXICO INCLUYENTE
- 4.- MÉXICO PROSPERO

Lic. Eleazar Franco Gaona

Lic. Eleazar Franco Gaona

Nombre y firma del titular de comunicación social de la coordinadora sectorial  
En ausencia del Titular de la Unidad de Comunicación Social y de conformidad con el artículo 67 del Reglamento

Nombre y firma del titular de comunicación social de la dependencia/entidad  
Jefe del Instituto Mexicano del Seguro Social.

Estrategias Transversales del PND (elija con una ( ) ):

- 1.- Democratizar la Productividad
- 3.- Perspectiva de Género

2.- Gobierno Cercano y Moderno

Estrategia (s) transversal (es) que regirán el programa de comunicación:  
 Gobierno Cercano y Moderno.

Programa Sectorial y/o Especial	Objetivos Estratégicos y/o Transversales	Temas Específicos Derivadores de los Objetivos Estratégicos y/o Transversales
PLAN NACIONAL DE DESARROLLO 2013 - 2018. Metas Nacionales. Apartado VI.2. México Incluirte OBJETIVO 2.1. Garantizar el ejercicio efectivo de los derechos sociales para toda la población	Plan Nacional de Desarrollo PND 2013-2018. OBJETIVO 2.1. Garantizar el ejercicio efectivo de los derechos sociales para toda la población. Enfoque transversal: (México Incluirte) ESTRATEGIA II. Gobierno Cercano y Moderno LINEA DE ACCIÓN. Evaluar y rendir cuentas de los programas y recursos públicos invertidos, mediante la participación de instituciones académicas y de investigación a través del fortalecimiento de las contralorías sociales comunitarias.	Rendición de Cuentas

PROGRAMA INSTITUCIONAL DEL INSTITUTO MEXICANO DEL SEGURO SOCIAL PIMSS 2014-2018. OBJETIVO 2.3. Asegurar el acceso a los servicios de salud. ESTRATEGIA 2.3.2. OBJETIVO PIMSS. &ltr&gt;. Mejorar el modelo de atención a la salud.	Plan Nacional de Desarrollo PND 2013-2018. México Incluirte. OBJETIVO 2.3. Asegurar el acceso a los servicios de salud. ESTRATEGIA 2.3.2. Hacer de las acciones de protección, promoción y prevención un eje prioritario para el mejoramiento de la salud. Línea de Acción. Instrumentar acciones para la prevención y control del sobrepeso y obesidad.	Fomentar hábitos para prevenir el sobrepeso y la obesidad
---	--	---

PROGRAMA INSTITUCIONAL DEL INSTITUTO MEXICANO DEL SEGURO SOCIAL PIMSS 2014-2018. Alineación al PND. México Incluirte. OBJETIVO 2.3. Asegurar el acceso a los servicios de salud. ESTRATEGIA 2.3.2. OBJETIVO PIMSS. &ltr&gt;. Mejorar el modelo de atención a la salud.	Plan Nacional de Desarrollo PND 2013-2018. OBJETIVO 2.3. Asegurar el acceso a los servicios de salud. ESTRATEGIA 2.3.2. Hacer de las acciones de protección, promoción y prevención un eje prioritario para el mejoramiento de la salud. LINEA DE ACCIÓN. Garantizar la oportunidad, calidad, seguridad y eficacia de los insumos y servicios para la salud.	Calidad y calidez en la atención y servicios
--	--	--

MEDIOS ELECTRÓNICOS	502,140.27	ESTUDIOS	800.00
MEDIOS IMPRESOS	87,959.73	DISEÑO, PRODUCCIÓN, POST-PRODUCCIÓN	24,200.00
MEDIOS COMPLEMENTARIOS	22,600.00	TOTAL	637,700.00

Lic. Eleazar Franco Gaona



Nombre y firma del titular de comunicación social de la Unidad de Comunicación Social y de conformidad con el artículo 67 del Reglamento Interior del Instituto Mexicano del Seguro Social.

Lic. Eleazar Franco Gaona



Nombre y firma del titular de comunicación social de la dependencia/entidad en ausencia del Titular de la Unidad de Comunicación Social y de conformidad con el artículo 67 del Reglamento Interior del Instituto Mexicano del Seguro Social.

