



INSTITUTO MEXICANO DEL SEGURO SOCIAL
SEGURIDAD Y SOLIDARIDAD SOCIAL

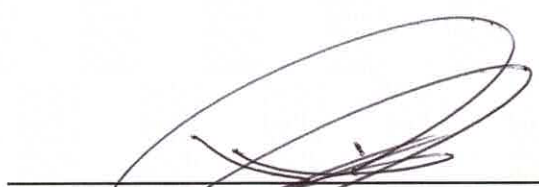
DIRECCIÓN DE OPERACIÓN Y EVALUACIÓN

NOMBRE Y CLAVE

Procedimiento para la administración y seguimiento de publicaciones y difusión de campañas institucionales, a través de medios de comunicación electrónicos, impresos, digitales y complementarios
GB00-003-002

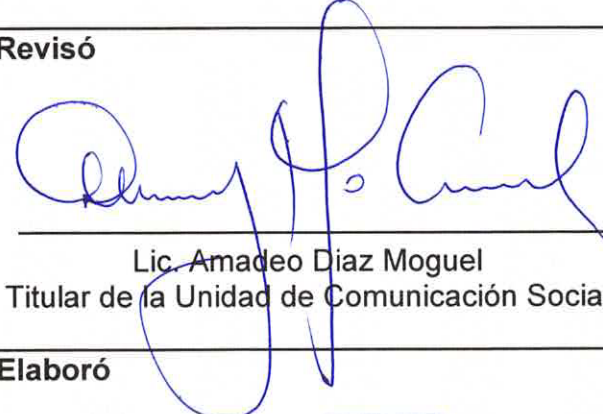
AUTORIZACIÓN

Aprobó



Lic. Javier Guerrero García
Director de Operación y Evaluación

Revisó

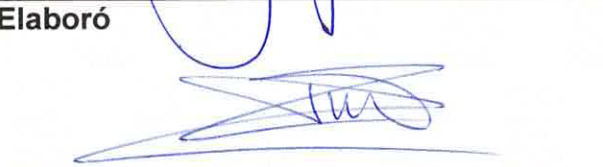


Lic. Amadeo Díaz Moguel
Titular de la Unidad de Comunicación Social



Lic. Jorge Carlos Lizcano Arias
Titular de la Coordinación Técnica de Difusión

Elaboró



C.P. Ingrid Tardan Ramos
Titular de la División de Estrategia y Enlace
con Medios de Comunicación



C. Martha Leticia García Luna
Titular de la División de Medios Electrónicos Masivos

COORDINACIÓN DE MODERNIZACIÓN
Y COMPETITIVIDAD

MOVIMIENTO VALIDADO Y REGISTRADO

NUEVA ELABORACION 02 ABR 2025

El personal realizará sus labores con apego al Código de Conducta y de Prevención de Conflictos de Interés de las Personas Servidoras Públicas del IMSS, utilizando lenguaje incluyente y salvaguardando los principios de igualdad, legalidad, honradez, lealtad, imparcialidad y eficiencia que rigen el servicio público, con pleno respeto a los derechos humanos y la no discriminación, así como prevenir los actos de corrupción.



ÍNDICE

		Página
1	Base normativa	3
2	Objetivo	3
3	Ámbito de aplicación	3
4	Definiciones	4
5	Políticas	9
5.1	Generales	9
5.2	Específicas	9
6	Descripción de actividades	12
7	Diagrama de flujo	28
8	Anexos	
Anexo 1	Acuerdo del H. Consejo Técnico del IMSS con número ACDO.AS2.HCT310822/226.P.DA	63
Anexo 2	Orden de inserción (Impresos)	66
Anexo 3	Orden de transmisión (Radio)	69
Anexo 4	Orden de servicio (Medios digitales)	72
Anexo 5	Orden de servicio (Medios complementarios)	75
Anexo 6	Orden de transmisión (Televisión)	78
Anexo 7	Oficio de liberación de testigos	81
Anexo 8	Carta de revisión de testigos	84



1 Base normativa

- Numerales 7.1.2.3 párrafo 2, 3, 4, 5, 6, 7, 9; 7.1.2.3.1 y 7.1.2.3.3, del Manual de Organización de la Dirección de Operación y Evaluación, clave G000-002-001, validado y registrado 3 de octubre de 2024.
- Acuerdo por el que se establecen los lineamientos generales para el registro y autorización de las Estrategias y Programas de Comunicación Social y de Promoción y Publicidad de las dependencias y entidades de la Administración Pública Federal, publicado en el Diario Oficial de la Federación el 29 de diciembre de 2023, mismo que puede ser consultado en el siguiente enlace:
https://dof.gob.mx/nota_detalle.php?codigo=5713345&fecha=29/12/2023#gsc.tab=0
- Acuerdo del H. Consejo Técnico del IMSS con número ACDO.AS2.HCT310822/226.P. D.A (Anexo 1)
- Norma para la correcta aplicación y reproducción del logotipo del Instituto Mexicano del Seguro Social, clave G000-001-004, validada y registrada el 29 de enero de 2025.

2 Objetivo

Llevar a cabo el diseño, difusión y seguimiento de las campañas institucionales dentro del marco de la observancia obligatoria, coadyuvando así al desarrollo de la Estrategia y Programa de Comunicación Social que contienen las campañas de Comunicación Social que genera el Instituto.

3 Ámbito de aplicación

El presente procedimiento, es de observancia obligatoria para la Unidad de Comunicación Social a través de la Coordinación Técnica de Difusión, la División de Estrategias y Enlace con Medios de Comunicación y la División de Medios Electrónicos Masivos.



4 Definiciones

Para efectos del presente procedimiento se entenderá por:

4.1 anexo técnico: Documento que precisa y detalla las necesidades características, tiempos, entregables, cantidad de bienes, etcétera, respecto del servicio que será objeto de contratación.

4.2 brief creativo: Ficha técnica para la planeación de la campaña y que contiene: justificación, mercado meta, objetivos, mensaje clave, *slogan*, tema, estrategia, concepto creativo, vigencia, medios a utilizar (electrónicos, impresos, complementarios) y observaciones.

4.3 campaña: Planeación, producción y difusión de un conjunto de mensajes derivados de la Estrategia Anual de Comunicación Social y/o de Promoción y Publicidad dirigida a una población objetivo.

4.4 carpeta virtual: Espacio de almacenamiento virtual a través del cual los proveedores descargan las órdenes de inserción, transmisión y/o de servicio, así como el material producido para difundir las campañas institucionales, anexo; de conformidad con lo establecido en el contrato de servicios.

4.5 carta bajo protesta: Documento expedido por el proveedor de servicios que acredita la veracidad de los registros de transmisión por radio, televisión, digitales y complementarios.

4.6 carta de revisión de testigos: Documento que firma el responsable del medio que realiza la revisión de testigos y sirve como base para la elaboración del oficio de liberación (Anexos del presente documento).

4.7 casa productora: Prestador de servicios encargado de realizar los diseños, producción y post producción, hasta la entrega del producto final de lo solicitado.

4.8 cobertura: Localidades específicas o regiones en las cuales se pretende difundir una campaña.

4.9 CGCS: Coordinación General de Comunicación Social y vocería del Gobierno de la República.

4.10 CTD: Coordinación Técnica de Difusión de la Unidad de Comunicación Social.

4.11 DEEMC: División de Estrategias y Enlace con Medios de Comunicación. Servidor público encargado de desarrollar todo lo referente a medios de radio televisión, prensa y revistas.



4.12 DGNC: Dirección General de Normatividad de Comunicación, de la Subsecretaría de Normatividad de Medios, de la Secretaría de Gobernación.

4.13 DGRTC: Dirección General de Radio, Televisión y Cinematografía.

4.14 DMEM: División de Medios Electrónicos Masivos. Servidor público encargado de desarrollar todo lo referente a medios complementarios y digitales.

4.15 EPACS: Estrategia y Programa Anual de comunicación social. Estrategia es el instrumento de planeación que expresa los temas gubernamentales prioritarios a ser difundidos durante el ejercicio fiscal por la dependencia o entidad y Programa es el documento que consigna el conjunto de campañas derivadas de la Estrategia Anual de Comunicación, encaminadas hacia el objetivo institucional.

4.16 estudio post test: Análisis para medir el desempeño y eficacia general de la campaña con la población objetivo, atendiendo los Criterios Metodológicos emitidos por la DGNC, disponibles en el sitio de Internet: www.normatividaddecomunicacion.gob.mx y que obligan a realizar estudios preliminares (Pre-test) y/o estudios posteriores (Post-test). Estos estudios deben realizarse en un tiempo no mayor a 4 semanas después del término de la Campaña.

4.17 formato de recepción de documentos: Documento que firma el proveedor y la persona que recibe para revisión. El formato debe estar sellado con la fecha de recepción.

4.18 formato de presentación de campañas: Documento que se presenta para las campañas de comunicación social ante DGNC y en el que se desglosa: nombre comercial, nombre fiscal, Registro Federal de Causantes (RFC), grupo editorial, grupo radiofónico o cadena televisiva, (según sea el caso); plaza, siglas, frecuencia, vigencia, espacio programático, número de impactos o inserciones, costo unitario con el impuesto al valor agregado incluido, total y formato contratado de medios electrónicos, impresos y complementarios a utilizar, para su aprobación.

NOTA: estos formatos son expedidos y modificados cada año por la DGNC.

4.19 investigación de mercado: Es la verificación de la existencia de bienes, arrendamientos o servicios, de proveedores o contratistas a nivel nacional o internacional y del precio estimado basado en la información que se obtenga en la propia dependencia o entidad, de organismos públicos o privados, de fabricantes de bienes o prestadores del servicio, o una combinación de dichas fuentes de información.

4.20 manual de identidad gráfica del Gobierno de México: Expone los elementos visuales fundamentales del nuevo Gobierno, sirviendo de guía para aplicar la imagen consistentemente en papelería, materiales de difusión, publicitarios y para redes sociales, sitios en gob.mx, eventos, señalización y fachadas de inmuebles, publicaciones editoriales, vestimenta, vehículos, entre otros.



4.21 material producido para la difusión de campañas institucionales: Productos finales que entrega la casa productora para ser usados por los medios electrónicos (televisión y radio), impresos (prensa y revistas) y Medios Digitales y Complementarios.

4.22 medios complementarios: Medios de difusión alternativos a los electrónicos, impresos y digitales que impactan a segmentos específicos de la población, tales como espectaculares, anuncios en mobiliarios urbanos y otros similares.

4.23 medios digitales: Medios donde el contenido (texto, voz, música, imágenes, animaciones o videos) pueden consultarse desde un dispositivo electrónico que cuente con la tecnología necesaria.

4.24 medios electrónicos: Medios de comunicación masivos tales como radio y televisión que difunden los mensajes a través de impulsos radioeléctricos.

4.25 medios impresos: Tipo de publicación masiva, escrita o ilustrada, que contiene texto o imágenes fijas y que está impresa bajo el mismo nombre, con una periodicidad de edición determinada y una numeración secuenciada.

4.26 medios públicos: Estaciones oficiales de radio y canales de televisión que forman parte de la Administración Pública Federal, de las entidades referidas por los Artículos 2 y 3 de la Ley Federal de las Entidades Paraestatales, así como de los gobiernos estatales y municipales e instituciones educativas públicas; así como aquellos que presten servicios editoriales y de impresión.

4.27 oficio de liberación de testigos: Documento que se expide una vez que el medio comprobó que cumplió en tiempo y forma lo convenido a través de la orden respectiva. Este documento lo expiden las personas Titulares de las Divisiones, pertenecientes a la Coordinación Técnica de Difusión (Anexos del presente documento).

4.28 oficio de solicitud de autorización: Documento dirigido a la DGNC, para obtener la autorización de la EPACS o los Formatos de Presentación de Campaña previamente validados por la CGCS.

4.29 oficio de solicitud de validación: Documento dirigido a la CGCS, para obtener la validación de la EPACS y los Formatos de Presentación de Campaña, según corresponda.

4.30 orden de inserción: Documento que acredita las erogaciones realizadas en materia de comunicación social para medios impresos. Se deberá especificar la tarifa convenida, concepto, descripción del mensaje, cobertura, pautas de publicación y periodo (Anexos del presente documento).



4.31 orden de servicio de medios complementarios y digitales: Documento que acredita las erogaciones realizadas en materia de comunicación social para complementarios. En su caso se deberá especificar la tarifa convenida, concepto, descripción del mensaje, cobertura, características, medio, unidad, total de espacios, ubicación y periodo (Anexos del presente documento).

4.32 orden de transmisión: Documento que acredita las erogaciones realizadas en materia de comunicación social para medios electrónicos. En todos los casos se deberá especificar la tarifa convenida, frecuencias televisivas o radiofónicas, concepto, descripción del mensaje, cobertura, periodo y total de impactos (Anexos del presente documento).

4.33 personal de medios: Personal adscrito a la DEEMC y DMEM de la Coordinación Técnica de Difusión, responsable de los Medios Impresos (prensa y revistas), Electrónicos (televisión y radio), Complementarios y Digitales.

4.34 prestadores de servicios: Persona o empresa que ofrece sus actividades profesionales derivado de una relación contractual con el IMSS, para la ejecución de los diferentes medios impresos (prensa y revistas), electrónicos (televisión y radio), complementarios y digitales.

4.35 POBALINES: Políticas, bases y lineamientos en materia de adquisiciones, arrendamientos y servicios del IMSS.

4.36 propuesta creativa: Conceptualización gráfica del o los mensajes principales de la campaña de difusión, a través de *story board*, proyecto de guiones de *spots* de radio y televisión, y bocetos para impresos y medios complementarios con base en el “*Brief creativo*”.

4.37 servicio de producción de campañas institucionales: Servicios en los que se realizan el diseño, producción y post producción de las campañas institucionales de comunicación social, de las versiones autorizadas de cada una de ellas para el ejercicio fiscal en curso.

4.38 SINC: Sistema de Información de Normatividad de Comunicación.

4.39 *story board*: Documento que especifica con imágenes el guion de televisión.

4.40 términos y condiciones: Es el documento que rige la relación contractual entre el prestador de servicios y la dependencia.

4.41 testigo: Documentos entregables para revisión y validación, derivados de la orden de servicio, de acuerdo a las indicaciones estipuladas en los “Anexos técnicos” y “Términos y condiciones”.



4.42 tiempos comerciales: Son los espacios publicitarios de televisión y radio, que pueden ser contratados por los diferentes clientes.

4.43 tiempos oficiales: Espacios autorizados por la Dirección General de Radio, Televisión y Cinematografía (DGRTC) para cada canal de televisión y estación de radio concesionados, a fin de atender los requerimientos que formulen las dependencias y entidades para la difusión de sus Campañas en esos tiempos.

4.44 UCS: Unidad de Comunicación Social del IMSS.



5 Políticas

5.1 Generales

5.1.1 El incumplimiento al contenido del presente documento por las personas servidoras públicas involucradas, será causal de las responsabilidades que resulten procedentes conforme a la Ley General de Responsabilidades Administrativas y demás disposiciones aplicables al respecto.

5.1.2 El personal realizará sus labores con apego al Código de Conducta y de Prevención de Conflictos de Interés de las Personas Servidoras Públicas del IMSS, con los principios constitucionales de legalidad, honradez, lealtad, imparcialidad y eficiencia, a través de las pautas de conducta de las personas servidoras públicas del IMSS, cuyos compromisos son: desarrollar ambientes laborales libres de violencia; de respeto a los derechos humanos; de igualdad y a la no discriminación; de integridad y prevención de conflictos de interés en el uso del cargo y en la asignación de recursos públicos; y contra las conductas que pudieran constituir actos de corrupción, aprobado por el Consejo Técnico mediante Acuerdo: ACDO.SA2.HCT.260124/19.P.DA, de fecha 26 de enero de 2024 y publicado en el Diario Oficial de la Federación el 06 de noviembre de 2024.

5.1.3 El personal involucrado en el presente documento deberá guardar total confidencialidad y discreción respecto al asunto en cuestión, esto incluye el deber de no informar o dar indicio a cualquier persona que no esté involucrada directamente con el proceso, sobre información, documentación y demás datos relacionados con dichos asuntos, los cuales tienen el carácter de ser clasificados como información reservada y confidencial, de conformidad con lo dispuesto por los artículos 22 y 303 de la Ley del Seguro Social, 16 y 31 de la Ley General de Protección de Datos Personales en Posesión de Sujetos Obligados y 110, fracciones VI, VII y VIII, 113, fracción I de la Ley Federal de Transparencia y Acceso a la Información Pública.

5.1.4 La Unidad de Comunicación Social es la única facultada para la interpretación de este procedimiento; por tanto, en caso de discrepancia o en lo no previsto por la norma, dictará los criterios necesarios para la correcta aplicación del presente.

5.2 Específicas

5.2.1 Las áreas de DEEMC y la DMEM adscritas a la CTD, serán las dos áreas específicas para administrar, desarrollar, formular, instrumentar y verificar, todo lo referente a la difusión de las publicaciones y las campañas institucionales, a través de los medios de radio, televisión, prensa y revistas, medios digitales y complementarios.



5.2.2 El personal de medios se refiere a las personas adscritas a la DEEMC (televisión, radio, impresos -prensa y revistas- y a la DMEM (digitales y complementarios -impresos y electrónicos-), y serán responsables de solicitar información y documentación a los Prestadores de servicios, así como programar, verificar y validar los diferentes medios contratados de acuerdo con las características solicitadas en los “Anexos técnicos” y “Términos y condiciones”.

La Coordinación Técnica de Difusión, será la encargada de:

5.2.3 Elaborar la Estrategia y el Programa Anual de Comunicación Social en los formatos que para tal efecto establece la Dirección General de Normatividad de Comunicación de la Unidad de Normatividad de Medios de la Secretaría de Gobernación, a través del SINC.

5.2.4 Solicitar mediante oficio, la validación de la Estrategia y el Programa Anual de Comunicación Social a la Coordinación General de Comunicación Social y Vocería del Gobierno de la República.

5.2.5 Una vez obtenida la validación de la Estrategia y del Programa Anual de Comunicación Social, solicitar la autorización de esta a la Dirección General de Normatividad de Comunicación de la Unidad de Normatividad de Medios de Comunicación de la Secretaría de Gobernación.

5.2.6 Coordinar el diseño y producción de las campañas institucionales, en consideración al Manual de Identidad Gráfica del Gobierno de México vigente.

5.2.7 Coordinar la estrategia, y las pautas de difusión de las campañas institucionales.

5.2.8 Solicitar a la Dirección General de Radio Televisión y Cinematografía, mediante oficio, la posible ratificación de tiempos oficiales que, por ley, corresponden al Estado.

Nota: En caso de que dichos tiempos no estuvieran disponibles en los espacios específicos o en el tiempo solicitado, podrá destinar recursos presupuestarios para actividades de comunicación social, a través de radio y televisión (tiempos comerciales).

5.2.9 Una vez autorizado el Programa anual y de acuerdo con las vigencias establecidas en el mismo, presentará ante la Dirección General de Normatividad de Comunicación la solicitud de autorización para cada campaña registrada en el Programa y remitirá de forma impresa y electrónica el formato de presentación de campañas, que para tal efecto emita la Dirección General de Normatividad de Comunicación; así como la validación para la difusión, otorgada por la Coordinación Comunicación Social y Vocería del Gobierno de la República, donde se especificará nombre de campaña, nombre de versión o versiones, duración, medio o medios.



5.2.10 Vigilar que las campañas institucionales se sujeten al “Acuerdo por el que se establecen los lineamientos generales para el registro y autorización de las Estrategias y Programas de Comunicación Social y de Promoción y Publicidad de las dependencias y entidades de la Administración Pública Federal”, para el ejercicio fiscal correspondiente. El acuerdo antes referido está disponible para consulta en el siguiente enlace:
https://www.dof.gob.mx/nota_detalle.php?codigo=5713345&fecha=29/12/2023&print=true.

5.2.11 Coordinar la realización de los estudios de campaña ante la Dirección General de Normatividad de Comunicación de la Subsecretaría de Normatividad de Medios de la Secretaría de Gobernación, de conformidad con lo que señalan los Criterios Metodológicos establecidos para tal efecto, citados en el “Acuerdo por el que se establecen los lineamientos generales para el registro y autorización de las Estrategias y Programas de Comunicación Social y de Promoción y Publicidad de las dependencias y entidades de la Administración Pública Federal”, para el ejercicio fiscal correspondiente, expedido por la Secretaría de Gobernación.

5.2.12 Emitir las órdenes a los medios complementarios, electrónicos, impresos y digitales, mismas que contendrán las especificaciones de inserción o transmisión para su difusión.

5.2.13 Verificar, a través de las personas Titulares de la DEEMC y la DMEM, así como del personal de medios, que los proveedores de servicio entreguen, conforme a lo contratado, los testigos de difusión de las campañas (reportes de impresión, testigos de la publicación o publicaciones, spots, impactos y mobiliario urbano, etcétera).

5.2.14 Podrá instruir a la División de Estrategias y Enlace con Medios de Comunicación, y a la División de Medios Electrónicos Masivos a ejecutar cualquier tarea a su cargo.