# PROGRAMA ANUAL DE COMUNICACIÓN SOCIAL PARA EL EJERCICIO FISCAL 2018

Instituto Mexicano del Seguro Social

Dependencia o Entidad:

18 de enero de 2018

Fecha de elaboración:

miles de pesos /

I.V.A. incluido

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

637700.00  
ACUMULADO EN CAMPAÑAS: 637700.00

CAMPAÑA 1			Recurso programado por tipo medio
Medios a utilizar			
Tiempo ofertado		Tiempo contratados	
TV	Radio	TV	Radio
		X	X
Televisoras			86,173.09
Radiofisoras			29,670.00
Cine			6,160.00
Diaros Editados en el D.F.			27,567.64
Diaros Editados en los Estados			3,533.00
Diaros Editados en el Extranjero			0.00
Revistas			3,050.27
Medios Complementarios			12,600.00
Medios Digitales			26,646.00
Pre-Estudios			0.00
Post-Estudios			400.00
Diseño, Producción, Preproducción, Post-producción y			4,200.00
Presupuesto asignado a la campaña			200,000.00
Porcentaje que representa la campaña de la partida 36101			31.36%

## Datos generales

Nombre de la campaña:

75 AÑOS DEL IMSS

Versión(es):

TV Y RD ÚNICA 30". IMPRESOS Y COMPLEMENTARIOS: DIGITAL 1, 2, 3, CALIDAD SERVICIOS, FINANZAS 1 Y 2, TIEMPOS DE ESPERA, ABASTO MEDICINAS, CIRUGIAS FINES

Tema específico:

Destacar las acciones y mejoras del Instituto

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

Coenisor:

Población objetivo:

HOMBRES Y MUJERES

POBLACIÓN: 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:

19 de enero de 2018 al 28 de febrero de 2018

Etapas: 1 Fechas: 19 de enero de 2018 al 28 de febrero de 2018

Lic. Eleazar Franco Gaona

Nombre y firma del titular de comunicación social de la coordinadora sectorial  
En ausencia del Titular de la Unidad de Comunicación Social y de conformidad con el artículo 67 del Reglamento

Lic. Eleazar Franco Gaona

Nombre y firma del titular de comunicación social de la dependencia/entidad  
Jefe del Instituto Mexicano del Seguro Social.

**CAMPAÑA 2**

**Datos generales**

**Nombre de la campaña:** MENSAJES A LA CIUDADANIA

**Versión(es):** VARIAS

**Rendición de Cuentas**

**Tema específico:** DAR A CONOCER LAS ACCIONES Y AVANCES QUE EL GOBIERNO DE LA REPUBLICA HA IMPLEMENTADO DURANTE SU ADMINISTRACIÓN EN BENEFICIO DE LA SOCIEDAD MEXICANA.

**Objetivo de comunicación:** Rendición de cuentas

**Clasificación de campaña:** ISSSTE, SAGARPA, SS, CPTM, STPS, SHCP, ZONAS ECONÓMICAS, NAFIN, BANOBRAS, CDI, INEA, CULTURA, INMIGRACIONES, SEGOB, SECRETARÍA DE EJECUTIVO, SEP, PEMEX, P

**Coemisor:** HOMBRES Y MUJERES

POBLACIÓN: URBANA Y RURAL

19 A 24, 25 A 34, 35 A 44, 45 A 64, 66 O MÁS AÑOS

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

**Vigencia de la campaña:**

1 29 de enero de 2018 al 29 de marzo de 2018

	Medios a utilizar		Recursos programados por medio
	Tiempos oficiales	Tiempos comerciales	
TV		X	
Radio		X	

Televisoras	50,000.0
Radiodifusoras	50,000.0
Cine	0.0
Diarios Editados en el D.F.	0.0
Diarios Editados en los Estados	0.0
Diarios Editados en el Extranjero	0.0
Revistas	0.0
Medios Complementarios	0.0
Medios Digitales	0.0
Pre-Estudios	0.0
Post-Estudios	0.0
Diseño, Producción, Preproducción, Post-producción y	0.0
<b>Presupuesto asignado a la campaña:</b>	<b>100,000.0</b>
<b>Porcentaje que representa la campaña de la partida 36101:</b>	<b>15.68%</b>

Lic. Eleazar Franco Gaona

Nombre y firma del titular de comunicación social de la Unidad de Comunicación Social y de Conformidad con el artículo 67 del Reglamento Interior del Instituto Mexicano del Seguro Social

Lic. Eleazar Franco Gaona

Nombre y firma del titular de comunicación social de la dependencia del Instituto Mexicano del Seguro Social

Datos generales

Nombre de la campaña: CHÉCATE, MIDETE, MUEVETE

Version(es): MIDETE

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

Coemisor:

Población objetivo:

HOMBRES

POBLACIÓN: URBANA Y RURAL

19 A 24, 25 A 34, 35 A 44, 45 A 64, 66 O MÁS AÑOS

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

Vigencia de la campaña:

Etapas

Fechas

1 09 de abril de 2018 al 30 de junio de 2018

Medios a utilizar		Requisitos programados por tipo medio
Medios	Medios	
TV	TV	
Radio	Radio	

Televisoras		0.01
Radiodifusoras		0.01
Cine		0.01
Diaros Editados en el D.F.		0.01
Diaros Editados en los Estados		0.01
Diaros Editados en el Extranjero		0.01
Revistas		0.01
Medios Complementarios		0.01
Medios Digitales		0.01
Pre-Estudios		0.01
Post-Estudios		0.01
Diseño, Producción, Preproducción, Post-producción y		10,000.00
Presupuesto asignado a la campaña		10,000.00
Porcentaje que representa la campaña de la partida 361015		1.57%

Lic. Eleazar Franco Gaona

Nombre y firma del titular de comunicación social de la coordinadora sectorial  
En ausencia del Titular de la Unidad de Comunicac Social y de conformidad con el artículo 67 del Reglamento

Lic. Eleazar Franco Gaona

Nombre y firma del titular de comunicación social de la dependencia/entidad  
Mejor del Instituto Mexicano del Seguro Social.

Datos generales

Nombre de la campaña:

GTO INFORME DE GOBIERNO

Versión(es):

VARIAS

Tema específico:

Destacar las acciones y mejoras del Instituto

Objetivo de comunicación:

INFORMAR A LA POBLACION MEXICANA SOBRE LOS LOGROS OBTENIDOS Y LAS ACCIONES REALIZADAS DURANTE EL SEXTO AÑO DE GOBIERNO

Clasificación de campaña:

Rendición de cuentas

Coemisor:

Población objetivo:

HOMBRES Y MUJERES

POBLACIÓN: URBANA Y RURAL

19 A 24, 25 A 34, 35 A 44, 45 A 64, 66 O MÁS AÑOS

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

Vigencia de la campaña:

1 Etapas 27 de agosto de 2018 al 07 de septiembre de 2018 Fechas

Medios a utilizar	Medios a utilizar		Requisitos Presupuestados por tipo medio
	Tiempos oficiales	Tiempos comerciales	
TV		X	
Radio		X	

Televisoras	167,622.87
Radiodifusoras	12,225.35
Cine	0.00
Diaros Editados en el D.F.	20,151.78
Diaros Editados en los Estados	0.00
Diaros Editados en el Extranjero	0.00
Revistas	0.00
Medios Complementarios	0.00
Medios Digitales	0.00
Pre-Estudios	0.00
Post-Estudios	0.00
Diseño, Producción, Preproducción, Post-producción y	0.00
Presupuesto asignado a la campaña	200,000.00
Porcentaje que representa la campaña de la partida 36101	31.36%

Lic. Eleazar Franco Gaona

Nombre y firma del titular de comunicación social de la coordinadora sectorial  
En ausencia del Titular de la Unidad de Comunicación Social y de conformidad con el artículo 67 del Reglamen

Lic. Eleazar Franco Gaona

Nombre y firma del titular de comunicación social de la dependencia/entidad  
Jefe del Instituto Mexicano del Seguro Social.

Datos generales

Nombre de la campaña: SERVICIOS A DERECHAHABIENTES  
 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: HOMBRES Y MUJERES

Población objetivo: 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+, D, E

Vigencia de la campaña: Etapas 1 Fechas 17 de septiembre de 2018 al 30 de noviembre de 2018

Medios a utilizar		Recursos programados por tipo medio
Tiempos oficiales	Tiempos comerciales	
TV	X	
Radio	X	

Televisoras	51,000.00
Radiodifusoras	15,642.96
Cine	0.00
Diaros Editados en el D.F.	23,819.53
Diaros Editados en los Estados	6,322.00
Diaros Editados en el Extranjero	0.00
Revistas	3,515.51
Medios Complementarios	10,000.00
Medios Digitales	7,000.00
Pre-Estudios	0.00
Post-Estudios	400.00
Diseño, Producción, Preproducción, Post-producción y	10,000.00
Presupuesto asignado a la campaña:	127,700.00
Porcentaje que representa la campaña de la partida 86101:	20.03%

Lic. Eleazar Franco Gaona

Nombre y firma del titular de comunicación social de la coordinadora sectorial  
 En ausencia del Titular de la Unidad de Comunicación

Lic. Eleazar Franco Gaona

Nombre y firma del titular de comunicación social de la dependencia/entidad  
 Jefe del Instituto Mexicano del Seguro Social.