5.2.15 Con respecto al Servicio para la Difusión de Campañas Institucionales, se elaborará un “Anexo técnico” con sus respectivos “Términos y condiciones” para cada tipo de medio, tales como: Televisión, radio, impresos (prensa y revistas), digitales y complementarios (impresos y electrónicos).



Responsable	Descripción de actividades
Descripción de actividades	
Titular de la Coordinación Técnica de Difusión	1. Acuerda con las personas Titulares de la Dirección General y de la Unidad de Comunicación Social, las campañas institucionales a implementar e instruye a las personas Titulares de la DEEMC y DMEM la elaboración de los “Formatos de Estrategia y Programa Anual de Comunicación Social (“EPACS””, así como el “Oficio de solicitud de validación” y el “Oficio de solicitud de autorización” que serán enviados a la CGCS y a la DGNC, respectivamente. 2. Instruye realizar la contratación de los siguientes servicios, de acuerdo con lo establecido en las POBALINES: • Etapas 1: Servicio para Producción de Campañas Institucionales. • Etapas 2: Servicios para la Difusión de Campañas Institucionales. • Etapas 3: Servicio para el Estudio Post-Test. 3. Llenan en el SINC, la “EPACS” y elaboran el “Oficio de solicitud de validación” y el “Oficio de solicitud de autorización”. 4. Imprimen y remiten dos tantos de la “EPACS”, así como los originales del “Oficio de solicitud de validación” y del “Oficio de solicitud de autorización” a la persona Titular de la CTD. 5. Revisa la “EPACS”, el “Oficio de solicitud de validación” y el “Oficio de solicitud de autorización” y de haber cambios, informa a la DEEMC y a la DMEM.
Titular de la División de Estrategias y Enlace con Medios de Comunicación & Titular de la División de Medios Electrónicos Masivos	
Titular de la Coordinación Técnica de Difusión	El “Oficio de solicitud de validación”, el “Oficio de solicitud de autorización” y/o la “EPACS” tienen observaciones Continúa en la actividad 3



Responsable	Descripción de actividades
Titular de la Coordinación Técnica de Difusión	El “Oficio de solicitud de validación” el “Oficio de solicitud de autorización” y la “EPACS” no tienen observaciones
Titular de la Unidad de Comunicación Social	6. Remite la “EPACS”, así como el “Oficio de solicitud de validación” y el “Oficio de solicitud de autorización” a la persona Titular de la UCS para visto bueno y firma. 7. Revisa la “EPACS”, el “Oficio de solicitud de validación” y el “Oficio de solicitud de autorización”, y de haber cambios, informa a la persona Titular de la DEEMC y la DMEM, a través de la persona Titular de la CTD. El “Oficio de solicitud de validación”, el “Oficio de solicitud de autorización” y la “EPACS” tienen observaciones Continúa en la actividad 3 El “Oficio de solicitud de validación”, el “Oficio de solicitud de autorización” y la “EPACS” no tienen observaciones
Titular de la División de Estrategias y Enlace con Medios de Comunicación	8. Firma los originales del “Oficio de solicitud de validación”, el “Oficio de solicitud de autorización” y los dos tantos de la “EPACS”, instruye a la persona Titular de la DEEMC, a través de la persona Titular de la CTD, el envío de estos. 9. Saca una copia del “Oficio de solicitud de validación” adjuntando los dos tantos originales de la “EPACS”, y lo envía a la CGCS recabando tanto el acuse en la copia como un tanto de la “EPACS validada por la CGCS”. 10. Saca una copia del “Oficio de solicitud de autorización” adjuntando la “EPACS validada por la CGCS”, y lo envía a la DGNC, recabando el acuse respectivo en la copia.



Responsable	Descripción de actividades
Titular de la División de Estrategias y Enlace con Medios de Comunicación	11. Notifica a la persona Titular de la CTD que cuenta con los acuses del “Oficio de solicitud de Validación” y del “Oficio de solicitud de autorización” y los archiva de forma definitiva en el “Expediente” respectivo. Etapas 1 Servicio para la Producción de Campañas Institucionales.
Titular de la Coordinación Técnica de Difusión	12. Instruye a la persona Titular de la DEEMC elaborar el “Anexo técnico” con sus respectivos “Términos y condiciones” del servicio para la producción de campañas institucionales, así como el “Oficio de solicitud de investigación de mercado”.
Titular de la División de Estrategias y Enlace con Medios de Comunicación	13. Elabora el “Anexo técnico” con sus respectivos “Términos y condiciones” y el “Oficio de solicitud de investigación de mercado”, y los remite, mediante correo electrónico, a la persona Titular de la CTD para revisión.
Titular de la Coordinación Técnica de Difusión	14. Revisa el “Anexo técnico” con sus respectivos “Términos y condiciones” y el “Oficio de solicitud de investigación de mercado”. Hace observaciones Continúa en la actividad 12 No hace observaciones
	15. Solicita a la persona Titular de la UCS el visto bueno para el “Anexo técnico” con sus respectivos “Términos y condiciones”, y del “Oficio de solicitud de investigación de mercado”. No da Visto Bueno Continúa en la actividad 12



Responsable	Descripción de actividades
	Da Visto Bueno
Titular de la Coordinación Técnica de Difusión	16. Instruye a la persona Titular de la DEEMC enviar el “Oficio de solicitud de investigación de mercado” adjuntando el “Anexo técnico” con sus respectivos “Términos y condiciones”.
Titular de la División de Estrategias y Enlace con Medios de Comunicación	17. Saca copia del “Oficio de solicitud de investigación de mercado” adjuntando el “Anexo técnico” con sus respectivos “Términos y condiciones”, y lo envía a la Dirección de Administración, a través de la Coordinación de Adquisición de Bienes y Contratación de Servicios, recabando el acuse y archivándolo en el “Expediente” respectivo.
Titular de la Coordinación Técnica de Difusión	18. Recibe el “Resultado de la investigación de mercado” y lo remite a la DEEMC.
Titular de la División de Estrategias y Enlace con Medios de Comunicación	19. Revisa el “Resultado de la investigación de mercado” y realiza las gestiones correspondientes, de acuerdo con lo establecido en las POBALINES, integrando la documentación al “Expediente” respectivo, de manera definitiva.
Titular de la Coordinación Técnica de Difusión	20. Recibe el “Contrato firmado” del Servicio de Producción de Campañas Institucionales, e instruye a la persona Titular de la DEEMC integrarlo al “Expediente” respectivo.
Titular de la División de Estrategias y Enlace con Medios de Comunicación	21. Archiva de manera permanente el “Contrato firmado” en el “Expediente” correspondiente.
Titular de la Coordinación Técnica de Difusión	22. Elabora el “Brief creativo” de cada campaña.
	23. Presenta a la persona Titular de la UCS, el “Brief creativo” para su visto bueno.
	El “Brief creativo” no es aprobado
	Continúa en la actividad 22



Responsable	Descripción de actividades
Titular de la Coordinación Técnica de Difusión	El “Brief creativo” es aprobado
	24. Se reúne con la Casa productora contratada para presentarle el “Brief creativo” a fin de que elabore la “Propuesta creativa” de las campañas institucionales.
	25. Da seguimiento al desarrollo de la “Propuesta creativa”, verificando que cumpla con los objetivos y lineamientos indicados en el Manual de identidad gráfica del Gobierno de México.
Titular de la Unidad de Comunicación Social	26. Recibe la “Propuesta creativa” de la Casa productora, remitiéndola a la persona Titular de la UCS, para su aprobación.
	La Propuesta creativa no es aprobada Continúa en la actividad 24
	La Propuesta creativa es aprobada
Titular de la Coordinación Técnica de Difusión	27. Instruye a la persona Titular de la CTD enviar la “Propuesta creativa” de las campañas institucionales a la CGCS.
	28. Envía la “Propuesta creativa” de las campañas institucionales a la CGCS para su aprobación, por correo electrónico.
	La “Propuesta creativa” no es aprobada Continúa en la actividad 24
	La “Propuesta creativa” es aprobada
	29. Recibe de la CGCS, a través del Titular de la UCS, el “Correo electrónico de autorización”.



Responsable	Descripción de actividades
Titular de la Coordinación Técnica de Difusión	30. Reenvía el “Correo electrónico de autorización” de la CGCS a la DEEMC instruyendo su archivo en el “Expediente” correspondiente.
Titular de la División de Estrategias y Enlace con Medios de Comunicación	31. Imprime y archiva la impresión del “Correo electrónico de autorización” en el “Expediente” respectivo.
Titular de la Coordinación Técnica de Difusión	32. Solicita a la Casa productora el “Material producido para la difusión de campañas institucionales” en los medios electrónicos (radio y televisión), impresos, digitales y complementarios.
	33. Recibe de la Casa productora el “Material producido para la difusión de campañas institucionales” en los medios de comunicación electrónicos (radio y televisión), impresos, digitales y complementarios, de acuerdo con lo solicitado en el “Anexo técnico y Términos y condiciones” en que se difundirán las campañas institucionales.
	El material producido No requiere adaptación digital
	Continúa en la actividad 36
	El material producido requiere adaptación digital
Titular de la División de Estrategias y Enlace con Medios de Comunicación & Titular de la División de Medios Electrónicos Masivos	34. Solicita a la persona Titular de la DDPE realizar la adaptación digital del “Material producido para la difusión de campañas institucionales” en los medios de comunicación impresos, digitales y complementarios, al formato requerido, según corresponda.
	35. Recibe el “Material producido para la difusión de campañas institucionales” en los medios de comunicación impresos, digitales y complementarios, adaptado.



Responsable	Descripción de actividades
	36. Archiva el “Material producido para la difusión de campañas institucionales” en el “Expediente” digital del contrato, de manera definitiva. Etapas 2 Servicios para la Difusión de Campañas Institucionales.
Titular de la Coordinación Técnica de Difusión	37. Instruye a la persona Titular de la DEEMC solicitar a la CGCS y a la DGRTC los formatos de “Presentación de campaña” y “Solicitud de tiempos oficiales” vigentes, respectivamente.
Titular de la División de Estrategias y Enlace con Medios de Comunicación	38. Solicita, mediante correo electrónico dirigido a la DGRTC y a la CGCS los formatos de “Solicitud de tiempos oficiales” y “Presentación de campaña” vigentes, respectivamente.
	39. Recibe los formatos de “Solicitud de tiempos oficiales” y “Presentación de campaña” vigentes, notificando a la persona Titular de la CTD.
Titular de la Coordinación Técnica de Difusión	40. Instruye a la persona Titular de la DEEMC llenar el “Formato de solicitud de tiempos oficiales” y elaborar el “Oficio de solicitud de autorización de tiempos oficiales” por cada campaña, dirigido a la DGRTC.
Titular de la División de Estrategias y Enlace con Medios de Comunicación	41. Llena el “Formato de solicitud de tiempos oficiales” y elabora el “Oficio de solicitud de autorización de tiempos oficiales”, remitiéndolos de manera impresa a la persona Titular de la CTD, para revisión.
Titular de la Coordinación Técnica de Difusión	42. Revisa el “Formato de solicitud de tiempos oficiales” y el “Oficio de solicitud de autorización de tiempos oficiales”. Hace observaciones Continúa en la actividad 40



Responsable	Descripción de actividades
	No hace observaciones
Titular de la Coordinación Técnica de Difusión	43. Solicita a la persona Titular de la UCS, el visto bueno del “Oficio de solicitud de autorización de tiempos oficiales” y el “Formato de solicitud de tiempos oficiales”.
	No da vista bueno
	Continúa en la actividad 40
	Da visto bueno
Titular de la Unidad de Comunicación Social	44. Firma el “Oficio de solicitud de autorización de tiempos oficiales” al que se adjunta el “Formato de solicitud de tiempos oficiales”, solicitando a la persona Titular de la CTD realizar la entrega respectiva.
Titular de la Coordinación Técnica de Difusión	45. Remite a la persona Titular de la DEEMC, el “Oficio de solicitud de autorización de tiempos oficiales” debidamente firmado, al que se adjunta el “Formato de solicitud de tiempos oficiales”.
Titular de la División de Estrategias y Enlace con Medios de Comunicación	46. Saca copia del “Oficio de solicitud de autorización de tiempos oficiales”, y lo envía a la DGRTC anexando el “Formato de solicitud de tiempos oficiales”.
	47. Recibe el acuse de entrega del “Oficio de solicitud de autorización de tiempos oficiales”, integrándolo al “Expediente” respectivo, de forma permanente e informa a la persona Titular de la CTD.
Titular de la Coordinación Técnica de Difusión	48. Recibe, a través de la persona Titular de la UCS, la “Negativa de tiempos oficiales” emitida por la DGRTC, remitiéndola a la persona Titular de la DEEMC para archivar en el “Expediente”.
Titular de la División de Estrategias y Enlace con Medios de Comunicación	49. Saca una copia de la “Negativa de tiempos oficiales” y archiva el original de forma definitiva en el “Expediente” respectivo.



Responsable	Descripción de actividades
Titular de la Coordinación Técnica de Difusión	50. Instruye a las personas Titulares de la DEEMC y DMEM llenar los “Formatos de presentación de campaña” y elaborar el “Oficio de solicitud de validación de campaña”, dirigido a la CGCS. Nota: En el formato se indicará la utilización de Tiempos comerciales, toda vez que DGRTC emitió Negativa de tiempos oficiales.
Titular de la División de Estrategias y Enlace con Medios de Comunicación & Titular de la División de Medios Electrónicos Masivos	51. Llenan los “Formatos de presentación de campaña”, y elaboran el “Oficio de solicitud de validación de campaña”, remitiéndolos a la persona Titular de la CTD, para revisión.
Titular de la Coordinación Técnica de Difusión	52. Revisa los “Formatos de presentación de campaña” y el “Oficio de solicitud de validación de campaña”. Hace observaciones Continúa en la actividad 50 No hace observaciones
Titular de la Coordinación Técnica de Difusión	53. Solicita a la persona Titular de la UCS, el visto bueno del “Oficio de solicitud de validación de campaña” y los “Formatos de presentación de campaña” anexos. No da vista bueno Continúa en la actividad 50 Da visto bueno
Titular de la Unidad de Comunicación Social	54. Firma el “Oficio de solicitud de validación de campaña”, y los “Formatos de presentación de campaña” en dos tantos originales, instruyendo a la persona Titular de DEEMC realizar la entrega respectiva, a través de la persona Titular de la CTD.



Responsable	Descripción de actividades
Titular de la División de Estrategias y Enlace con Medios de Comunicación	55. Saca una copia del “Oficio de solicitud de validación de campaña” y lo envía con los “Formatos de presentación de campaña” en dos tantos originales, adjuntos, a la CGCS. 56. Recaba el acuse en la copia del “Oficio de solicitud de validación de campaña”, integrándolo de manera permanente al “Expediente” respectivo, e informa a la persona Titular de la CTD. 57. Recaba el acuse en un tanto original del “Formato de presentación de campaña” validado por la CGCS, e informa a la persona Titular de la CTD.
Titular de la Coordinación Técnica de Difusión	58. Instruye a las personas Titulares de la DEEMC y DMEM la elaboración del “Oficio de solicitud de autorización de campañas”, y anexar al mismo, el “Formato de presentación de campaña validado por la CGCS” original, dirigido a DGNC.
Titular de la División de Estrategias y Enlace con Medios de Comunicación & Titular de la División de Medios Electrónicos Masivos	59. Elaboran el “Oficio de solicitud de autorización de campañas” y lo remiten impreso, anexando el “Formato de presentación de campaña validado por la CGCS” original, para revisión.
Titular de la Coordinación Técnica de Difusión	60. Revisa el “Oficio de solicitud de autorización de campañas” que incluye el “Formato de presentación de campaña” validado por la CGCS original anexo, y lo remite a la persona Titular de la UCS para visto bueno y firma. El oficio tiene observaciones Continúa en la actividad 58 El oficio no tiene observaciones
Titular de la Unidad de Comunicación Social	61. Firma el “Oficio de solicitud de autorización de campañas” e instruye a la DEEMC, a través del Titular de la CTD, su envío al destinatario.



Responsable	Descripción de actividades
Titular de la División de Estrategias y Enlace con Medios de Comunicación	62. Saca una copia y envía a la DGNC el “Oficio de solicitud de autorización de campañas” anexando el “Formato de presentación de campaña” validado por la CGCS original y “Copia de la Negativa de tiempos oficiales”. 63. Recaba el “Acuse del Oficio de solicitud de autorización de campañas” y notifica a la persona Titular de la CTD.
Titular de la Coordinación Técnica de Difusión	64. Recibe de la DGNC, a través de la persona Titular de la UCS, el “Oficio de autorización de difusión de campañas”. 65. Instruye a las personas Titulares de la DEEMC y DMEM elaborar el “Anexo técnico” del Servicio de difusión de Campañas Institucionales, con sus respectivos “Términos y condiciones”; para cada tipo de medio de acuerdo con la Política 5.2.15; así como el “Oficio de solicitud de investigación de mercado” dirigido a la Coordinación de Adquisiciones de Bienes y Contratación de Servicios.
Titular de la División de Estrategias y Enlace con Medios de Comunicación & Titular de la División de Medios Electrónicos Masivos	66. Elaboran el “Anexo técnico” con sus respectivos “Términos y condiciones”, de cada tipo de medio de acuerdo con la Política 5.2.15, así como el “Oficio de solicitud de investigación de mercado”, remitiéndolos a la persona Titular de la CTD para revisión.
Titular de la Coordinación Técnica de Difusión	67. Revisa el “Anexo técnico” con sus respectivos “Términos y condiciones” de cada tipo de medio, y el “Oficio de solicitud de investigación de mercado”. Hace observaciones Continúa en la actividad 65



Responsable	Descripción de actividades
Titular de la Coordinación Técnica de Difusión	No hace observaciones
	68. Solicita a la persona Titular de la UCS el visto bueno para el “Anexo técnico” con sus respectivos “Términos y condiciones”, de cada tipo de medio, y el “Oficio de solicitud de investigación de mercado”.
	No da Visto Bueno Continúa en la actividad 65
	Da Visto Bueno.
Titular de la División de Estrategias y Enlace con Medios de Comunicación	69. Instruye a la persona Titular de la DEEMC enviar el “Oficio de solicitud de investigación de mercado” adjuntando el “Anexo técnico” con sus respectivos “Términos y condiciones” a la Coordinación de Adquisición de Bienes y Contratación de Servicios.
	70. Saca copia del “Oficio de solicitud de investigación de mercado”, de cada tipo de medio, adjuntando el “Anexo técnico” y los “Términos y condiciones” respectivos, y lo envía al destinatario recabando el acuse y archivándolo en el “Expediente” respectivo.
Titular de la Coordinación Técnica de Difusión	71. Recibe el “Resultado de la investigación de mercado” de cada tipo de medio, y lo remite a la persona Titular de la DEEMC o DMEM, según corresponda.
Titular de la División de Estrategias y Enlace con Medios de Comunicación & Titular de la División de Medios Electrónicos Masivos	72. Revisan el “Resultado de la investigación de mercado” de cada tipo de medio, y realizan las gestiones que les correspondan, de acuerdo con lo establecido en las POBALINES, integrando la documentación al “Expediente” respectivo.
	73. Reciben de la Coordinación de Adquisición de Bienes y Contratación de Servicios, el “Contrato de servicio” de cada prestador de servicio, los firman y devuelven para continuar el trámite que corresponda.



Responsable	Descripción de actividades
Titular de la División de Estrategias y Enlace con Medios de Comunicación & Titular de la División de Medios Electrónicos Masivos	74. Reciben de la Coordinación de Adquisición de Bienes y Contratación de Servicios, el “Contrato de servicio”, en formato digital de cada prestador de servicio, notificándolo al CTD. 75. Integran el “Contrato de servicio”, en formato digital de cada prestador de servicio, al “Expediente” respectivo. 76. Solicitan al Personal de medios elaborar las “Órdenes de inserción, transmisión y/o de servicio” anexando el “Material producido para difundir las campañas institucionales” para cada proveedor de servicios, así como realizar la carga en la carpeta virtual.
Personal de medios	77. Elabora las “Órdenes de inserción, transmisión y/o de servicio” anexando el “Material producido para difundir las campañas institucionales” para cada proveedor de servicios, y realiza la carga en la carpeta virtual. 78. Recibe de los proveedores la “Carta bajo protesta” así como “Testigos” mediante el “Formato de recepción de documentos” de parte del proveedor. 79. Verifica que los “Testigos” cumplan con lo solicitado en la “Órdenes de inserción, transmisión y/o de servicio”, según corresponda. 80. Entrega a la persona Titular de la DEEMC o DMEM, la “Carta de revisión de testigos” firmada. El prestador de servicios no cumple con el servicio contratado o con la entrega de testigos
Titular de la División de Estrategias y Enlace con Medios de Comunicación & Titular de la División de Medios Electrónicos Masivos	81. Dan cumplimiento a la normatividad aplicable, de acuerdo con lo establecido en el contrato celebrado con cada prestador de servicio, relativo al pago de servicios y consecuencias por incumplimiento, en el ámbito de su competencia. Concluye el proceso para esta alternativa.



Responsable	Descripción de actividades
Titular de la División de Estrategias y Enlace con Medios de Comunicación & Titular de la División de Medios Electrónicos Masivos	El prestador de servicios cumple con el servicio contratado o con la entrega de testigos 82. Dan cumplimiento a la normatividad aplicable, de acuerdo con lo establecido en el contrato celebrado con cada prestador de servicio, relativo al pago de servicios, y en general a la administración del contrato hasta su conclusión, en el ámbito de su competencia. Etapas 3 Servicio para el Estudio Post-Test
Titular de la Coordinación Técnica de Difusión	83. Instruye a la persona Titular de la DMEM elaborar el “Anexo técnico” con sus “Términos y condiciones” del Estudio Post-Test, así como el “Oficio de solicitud de investigación de mercado” dirigido a la Coordinación de Adquisición de Bienes y Contratación de Servicios.
Titular de la División de Medios Electrónicos Masivos	84. Elabora e imprime el “Anexo técnico” con sus respectivos “Términos y condiciones” y el “Oficio de solicitud de investigación de mercado”. 85. Remite de manera impresa el “Anexo técnico” con sus respectivos “Términos y condiciones” y el “Oficio de solicitud de investigación de mercado”, a la persona Titular de la CTD, para revisión.
Titular de la Coordinación Técnica de Difusión	86. Revisa el “Anexo técnico” con sus respectivos “Términos y condiciones” y el “Oficio de solicitud de investigación de mercado”. Hace observaciones Continúa en la actividad 83



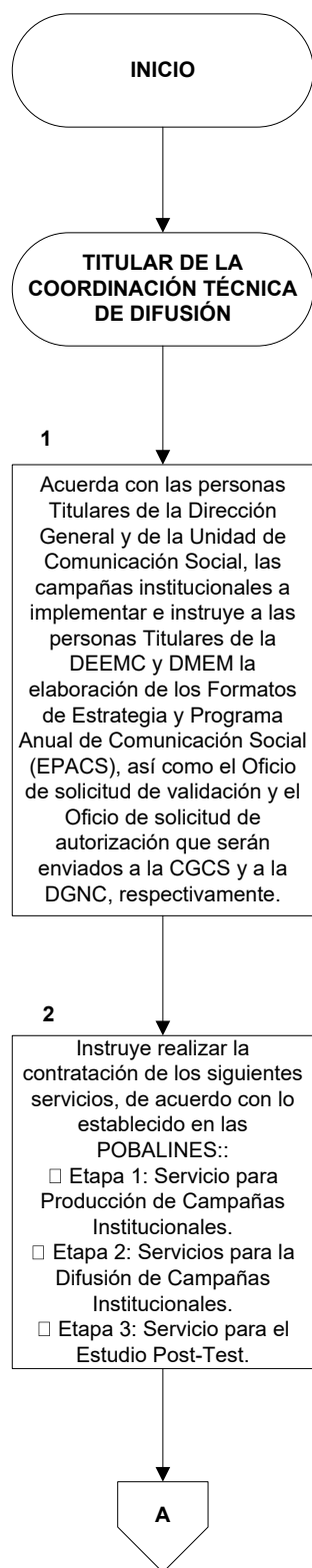
Responsable	Descripción de actividades
Titular de la Coordinación Técnica de Difusión	No hace observaciones
	87. Solicita a la persona Titular de la UCS el visto bueno para el “Anexo técnico” con sus respectivos “Términos y condiciones” y el “Oficio de solicitud de investigación de mercado”.
Titular de la División de Medios Electrónicos Masivos	No da Visto Bueno
	Continúa en la actividad 83
	Da Visto Bueno.
	88. Instruye a la persona Titular de la DMEM enviar el “Oficio de solicitud de investigación de mercado” adjuntando el “Anexo técnico” con sus respectivos “Términos y condiciones”.
	89. Saca copia del “Oficio de solicitud de investigación de mercado” adjuntando el “Anexo técnico” con sus respectivos “Términos y condiciones” y lo envía a la Coordinación de Adquisición de Bienes y Contratación de Servicios.
	90. Recaba el “Acuse del oficio de solicitud de investigación de mercado”, lo archiva en el “Expediente” respectivo y notifica a la persona Titular de la CTD.
	91. Recibe y revisa el “Resultado de la investigación de mercado”, realizando las gestiones que le correspondan, de acuerdo con lo establecido en las POBALINES, integrando la documentación al “Expediente” respectivo.
	92. Recibe el “Contrato firmado” del Servicio de Estudio Post-Test y lo integra al “Expediente” respectivo notificando a la persona Titular de la CTD.

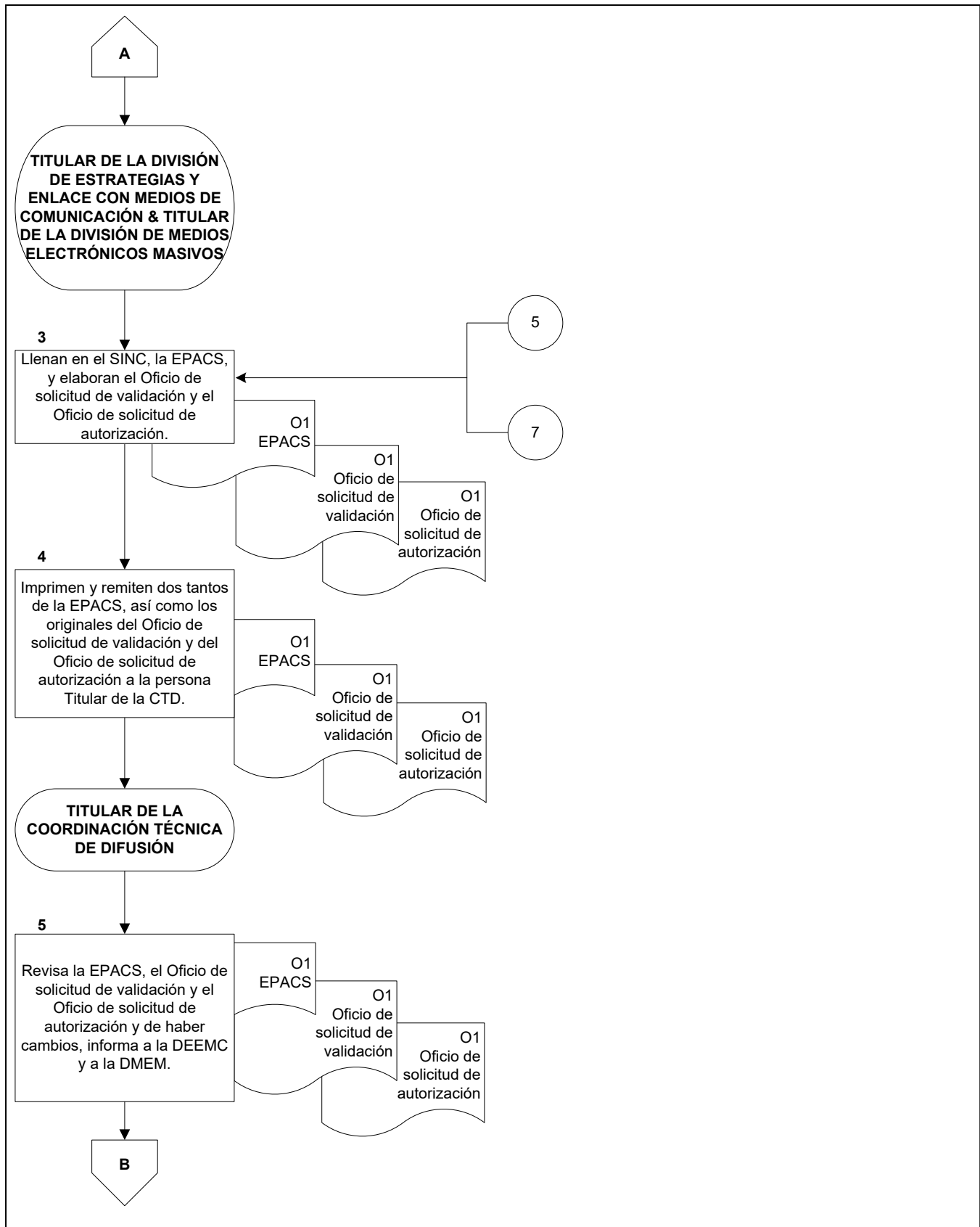


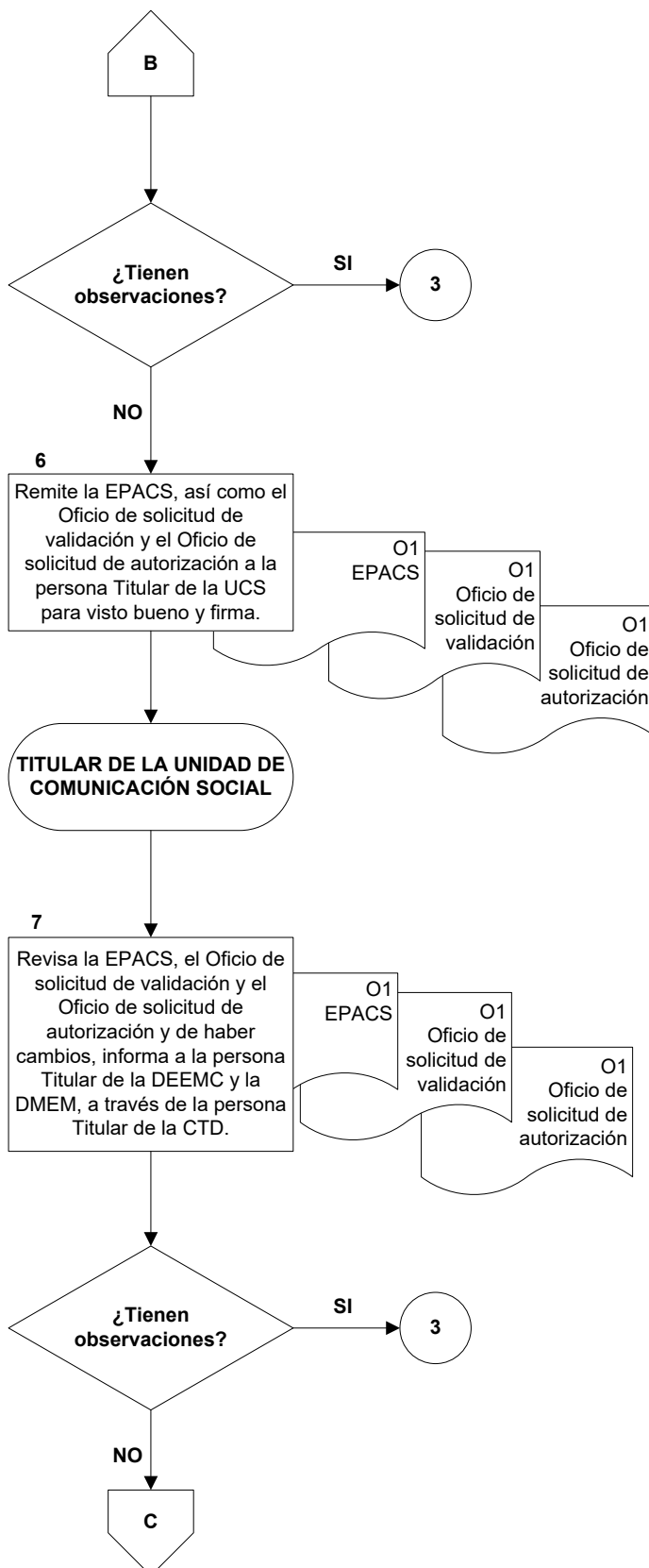
Responsable	Descripción de actividades
	93. Da cumplimiento a lo establecido en el contrato celebrado con el prestador de servicio, relativo al pago de servicios, consecuencias por incumplimiento, y en general a la administración del contrato hasta su conclusión, en el ámbito de su competencia. Fin del procedimiento