SEGOB

SECRETARÍA DE GOBERNACIÓN



UNIDAD DE COMUNICACION SOCIAL  
INSTITUTO MEXICANO DEL SEGURO SOCIAL

DIRECCIÓN GENERAL DE NORMATIVIDAD Y COORDINACIÓN TÉCNICA DE COMUNICACIÓN DE DIFUSIÓN  
22 ENE 2018

SUBSECRETARÍA DE NORMATIVIDAD DE MEDIOS



Oficio No. SNM/DGNC/0129/18

Ciudad de México, a 22 de enero de 2018.

Autorización de la Estrategia y el Programa  
ASUNTO: Anual de Comunicación Social 2018 del Instituto Mexicano del Seguro Social.

LIC. ELEAZAR FRANCO GAONA  
TITULAR DE LA UNIDAD DE DE COMUNICACIÓN SOCIAL  
INSTITUTO MEXICANO DEL SEGURO SOCIAL  
P R E S E N T E

Me refiero a su oficio 09 9001 GB0020/GBB1/0017 de fecha 18 de enero de 2018, mediante el cual se remite la Estrategia y Programa Anual de **Comunicación Social** del **Instituto Mexicano del Seguro Social**, correspondiente al Ejercicio Fiscal 2018.

Sobre el particular y con fundamento en el artículo 27, fracción XXXIX de la Ley Orgánica de la Administración Pública Federal; 32 del Reglamento Interior de la Secretaría de Gobernación; 15 del Presupuesto de Egresos de la Federación para el Ejercicio Fiscal 2018, así como por lo dispuesto en el *Acuerdo por el que se establecen los Lineamientos Generales para las Campañas de Comunicación Social de las dependencias y entidades de la Administración Pública Federal para el ejercicio fiscal 2018*, publicado en el Diario Oficial de la Federación el 29 de diciembre de 2017 (*en lo sucesivo el "Acuerdo"*), esta Dirección General autoriza, en el ámbito de su competencia, la Estrategia y el Programa Anual de Comunicación Social 2018 del Instituto Mexicano del Seguro Social.

Los recursos presupuestarios deberán estar previamente autorizados y asignados a la **partida de gasto 36101** del Clasificador por Objeto del Gasto para la Administración Pública Federal. Las erogaciones de dichos recursos deberán sujetarse a las disposiciones de austeridad y racionalidad del gasto contenidas en la Ley Federal de Presupuesto y Responsabilidad Hacendaria y el Presupuesto de Egresos de la Federación para el Ejercicio Fiscal 2018. El ejercicio de los recursos presupuestarios se llevará a cabo bajo la estricta responsabilidad de la dependencia o entidad contratante.

Además, deberán atender lo dispuesto por el artículo 41, Base III, Apartado C, párrafo segundo de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos (CPEUM) en lo que se refiere a la suspensión de la difusión en los medios de comunicación social de toda propaganda gubernamental durante el tiempo que comprendan las campañas electorales federales y locales y hasta la conclusión de la respectiva jornada comicial.

Aunado a lo anterior, se deberá verificar que los contenidos de sus campañas sean acordes a lo dispuesto en el párrafo octavo del artículo 134 de la CPEUM a efecto de que no se incluyan nombres, imágenes, voces o símbolos que impliquen promoción personalizada de cualquier servidor público.

SEGOB

SECRETARÍA DE  
GOBERNACIÓN



SUBSECRETARÍA DE  
NORMATIVIDAD DE MEDIOS  
DIRECCIÓN GENERAL DE NORMATIVIDAD  
DE COMUNICACIÓN

Oficio No. SNM/DGNC/0129/18

Igualmente, deberán observar lo dispuesto en el **artículo 89, fracción VII de la Ley Federal de Telecomunicaciones y Radiodifusión**, en el que se establece que los entes públicos federales destinarán "el uno por ciento del monto para servicios de comunicación social y publicidad autorizado en sus respectivos presupuestos al conjunto de concesiones de uso social comunitarias e indígenas del país, el cual se distribuirá de forma equitativa entre las concesiones existentes".