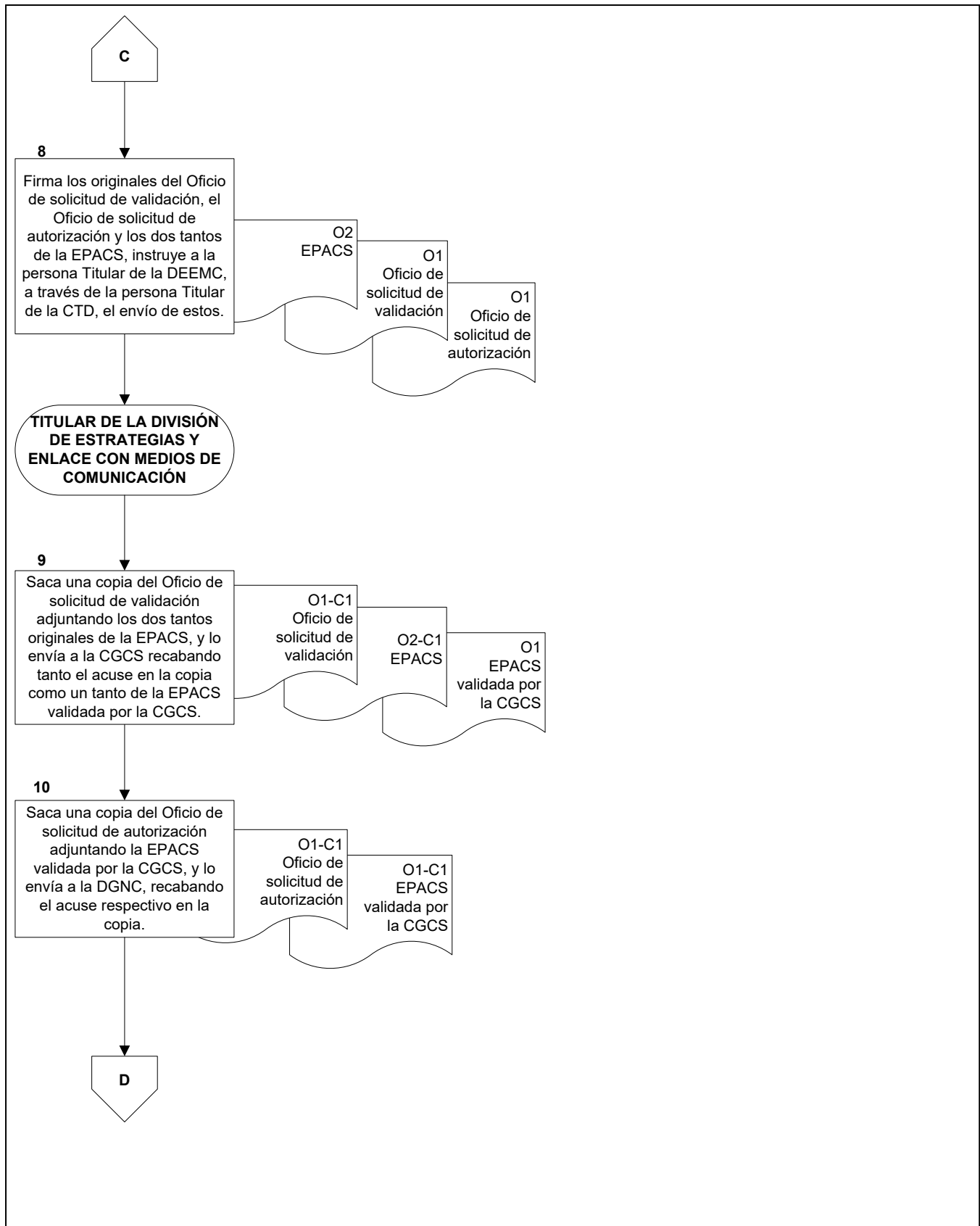


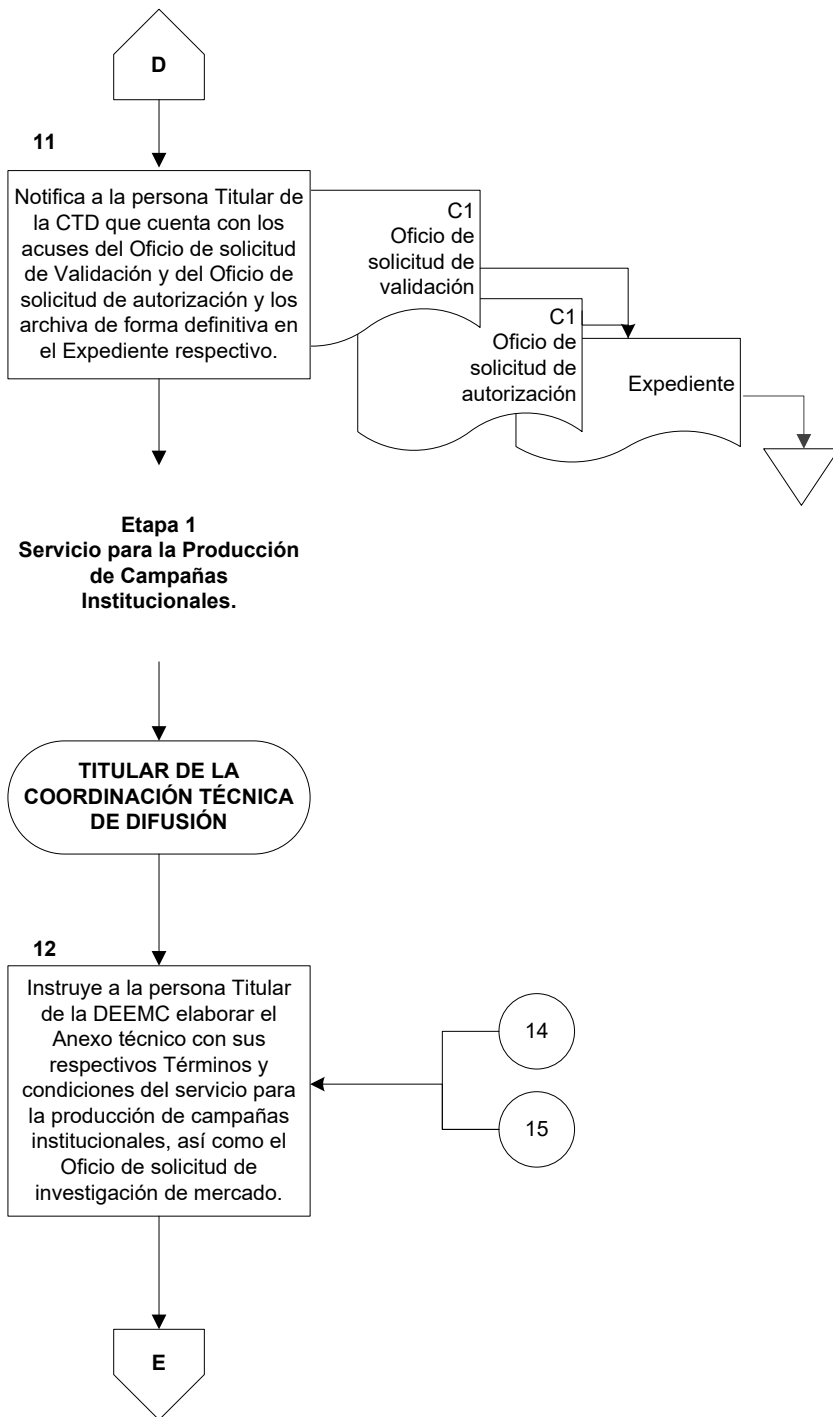
Diagrama de flujo

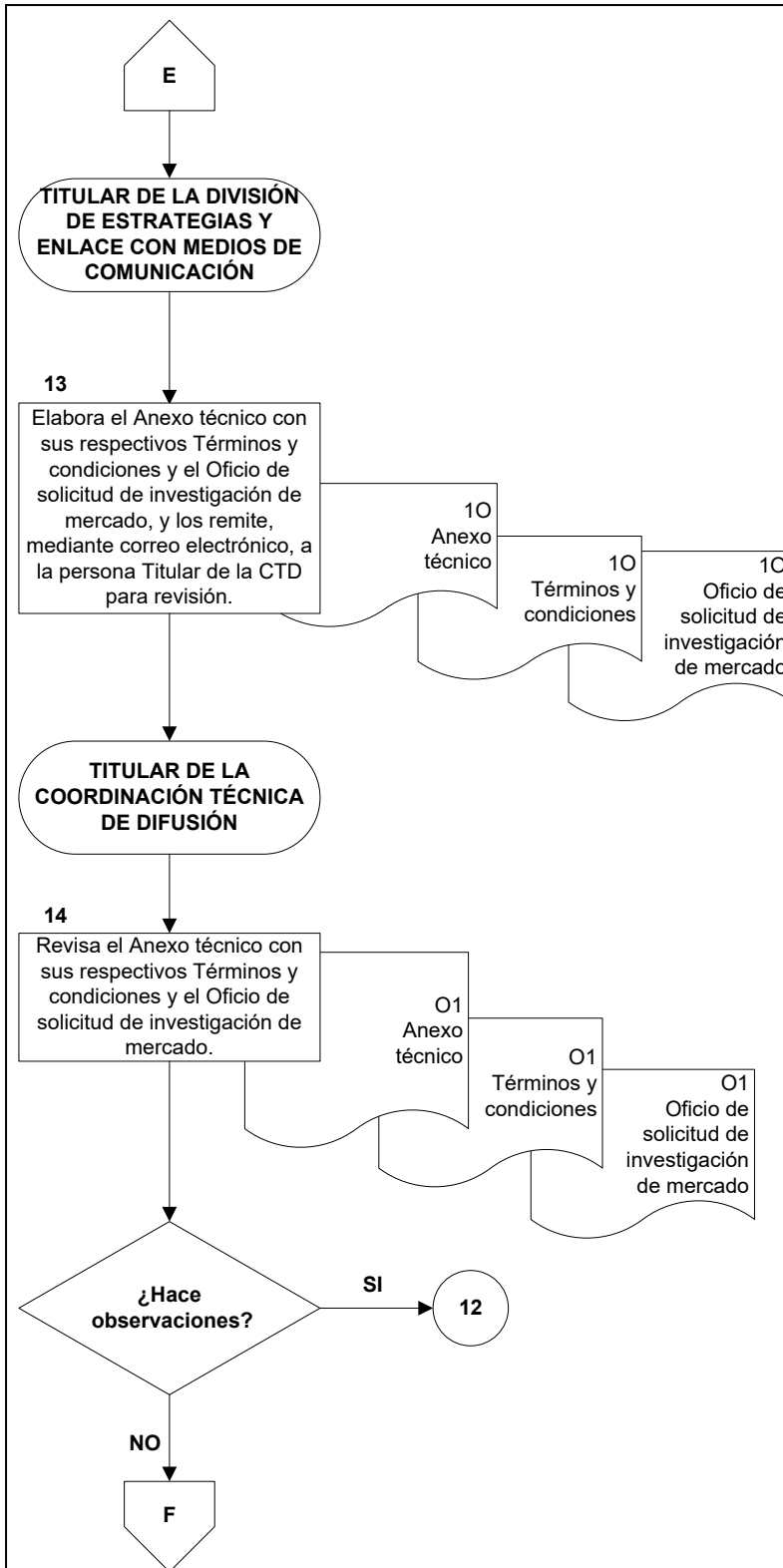


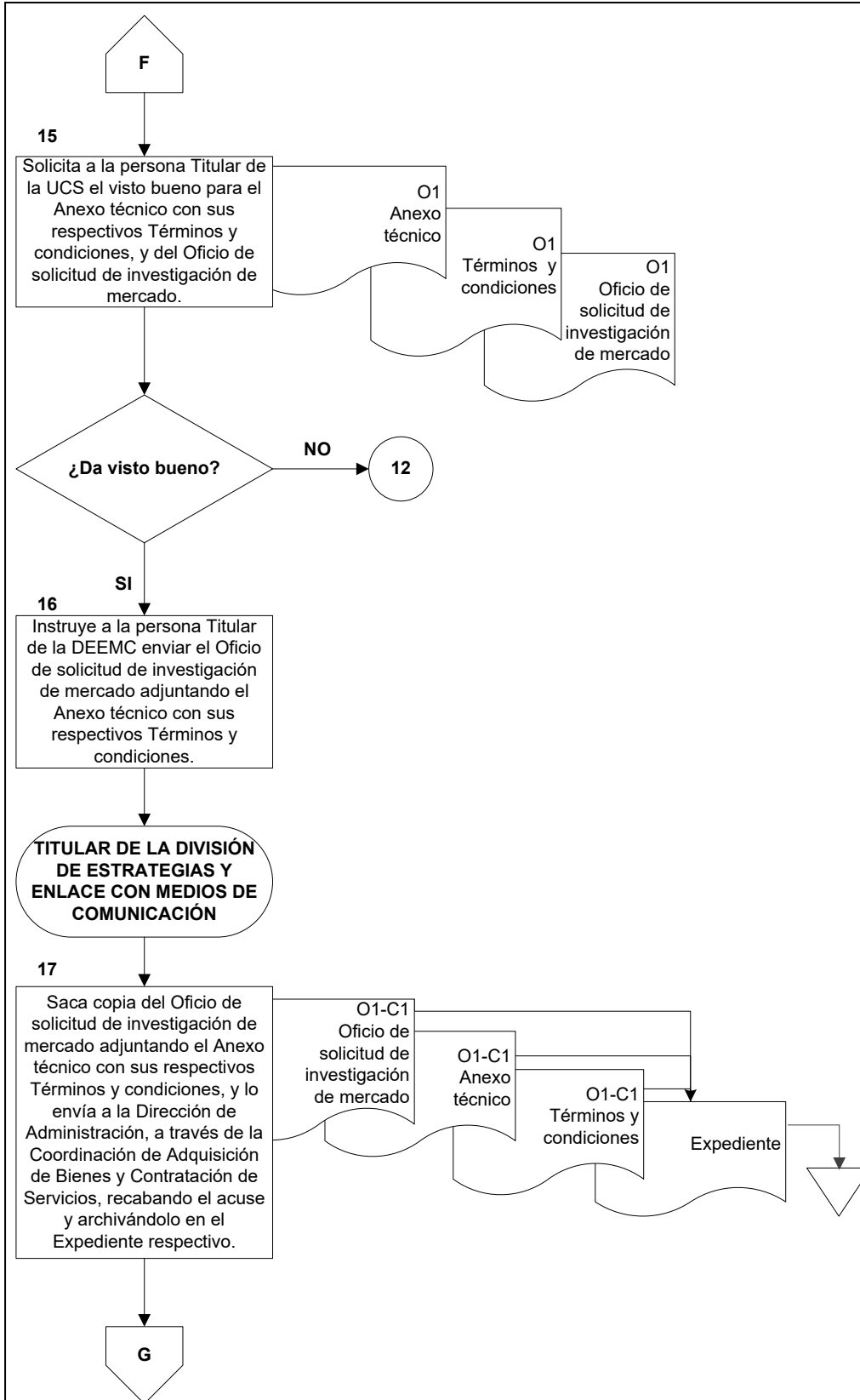


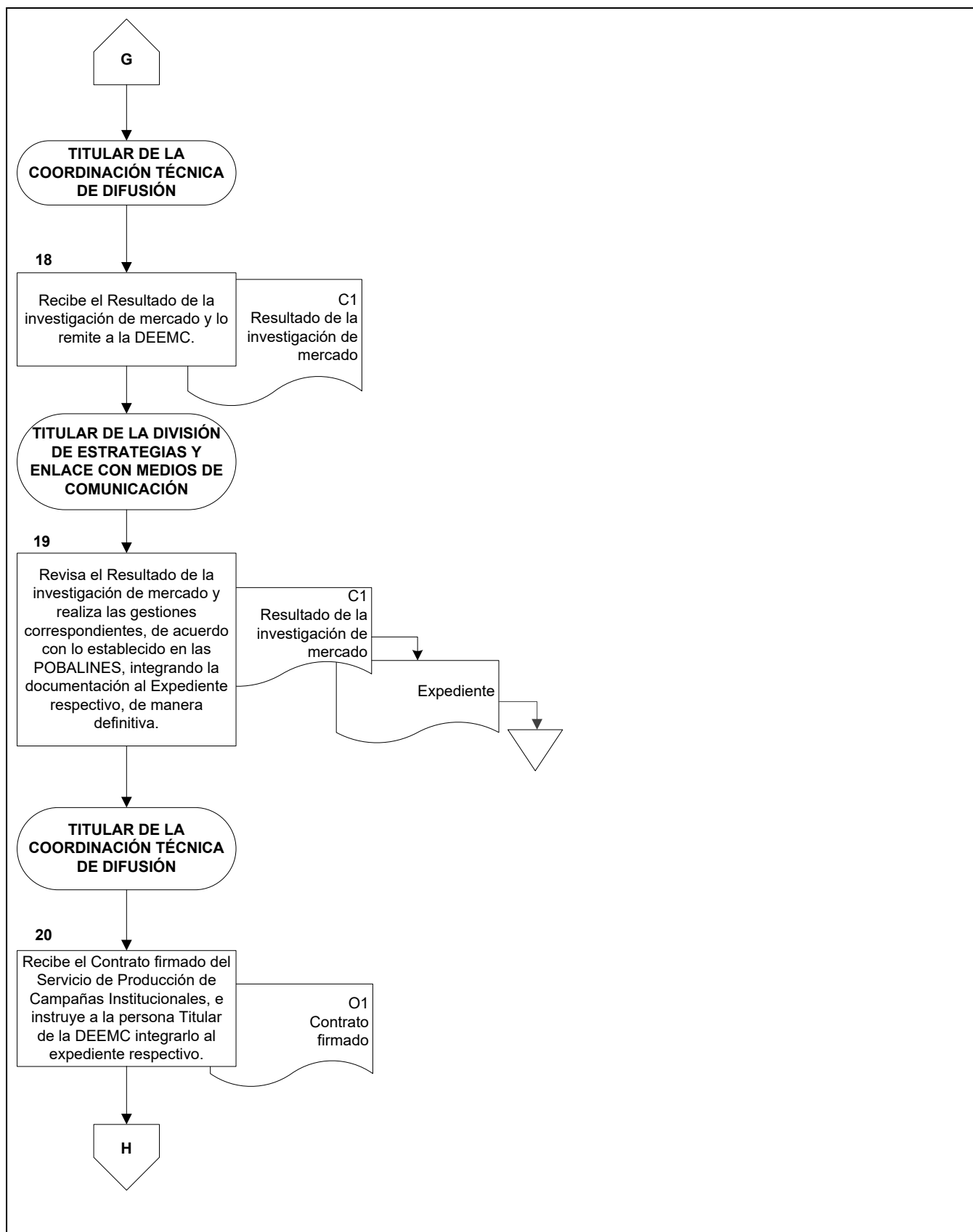


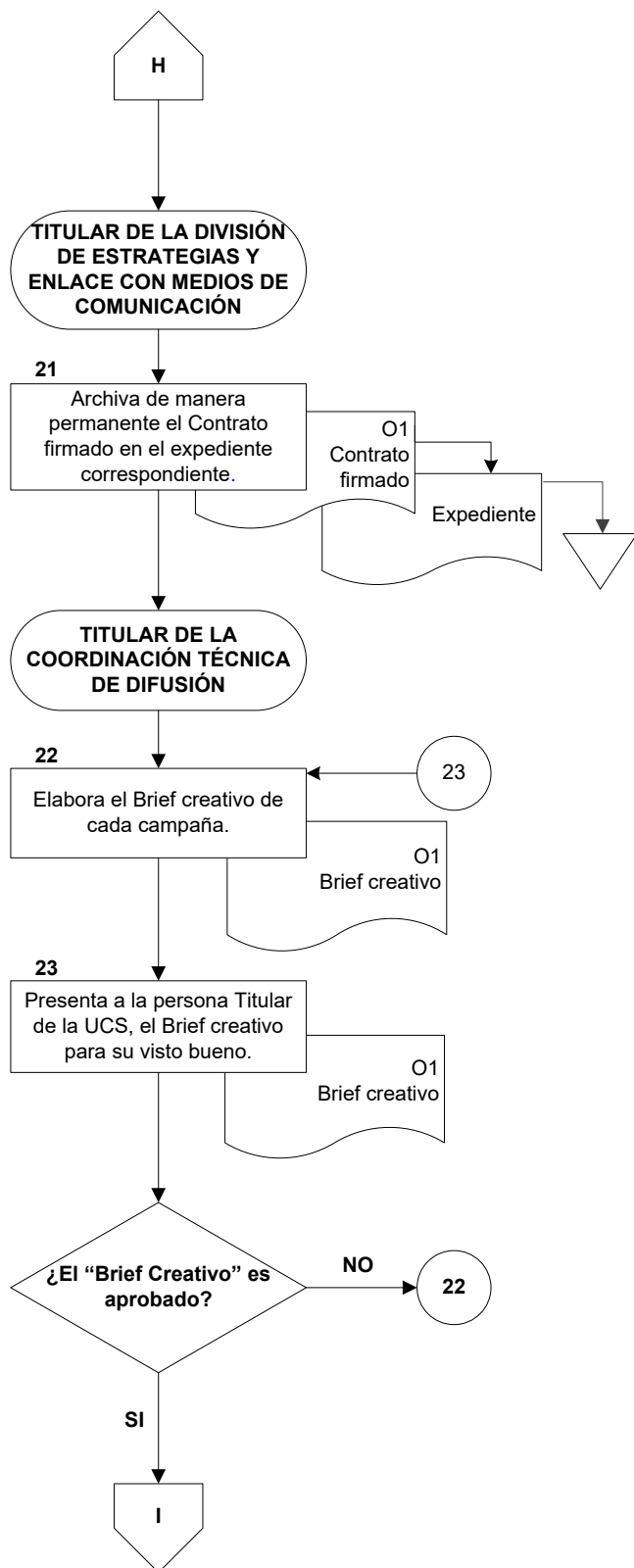


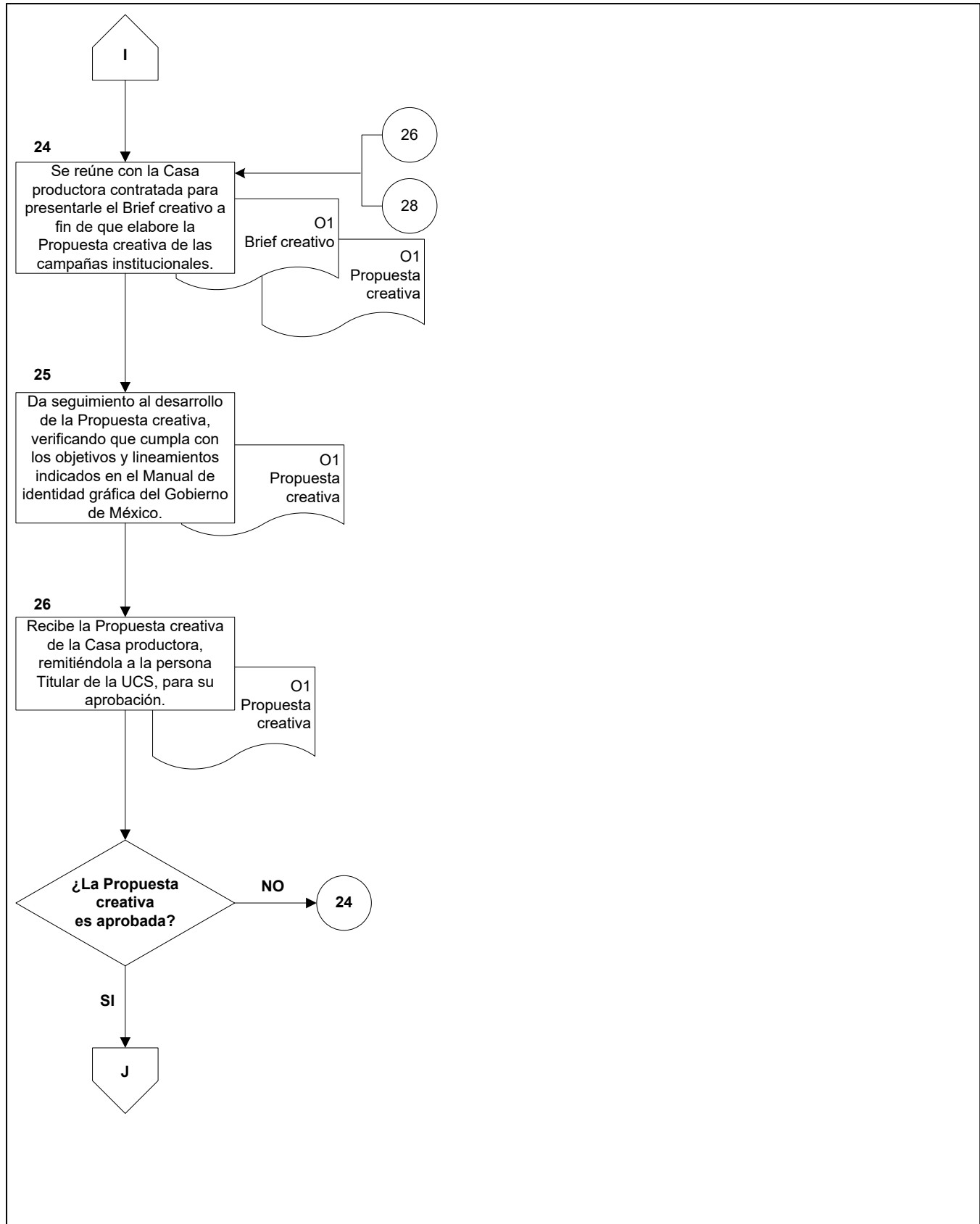


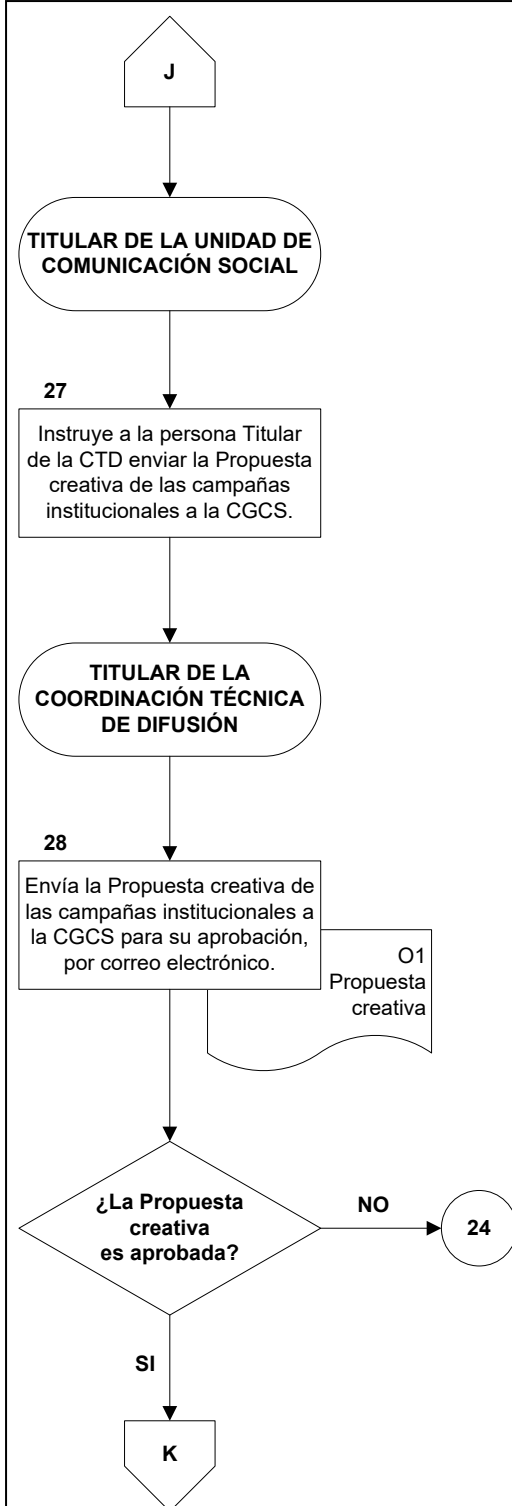


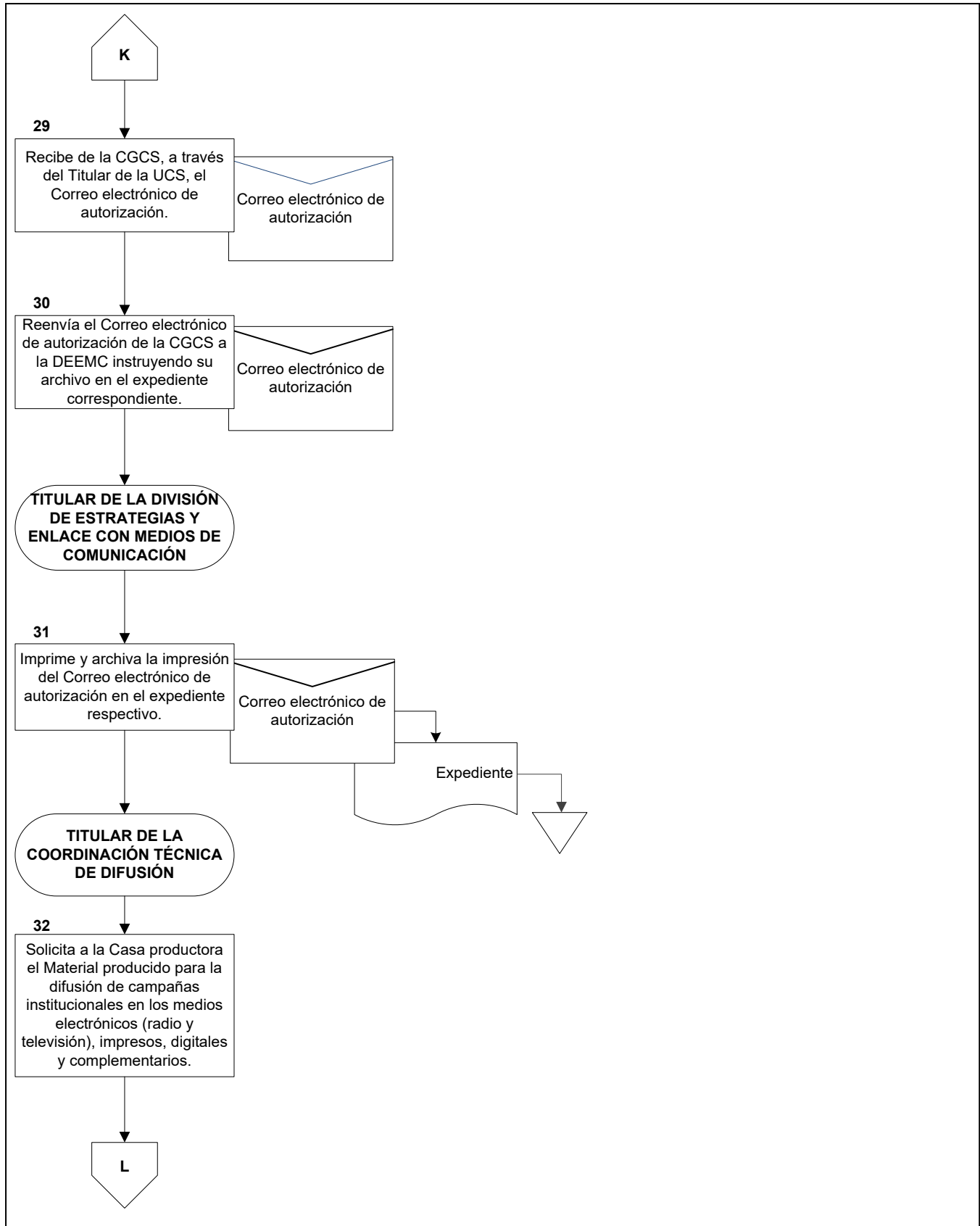


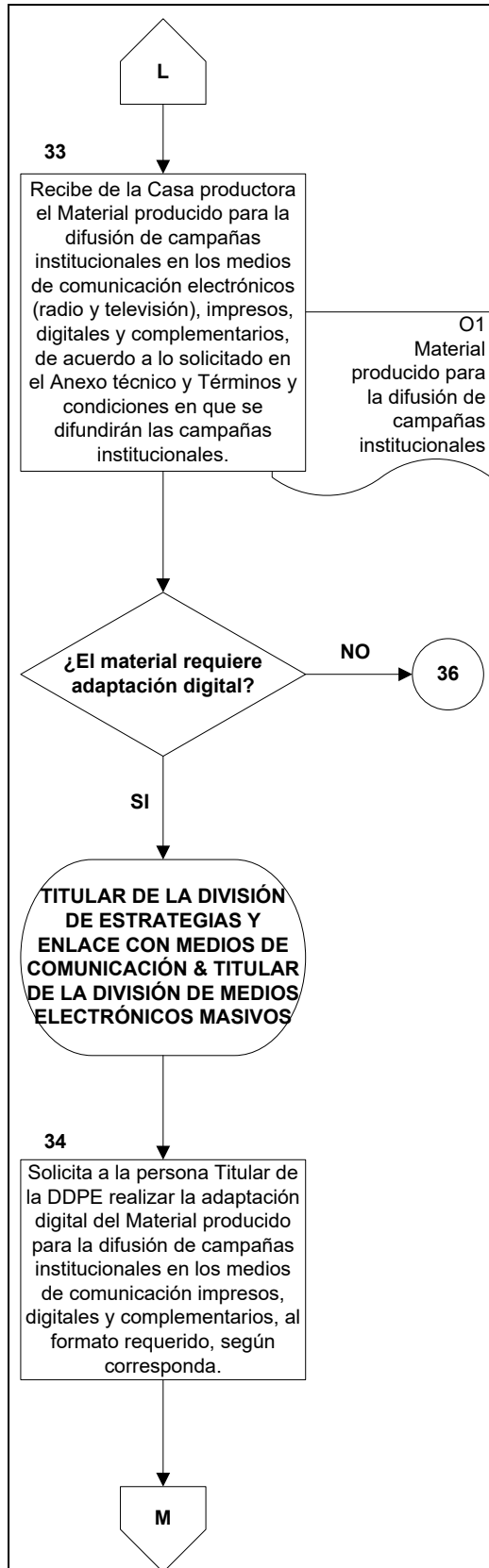


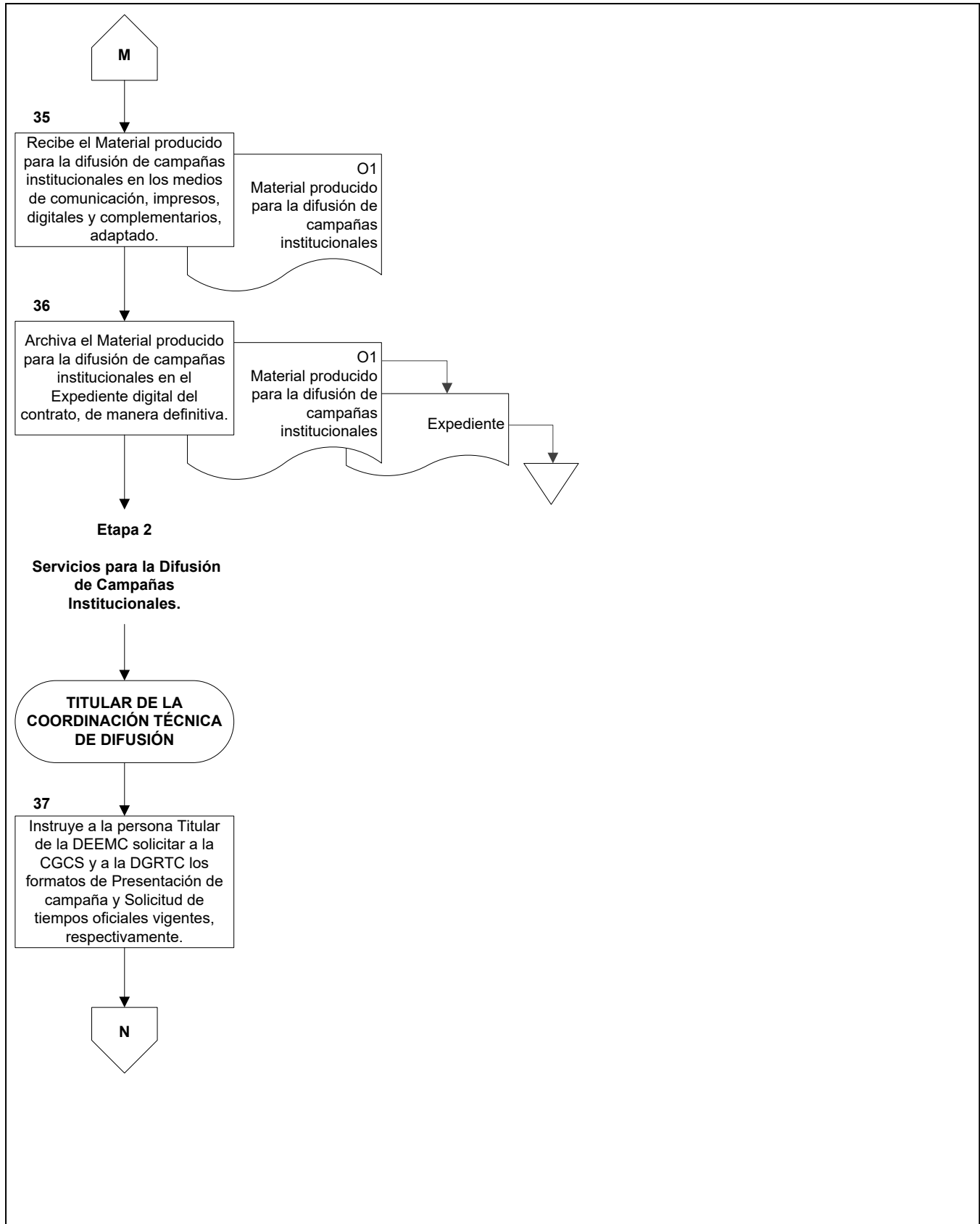


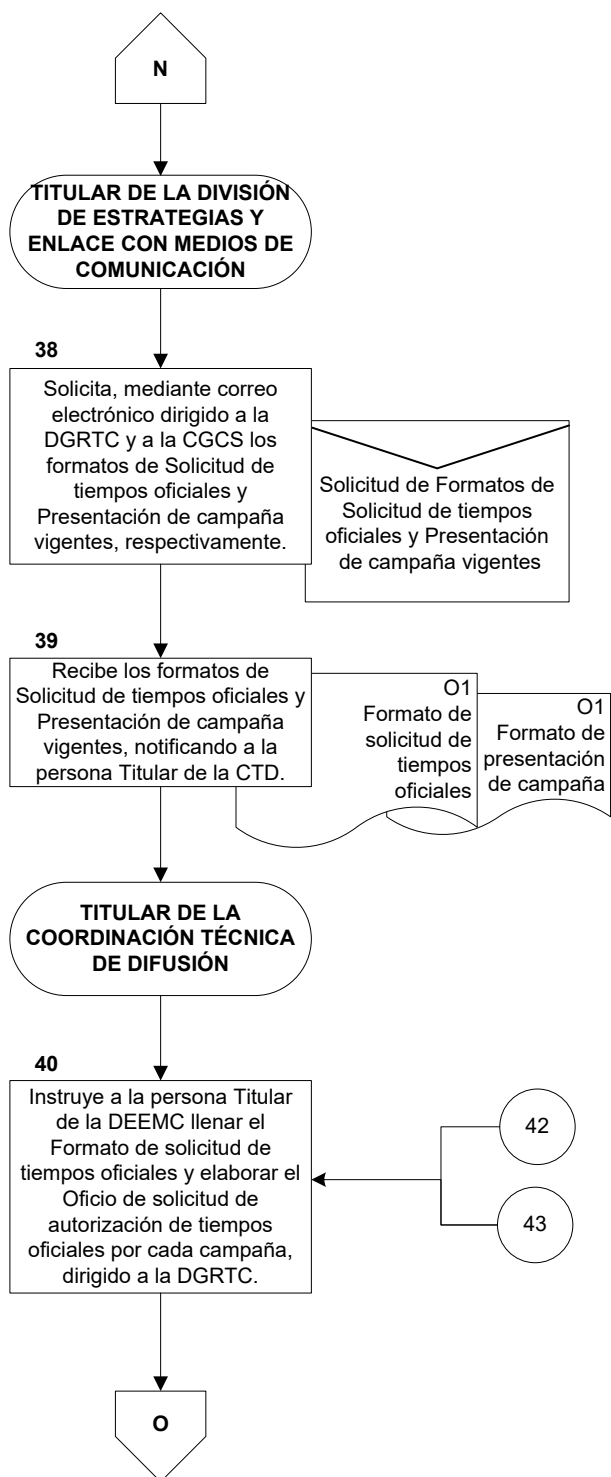


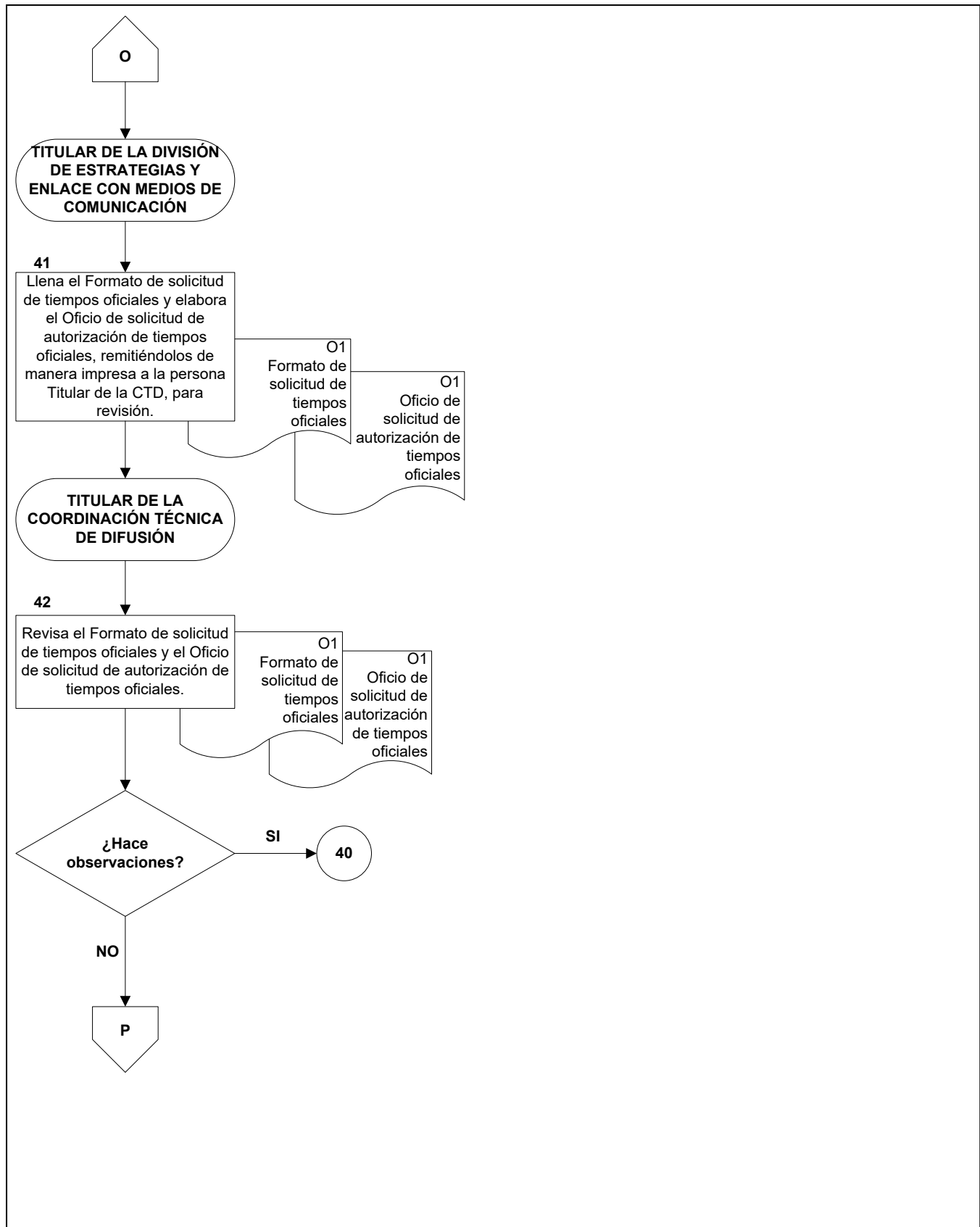


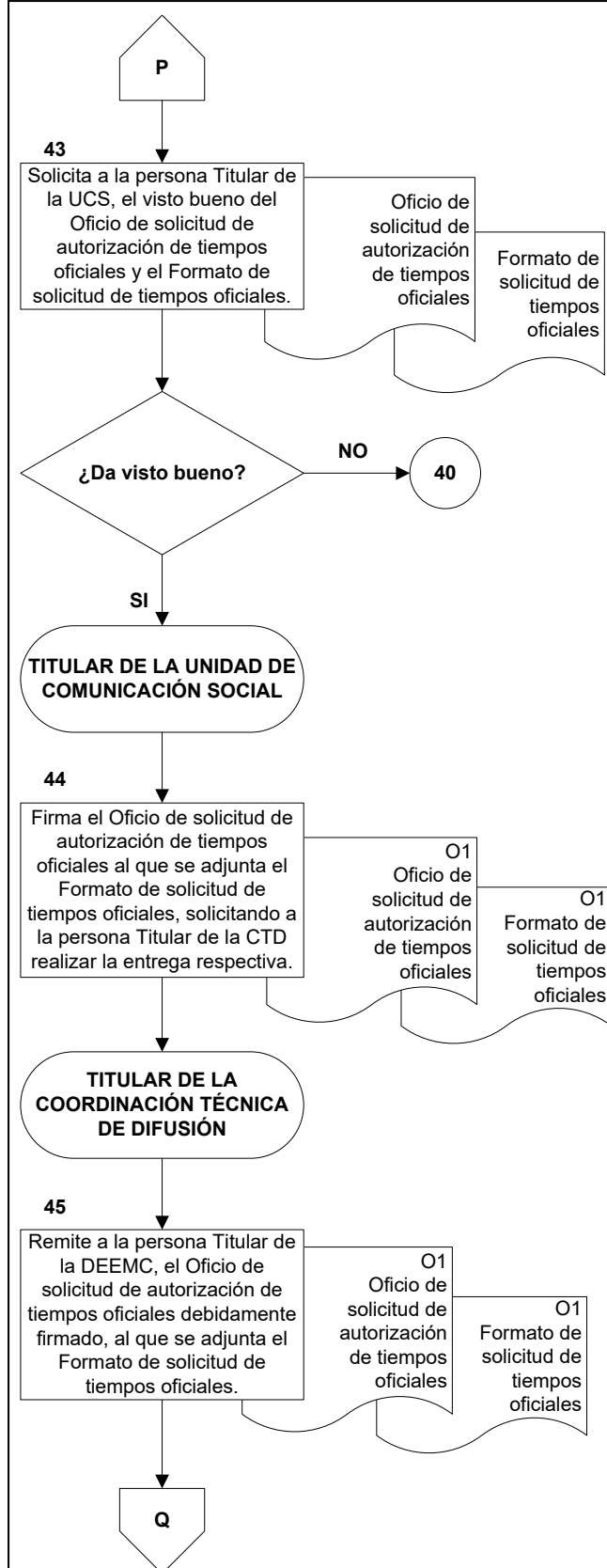


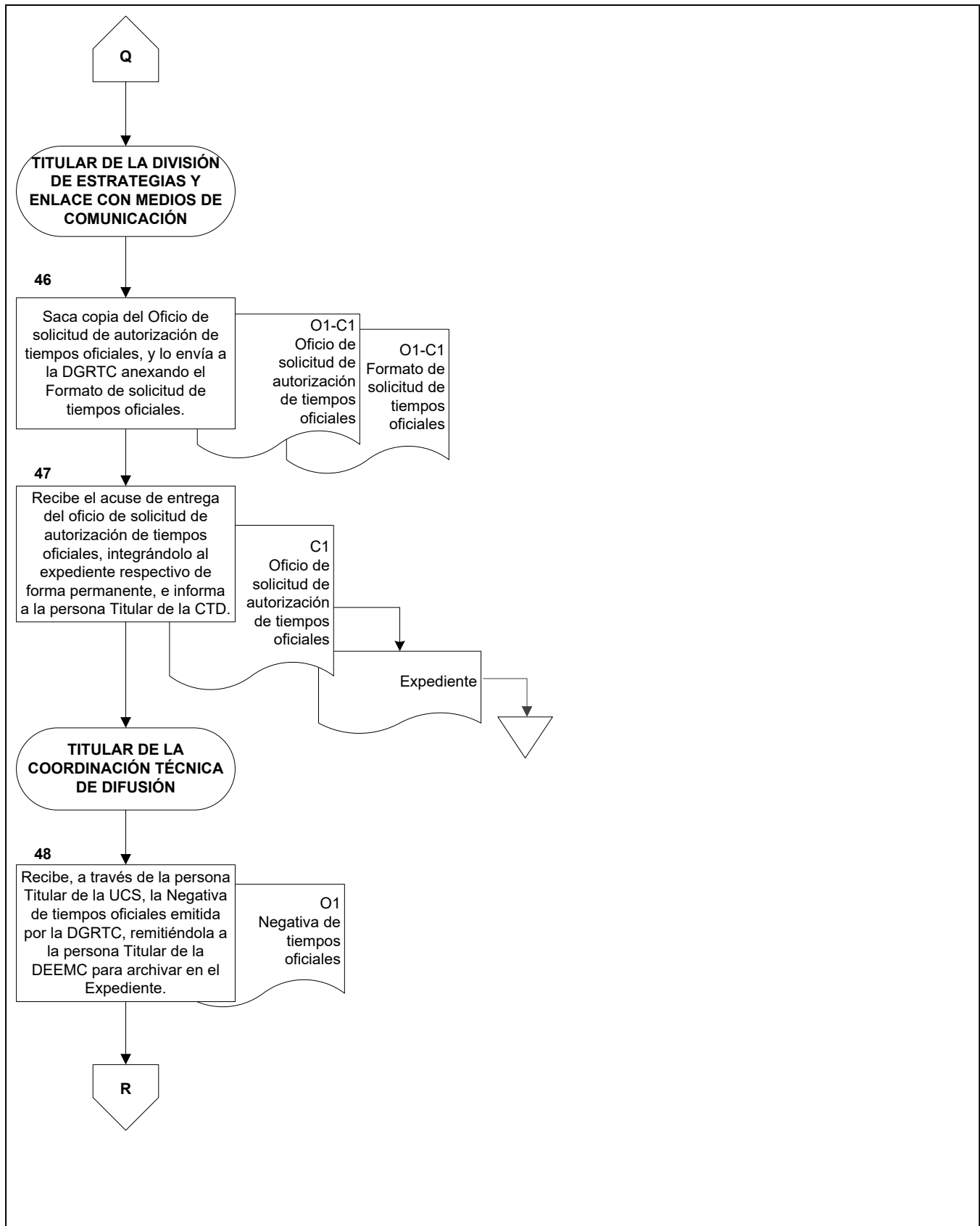


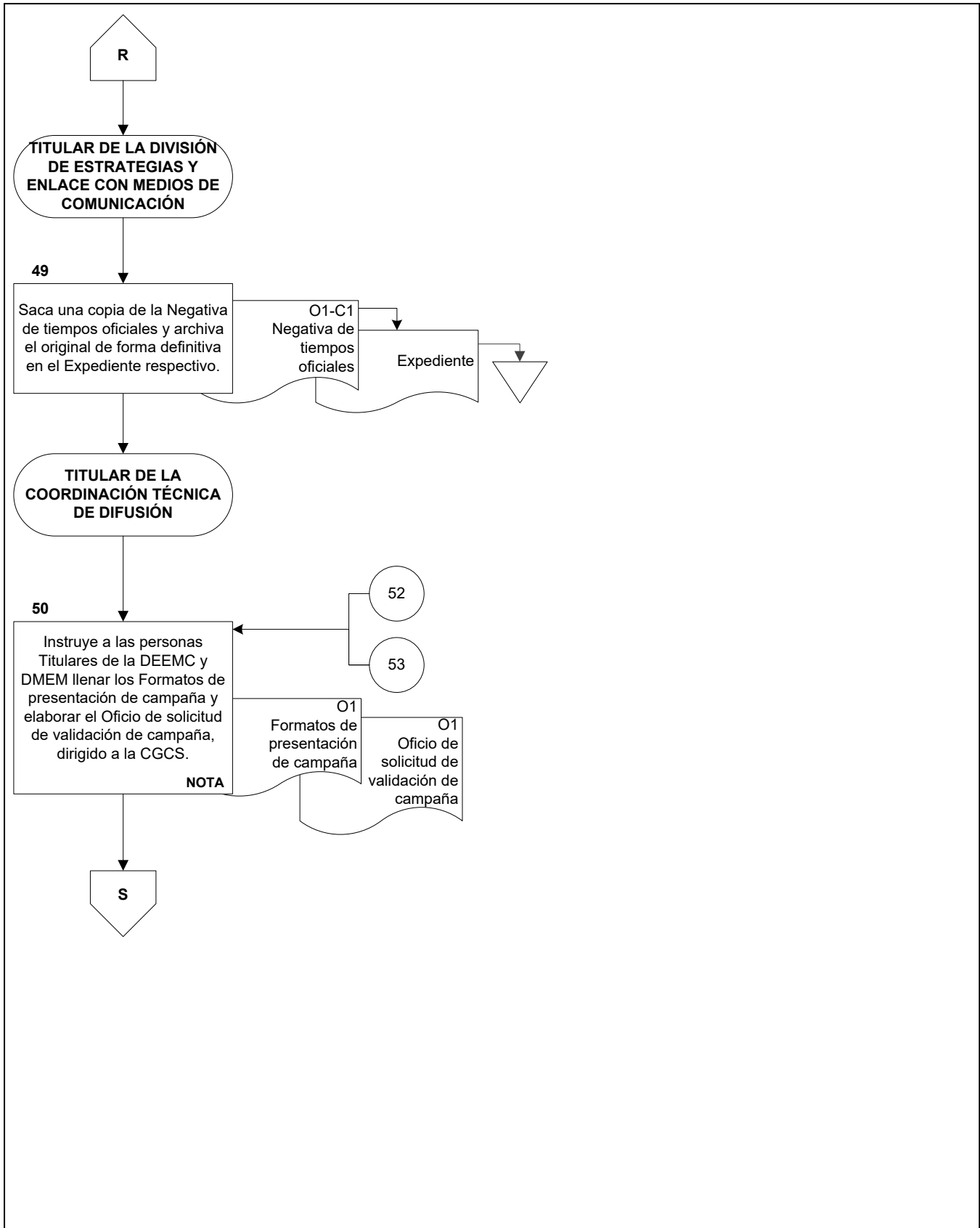


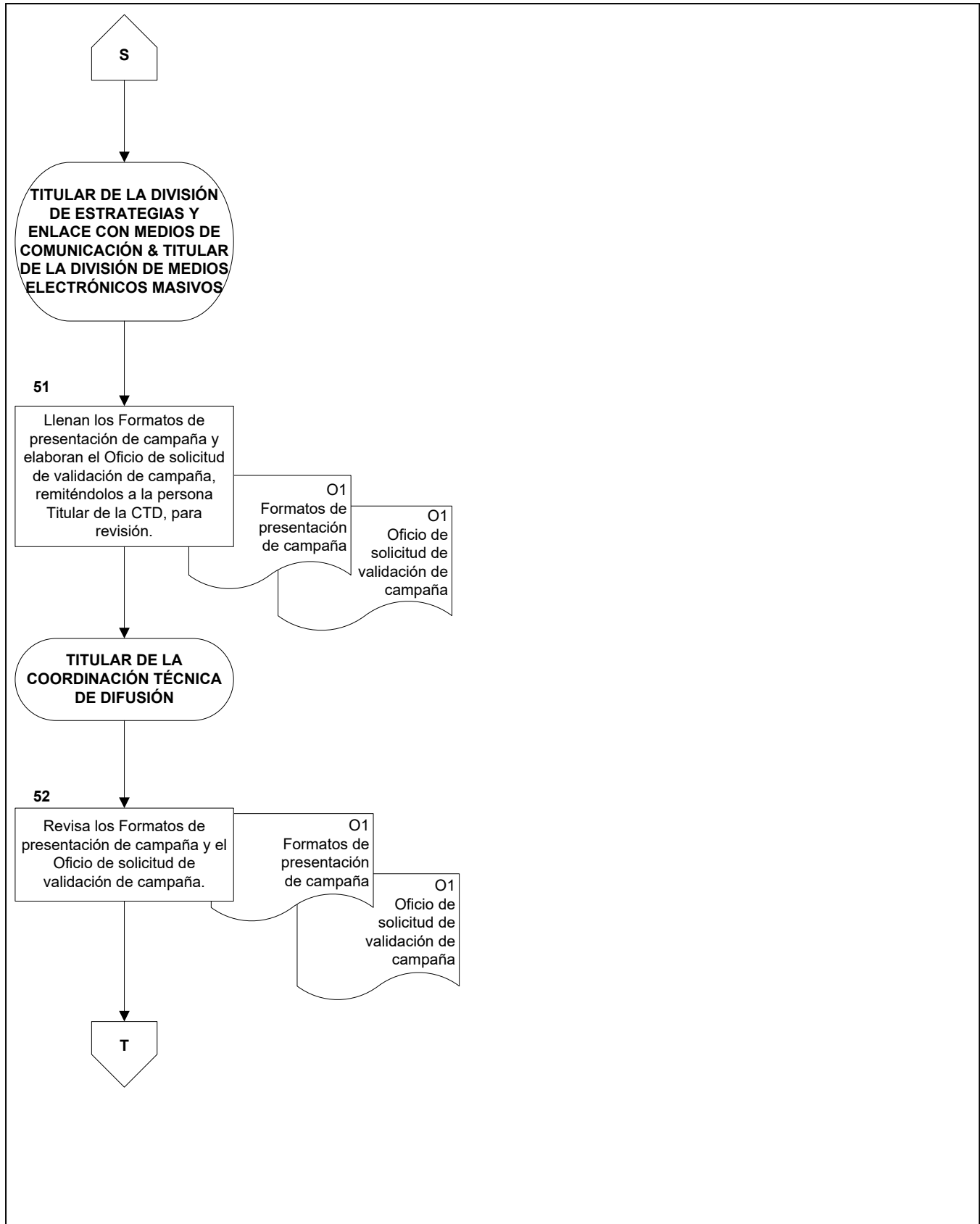


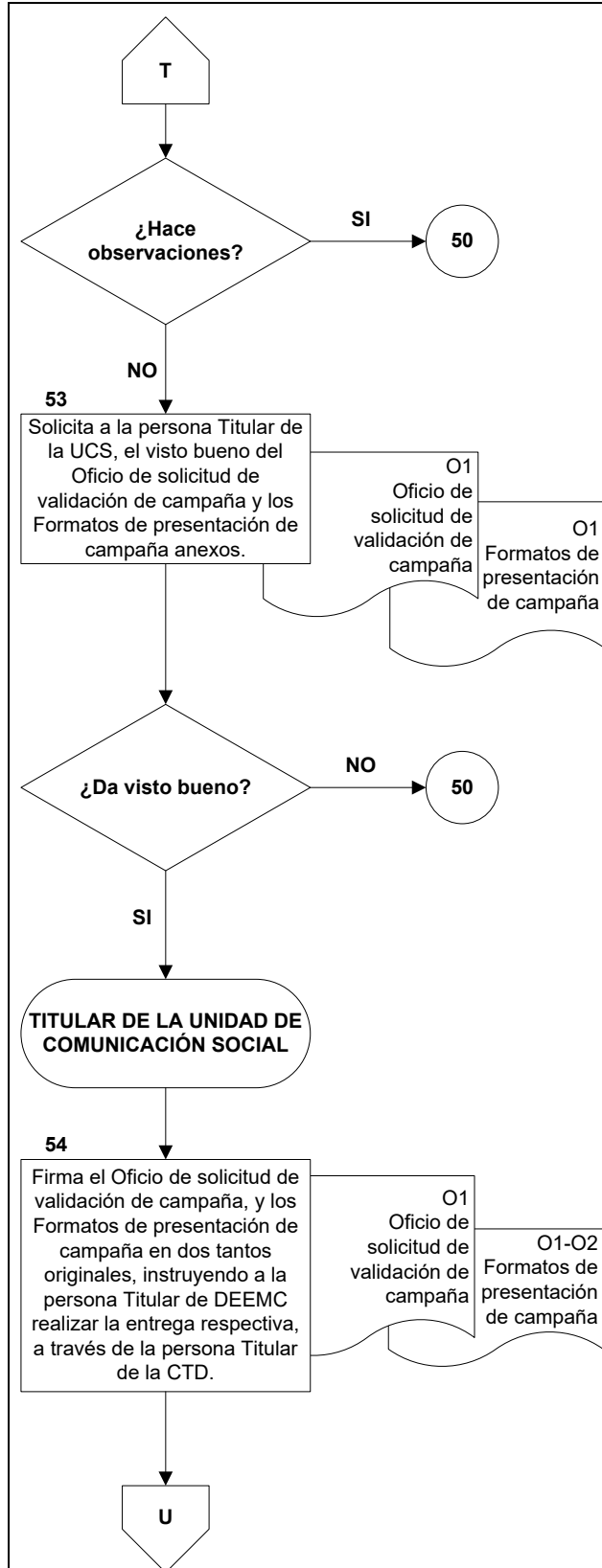


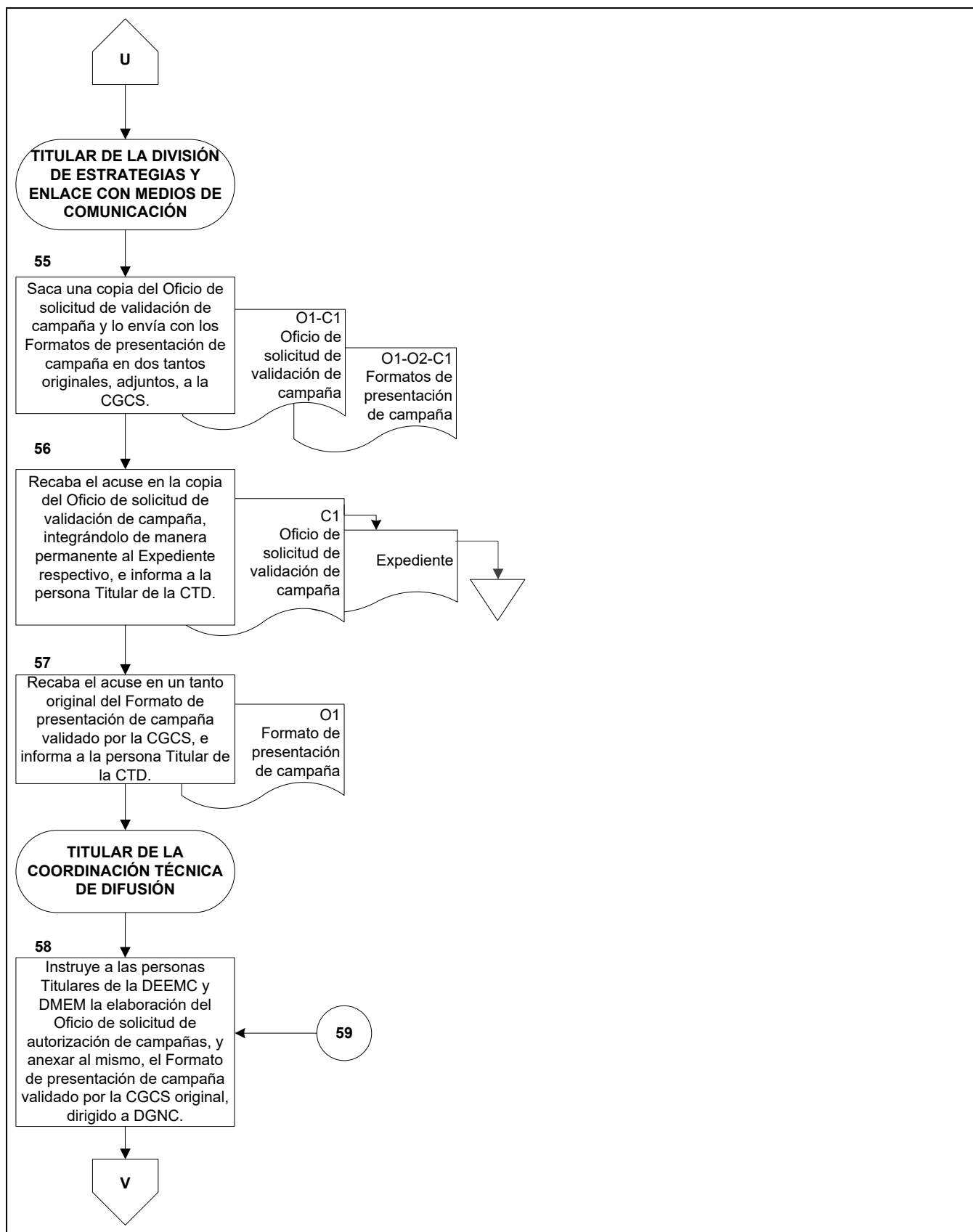


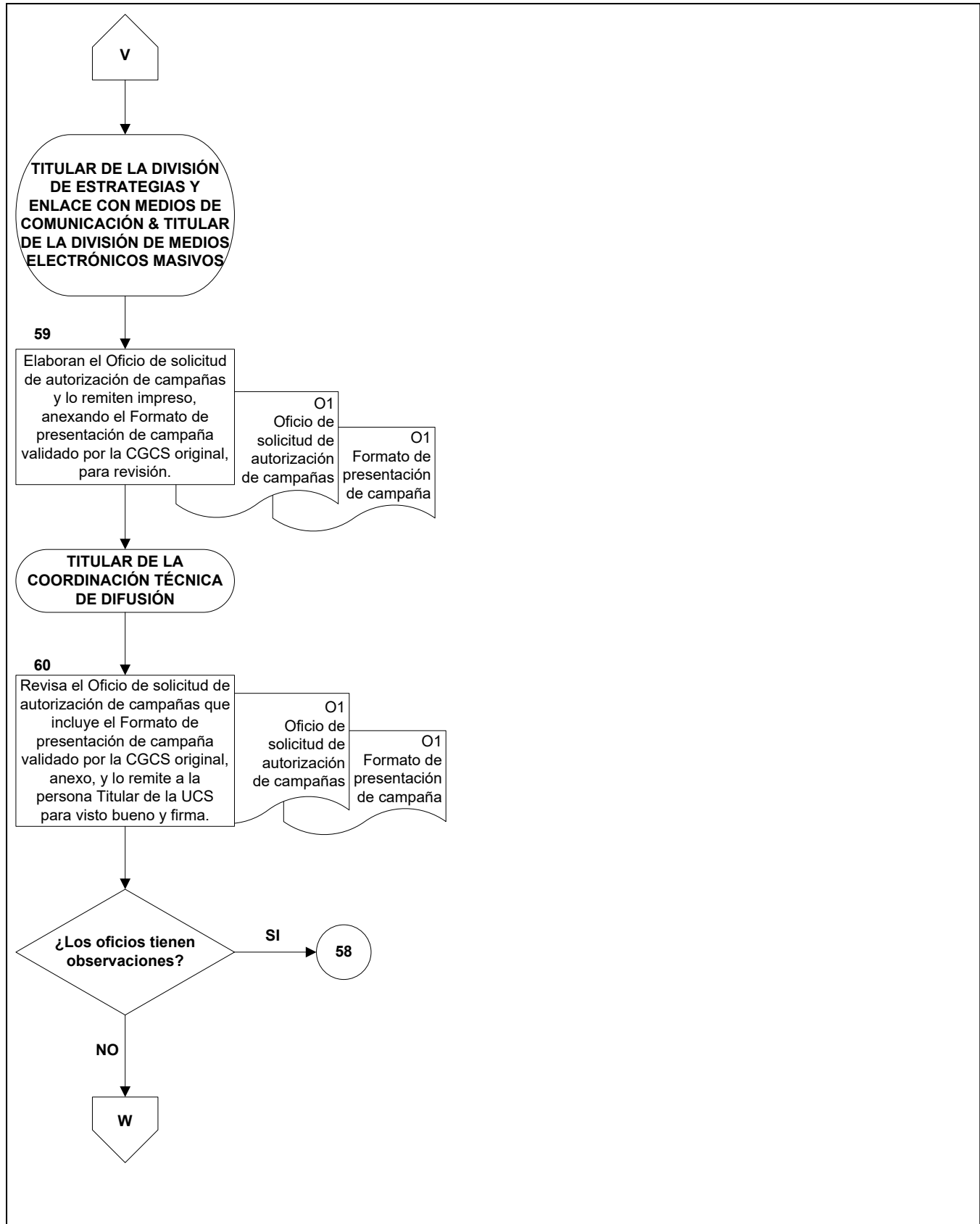