En relación al artículo 63 del Acuerdo, las Dependencias y Entidades deberán elaborar sus Programas anuales y campañas **bajo una Perspectiva de Género, incluyente y plural que fomente la participación ciudadana**, así como **procurar la capacitación del personal de sus áreas de comunicación social**, con la finalidad de que generen contenidos que contribuyan a promover, respetar, proteger y garantizar los derechos humanos de conformidad con los principios de universalidad, interdependencia, indivisibilidad y progresividad en el marco del Programa Nacional por la Igualdad y la No Discriminación (PRONAIND).

En ese sentido, las campañas que integran el Programa deberán incluir contenidos que promuevan la igualdad entre mujeres y hombres, así como erradicar roles y estereotipos que fomenten cualquier forma de discriminación, violencia de género o familiar, además de que en el alcance de sus facultades y objetivos comunicacionales, promuevan mensajes y campañas que enaltezcan los valores y el reconocimiento a la cultura de los pueblos indígenas, así como la difusión de los derechos de las mujeres indígenas.

Adicionalmente, deberán hacer uso de la Lengua de Señas Mexicanas por medio de un intérprete, subtítulos o en su caso, tecnologías que permitan el acceso a los contenidos de sus mensajes a las personas con discapacidad auditiva cuando se trate de campañas en televisión.

Asimismo, utilizarán los medios seleccionados conforme a criterios objetivos, debiendo tomar en consideración las características, tarifas, destinatarios, cobertura y especialidades que cada uno presenta. La distribución en el plan de medios debe basarse en los criterios señalados en el artículo 3º fracción III del Acuerdo y deberán verificar que los recursos se administren con eficiencia, legalidad, eficacia, economía, transparencia, honestidad e imparcialidad.

La aplicación de estudios de pertinencia y efectividad de campañas debe realizarse en términos del artículo 42 y demás disposiciones en la materia, así como atender a los Criterios Metodológicos de Evaluación de Campañas.

Esta Dirección General emitió el oficio **SNM/DGNC/2266/17** de fecha 29 de noviembre de 2017, mediante el cual se registró la toma de nota de la campaña **75 AÑOS DEL IMSS, versión 1 y versión 2**, por lo que esa Dependencia deberá remitir la solicitud en los formatos respectivos, dentro del plazo de 10 días hábiles posteriores a la autorización del Programa, a efecto de que esta Dirección General pueda emitir la clave de identificación correspondiente a dicha campaña.

**La difusión de las campañas deberán someterse a la autorización de esta Dirección General**, de acuerdo a las vigencias programadas, **observando el procedimiento y los plazos señalados en los artículos 17, 18, 19, 20 y demás relativos y aplicables del Acuerdo**, siempre y cuando, las campañas cuya difusión están programadas en el periodo de suspensión de propaganda gubernamental relativo a los comicios 2018, cuenten con la resolución de excepción emitida por el Instituto Nacional Electoral, de lo contrario se tendrá que realizar la modificación de programa.

SEGOB

SECRETARÍA DE  
GOBERNACIÓN



SUBSECRETARÍA DE  
NORMATIVIDAD DE MEDIOS  
DIRECCIÓN GENERAL DE NORMATIVIDAD  
DE COMUNICACIÓN

Oficio No. SNM/DGNC/0129/18

Cabe señalar que las campañas que serán difundidas de manera coemitida con otras Dependencias y Entidades, deberán someterse a la autorización de esta Dirección General en terminos del artículo 36 del Acuerdo, en los formatos correspondientes señalando su participación (medios de difusión, servicios publicitarios, estudios, etc.) Asimismo, se deberá **verificar que el nombre de la campaña y el objetivo de comunicación sea el mismo** para cada Dependencia o Entidad, **especificando el tema afin**. Será responsabilidad de cada Coemisora vigilar el cumplimiento de su participación estipulada en el formato correspondiente, de acuerdo a lo establecido en el plan de medios autorizado.

Finalmente le informo que en caso de solicitar la cancelación de **la Estrategia y el Programa Anual de Comunicación Social 2018**, o decremento en su techo presupuestario, se deberá atender lo señalado en los **artículos 14 y 16 del Acuerdo**, respectivamente.

Sin otro particular, le envío un cordial saludo.

ATENTAMENTE

  
NORMA ANGÉLICA MORALES LEDESMA  
DIRECTORA GENERAL

C.c.p.- Lic. Andrés Chao Ebergenyi, Subsecretario de Normatividad de Medios, SEGOB.- Presente.  
Archivo de DGNC, SEGOB.

JZM/JRM/MABM