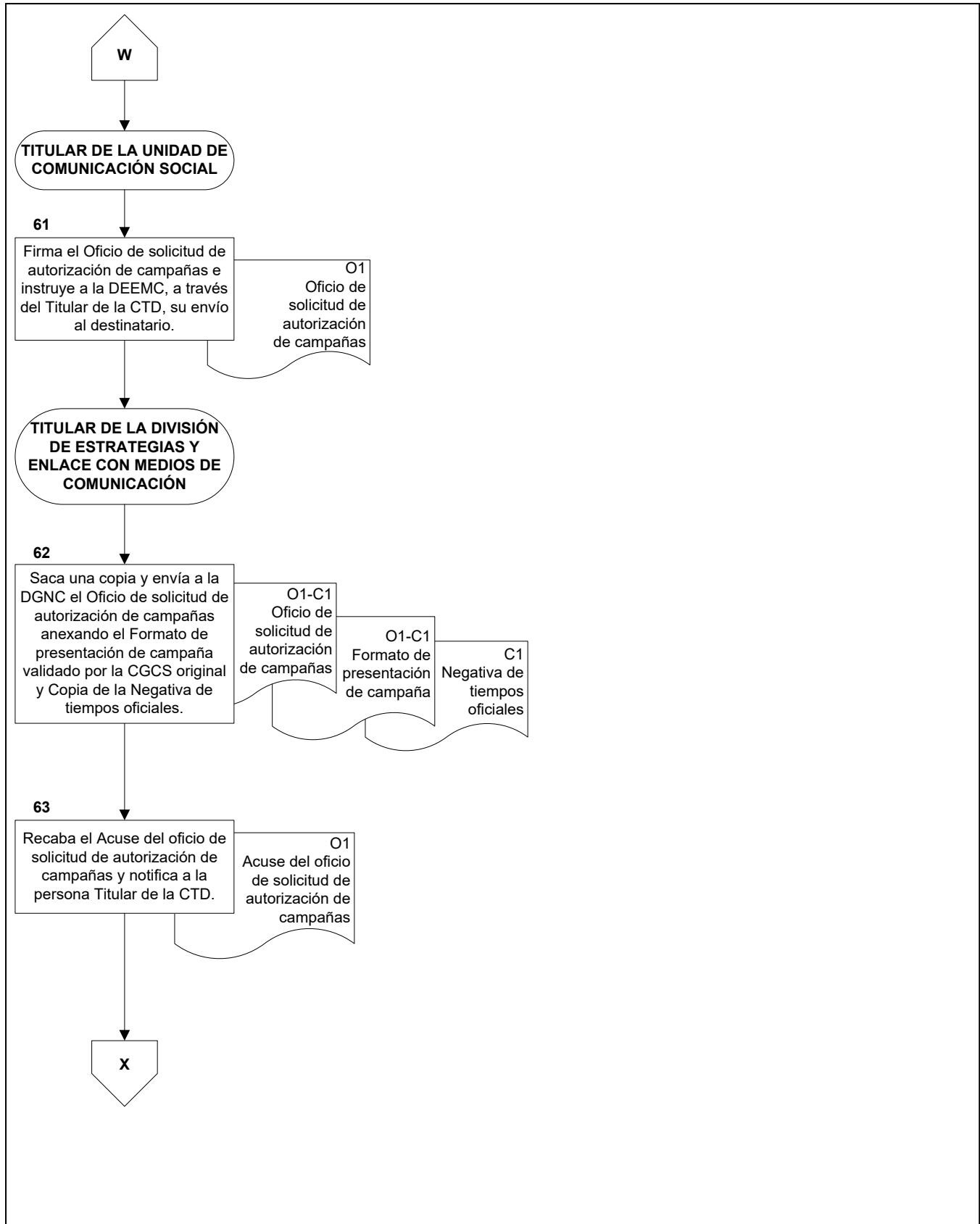


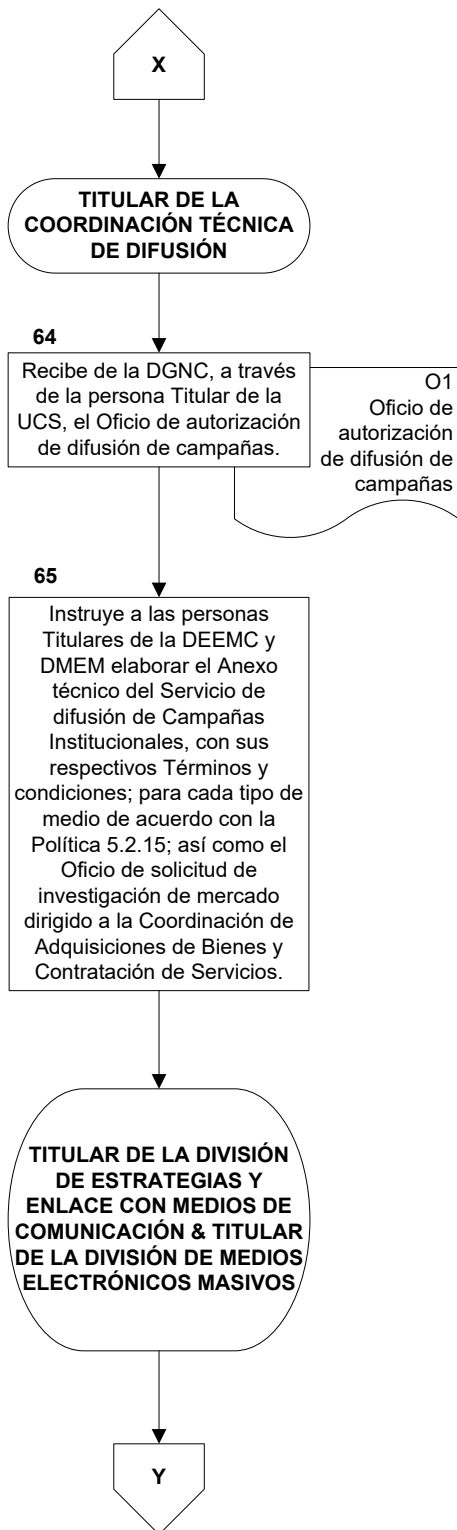


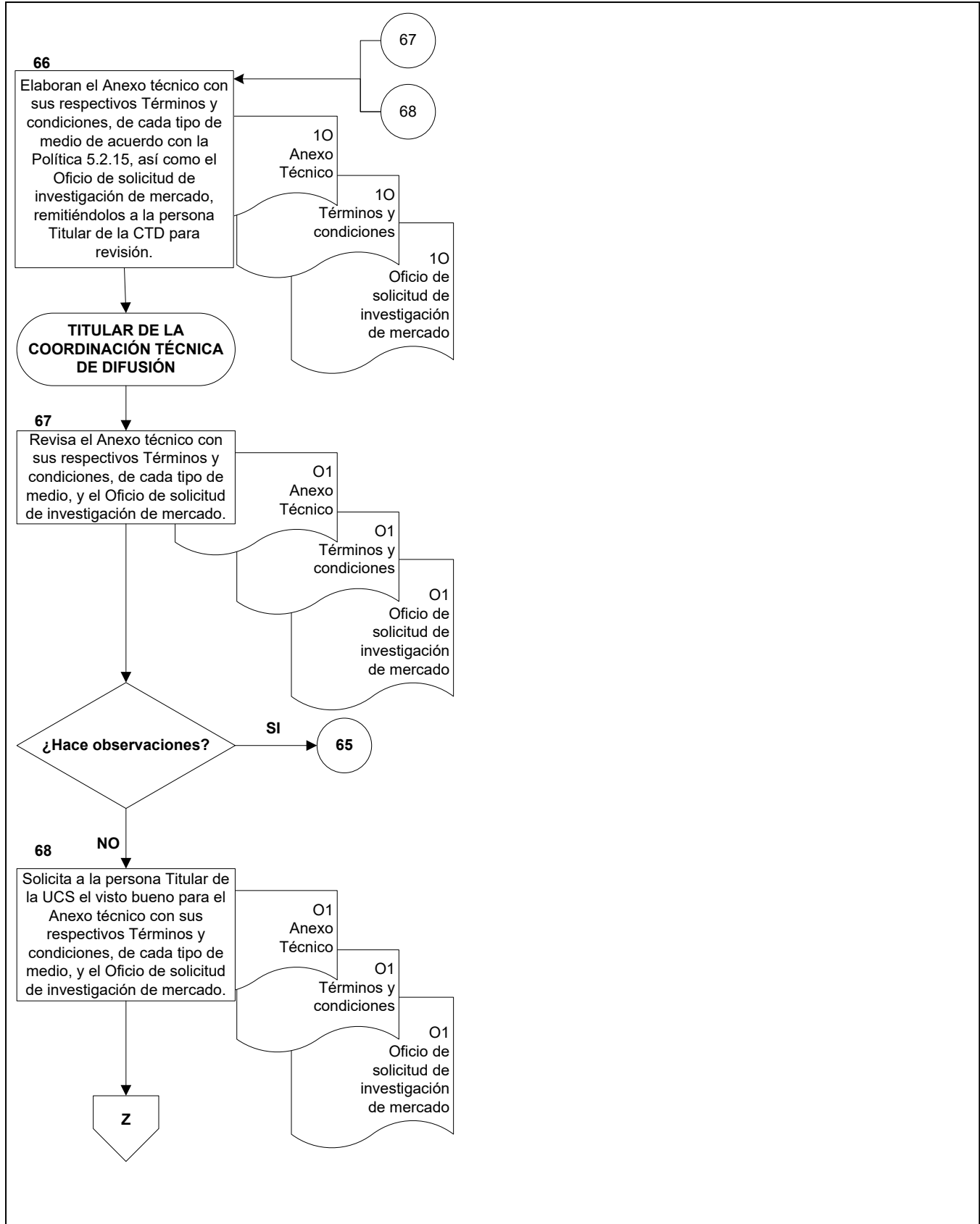


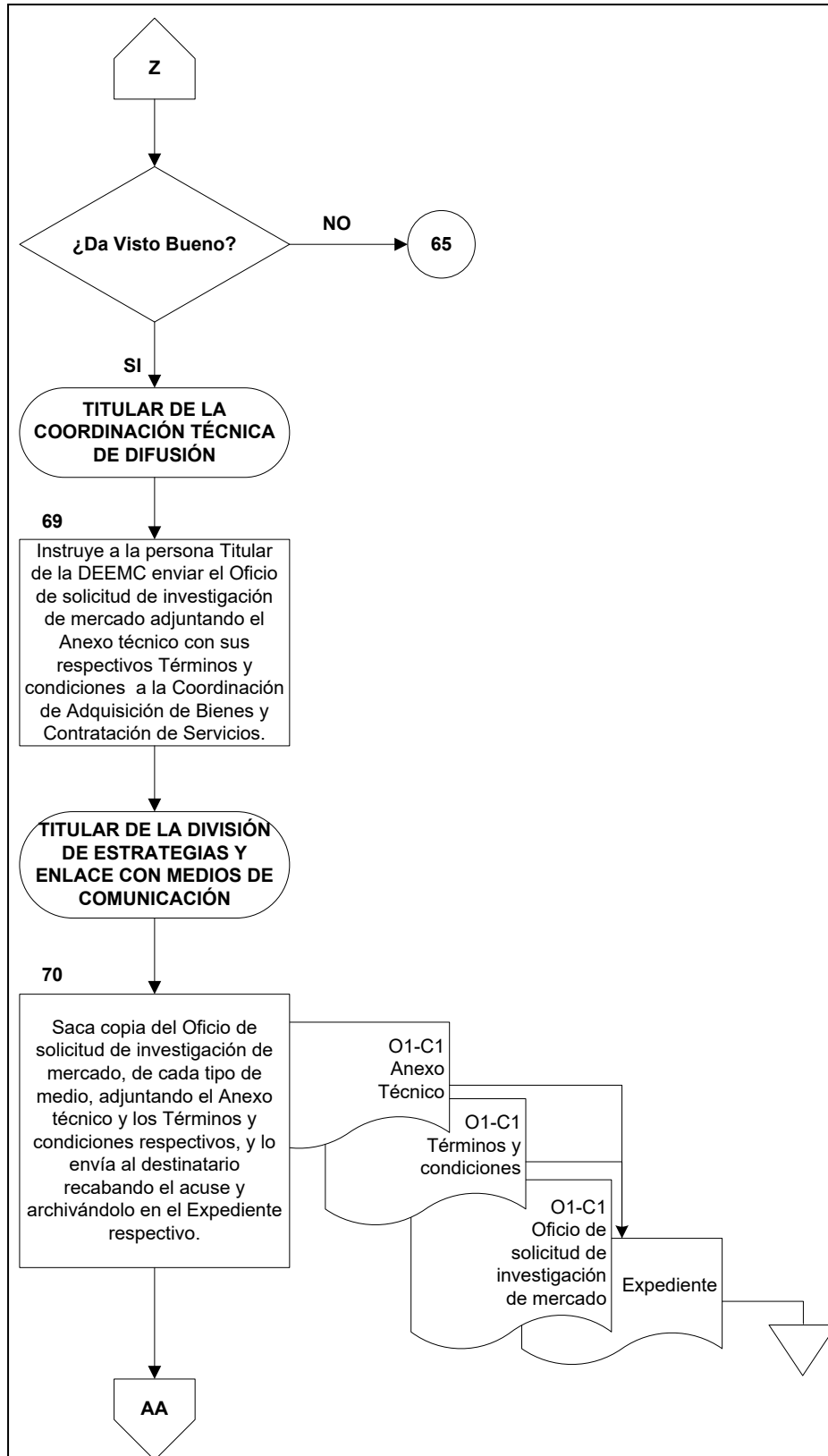


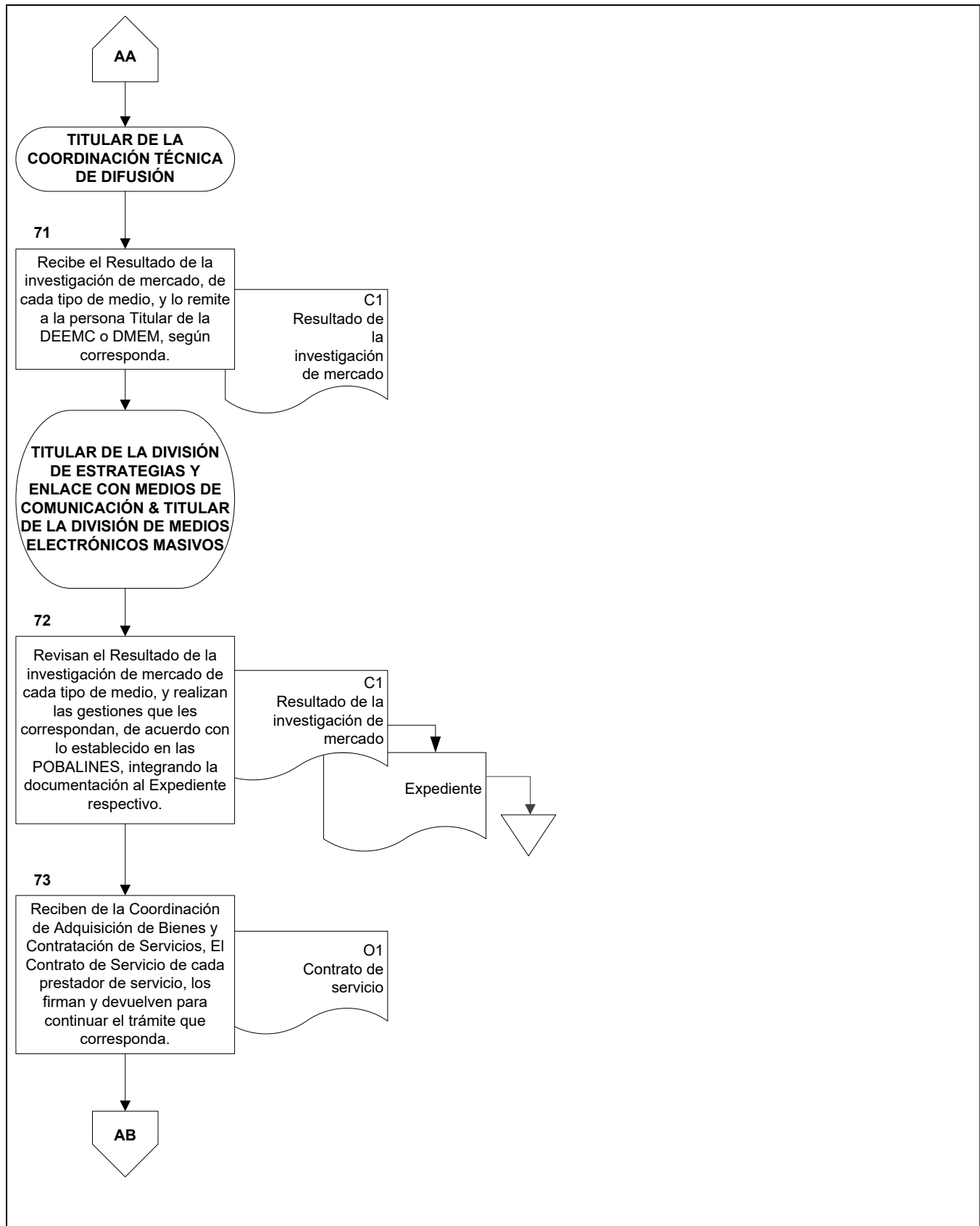


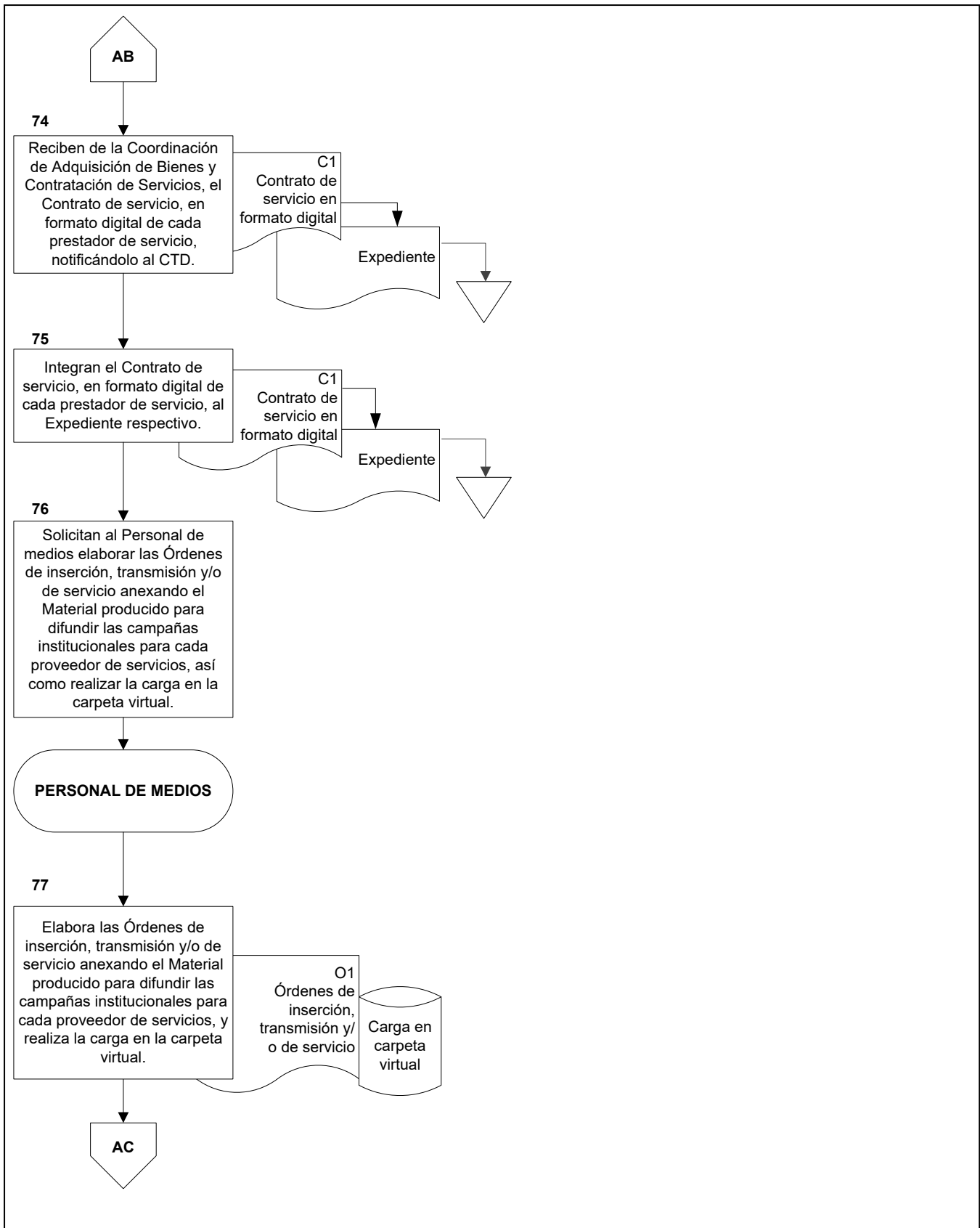














78

Recibe de los proveedores la Carta bajo protesta así como Testigos mediante el Formato de recepción de documentos de parte del proveedor.

O1
Carta bajo protesta

O1
Testigos

O1
Formato de recepción de documentos

79

Verifica que los Testigos cumplan con lo solicitado en las Órdenes de inserción, transmisión y/o de servicio, según corresponda.

O1
Testigos

O1
Órdenes de inserción, transmisión y/o de servicio

80

Entrega a la persona Titular de la DEEMC o DMEM, la Carta de revisión de testigos firmada.

O1
Carta de revisión de testigos

¿El prestador cumple con el servicio contratado o la entrega de testigos?

NO

TITULAR DE LA DIVISIÓN DE ESTRATEGIAS Y ENLACE CON MEDIOS DE COMUNICACIÓN & TITULAR DE LA DIVISIÓN DE MEDIOS ELECTRÓNICOS MASIVOS

SI

TITULAR DE LA DIVISIÓN DE ESTRATEGIAS Y ENLACE CON MEDIOS DE COMUNICACIÓN & TITULAR DE LA DIVISIÓN DE MEDIOS ELECTRÓNICOS MASIVOS

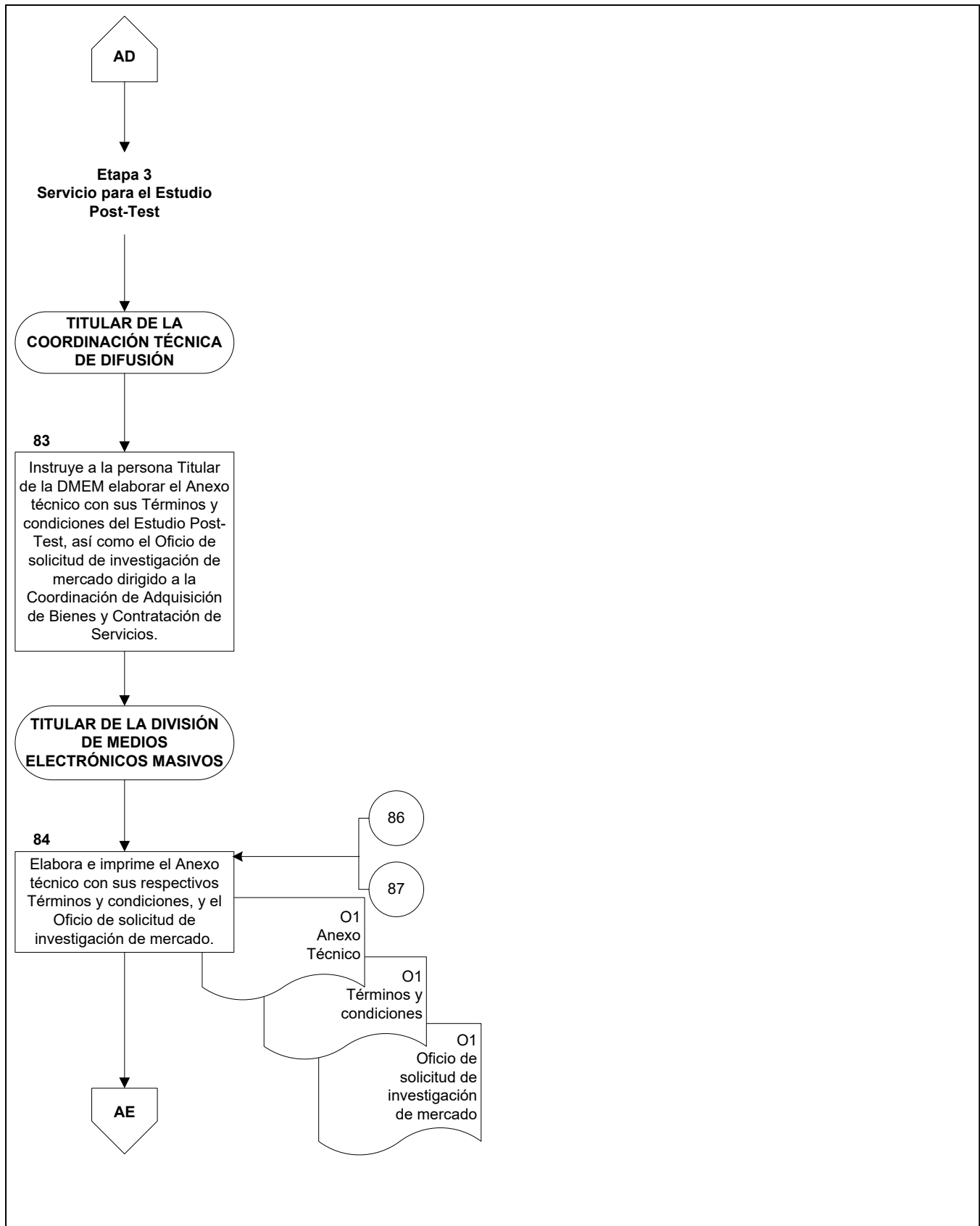
82

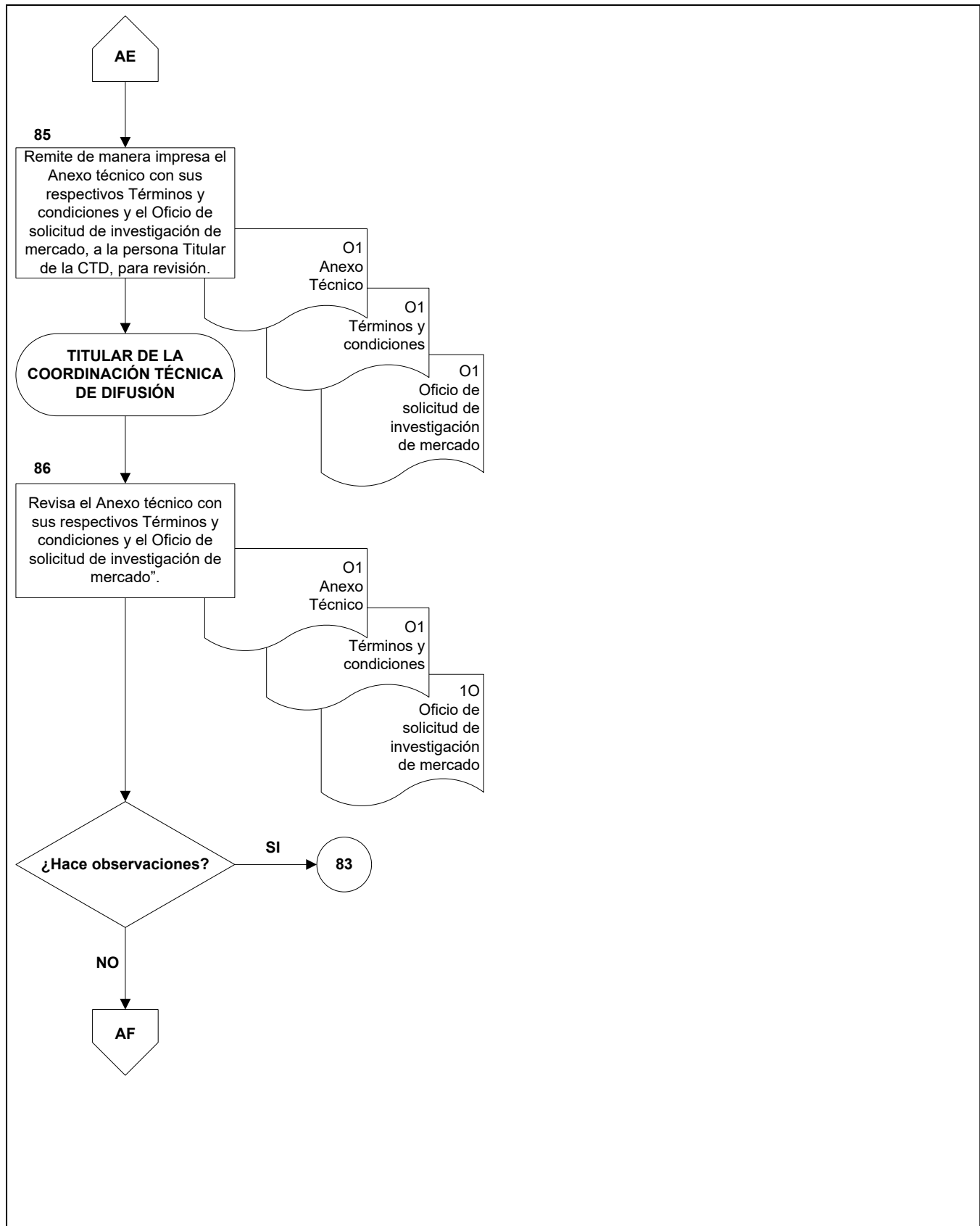
Dan cumplimiento a la normatividad aplicable, de acuerdo con lo establecido en el contrato celebrado con cada prestador de servicio, relativo al pago de servicios, y en general a la administración del contrato hasta su conclusión, en el ámbito de su competencia.

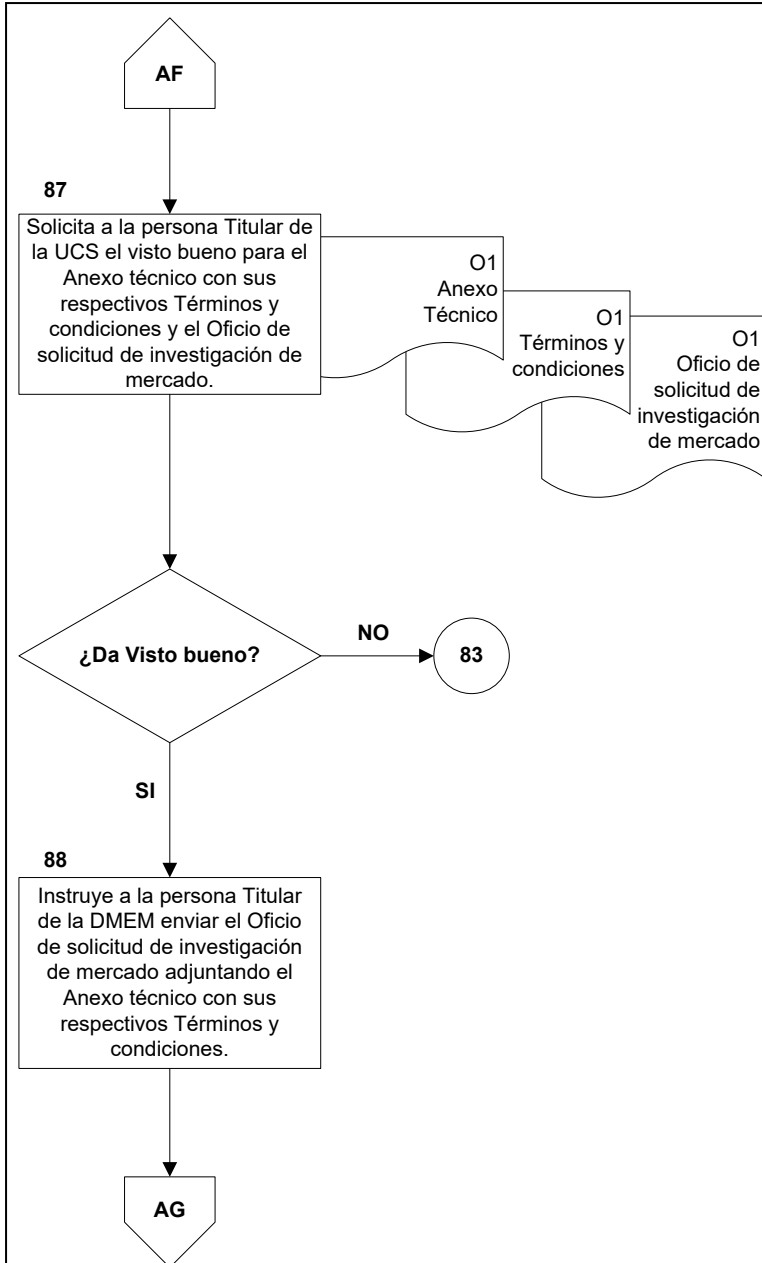
AD

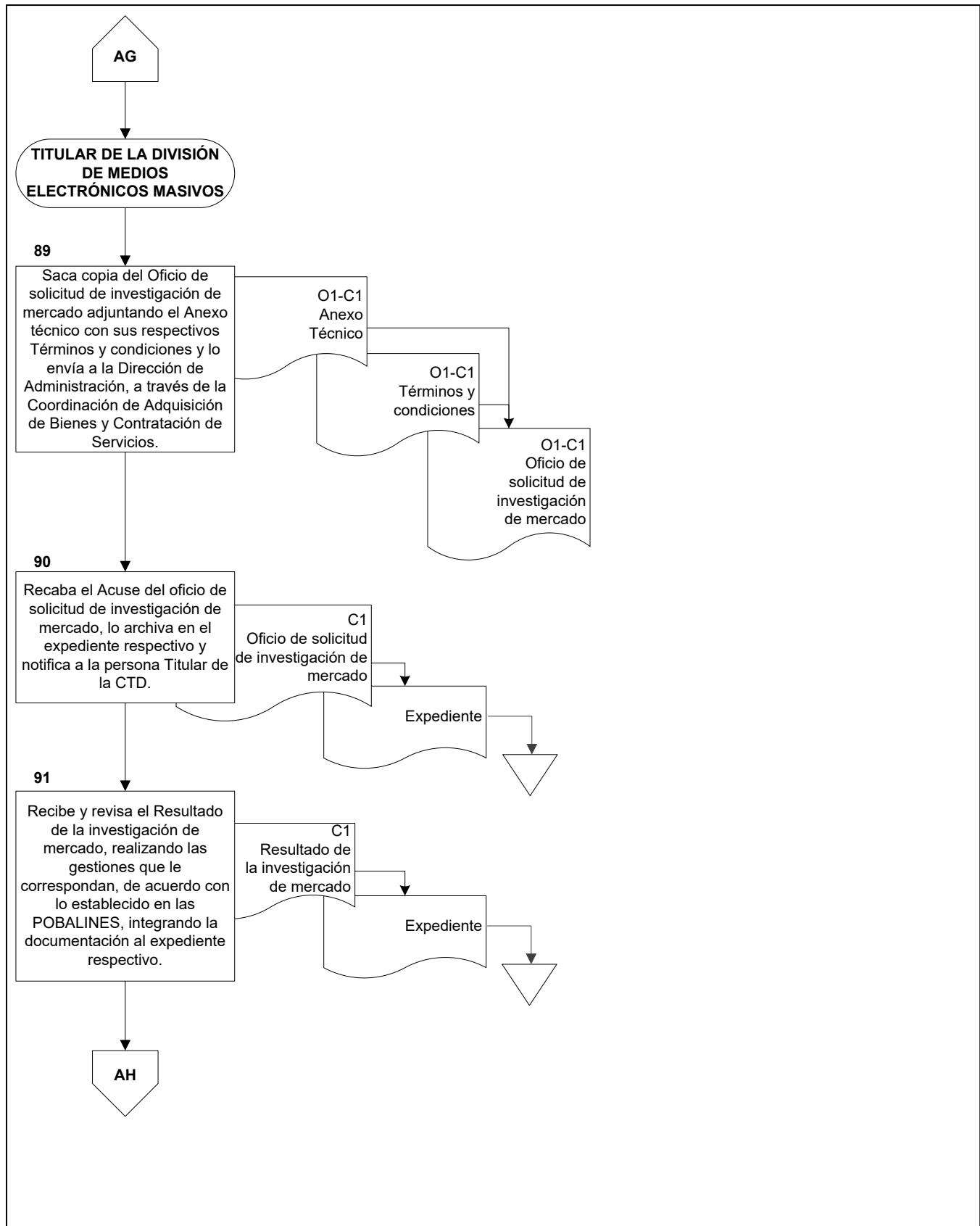
81

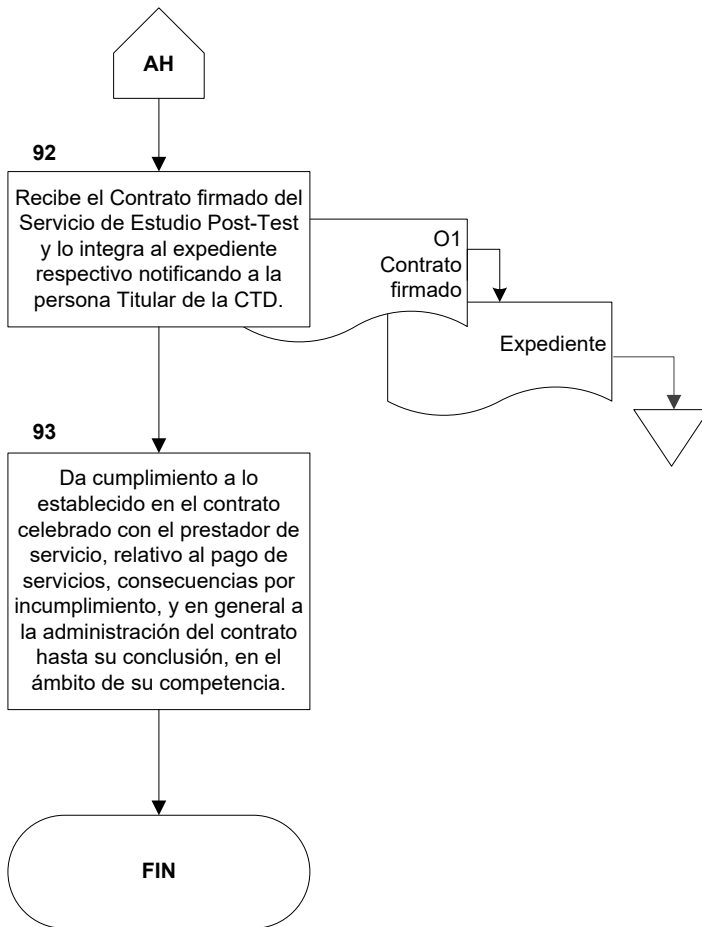
Dan cumplimiento a la normatividad aplicable, de acuerdo con lo establecido en el contrato celebrado con cada prestador de servicio, relativo al pago de servicios y consecuencias por incumplimiento, en el ámbito de su competencia.













ANEXO 1

**Acuerdo del H. Consejo Técnico del IMSS
con número ACDO.AS2.HCT310822/226.P.DA**



GOBIERNO DE
MÉXICO



Of N°09/9001/030000/ 1635



Secretaría del
H. Consejo Técnico

Ciudad de México, 31 de agosto de 2022.

H. Consejo Técnico

Mtro. Borsalino González Andrade
Director de Administración.

El H. Consejo Técnico, en la sesión ordinaria celebrada el día 31 de agosto del presente año, dictó el Acuerdo ACDO.AS2.HCT.310822/226.P.DA, en los siguientes términos:

"Este Consejo Técnico, con fundamento en lo dispuesto por los artículos 251, fracciones IV, VII y XXXVII, 263, 264, fracciones IV y XVII, 270 y 286 I, de la Ley del Seguro Social; 5, 57 y 58, fracción VIII, de la Ley Federal de las Entidades Paraestatales; 31, fracciones I y XX y 84 del Reglamento Interior del Instituto Mexicano del Seguro Social; numerales 7.2.1.3 y 7.2.1.5 de la Norma para Elaborar, Autorizar y Registrar las Estructuras Orgánicas, Ocupacionales y Salariales de Puestos de Mando y de Nómina Ordinaria del Instituto Mexicano del Seguro Social y en términos del oficio número 765, de fecha 18 de agosto de 2022, signado por la persona Titular de la Dirección de Administración, así como de la resolución tomada por el Comité de Administración del propio Órgano de Gobierno, en reunión celebrada el día 25 del mes y año citados, **Acuerda: Primero.-** Aprobar las modificaciones a la estructura orgánica de la Dirección de Operación y Evaluación, conforme a los movimientos organizacionales descritos en el Anexo Único que se acompaña al presente Acuerdo. **Segundo.-** Autorizar a la Dirección de Administración, para modificar la estructura orgánica de la Dirección Normativa antes citada, conforme a los movimientos aprobados en el punto que antecede. **Tercero.-** Tomar nota que las adecuaciones organizacionales que se establecen en el Anexo Único del presente Acuerdo, no implicarán un incremento en el número total de plazas, ni en el presupuesto autorizado en el Capítulo de Servicios Personales del Instituto Mexicano del Seguro Social para el presente ejercicio fiscal y los subsecuentes, toda vez que se realizarán a través de movimientos compensados. **Cuarto.-** Instruir a la Dirección Jurídica para que, conforme a lo previsto en el artículo 75, fracción IV, del Reglamento Interior del Instituto Mexicano del Seguro Social, coordine la formulación y presentación a este Consejo Técnico, del anteproyecto de Decreto por el que se reforma el citado Reglamento, a fin de someterlo a consideración de la Consejería Jurídica del Ejecutivo Federal, para su publicación en el Diario Oficial de la Federación. **Quinto.-** Instruir a la Dirección de Operación y Evaluación para actualizar su manual de organización y descripciones de puestos, en los plazos establecidos

...vta.

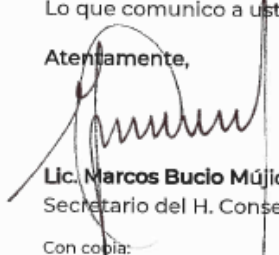




en la normatividad aplicable y en apego con las modificaciones organizacionales aprobadas en el presente Acuerdo. **Sexto.-** Los movimientos enuncados en el presente Acuerdo, entrarán en vigor a partir del 01 de septiembre de 2022".

Lo que comunico a usted para su conocimiento.

Atentamente,


Lic. Marcos Bucio Mújica
Secretario del H. Consejo Técnico.

Con copia:

- Mtro. Zoé Robledo Aburto, Director General y Presidente del H. Consejo Técnico.
- Integrantes del H. Consejo Técnico. *La copia podrá ser descargada en el Sistema Integral de Control de Acuerdos (SICA).*
- Lic. Javier Guerrero García, Director de Operación y Evaluación.
- Mtra. María Fernanda Heraldez Ríos, Coordinadora de Órganos de Gobierno.
- Lic. Gustavo A. Zavala Guerrero, Coordinador Técnico de Órganos Superiores. *La copia será enviada por el Sistema Institucional de Control de Gestión de Correspondencia (SICGC).*


GAC/MOP/MACCI



ANEXO 2
ORDEN DE INSERCIÓN
IMPRESOS



1

INSTITUTO MEXICANO DEL SEGURO SOCIAL

SEGURIDAD Y SOLIDARIDAD SOCIAL

2

RAZÓN SOCIAL: SIERRA NEVADA COMUNICACIONES, S.A. DE C.V.

3

CAMPAÑA: PREVENIMSS

4

VERSION: 05

5

Varías

6

Orden No.: PR 005

7

FECHA: 28-jun-23

ORDEN DE INSERCIÓN

Prensa

2023

VIGENCIA: Del 15 de abril al 30 de noviembre de 2023

PERIODO: 28 de junio al 31 de julio

No.	Período	Circulación (5)	Edo.	Plaza (4)	Sección	Tamaño	Tipo	Material	Mes	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	Costo	Cant	Importe	
1	LA JORNADA DE ORIENTE	2,836	PUE	PUEBLA	INDETERMINADA	PLANA	Color	D1	junio																						\$ 28,000.00	1	\$ 28,000.00
2	LA JORNADA DE ORIENTE	2,836	PUE	PUEBLA	INDETERMINADA	PLANA	Color	D4	junio																						\$ 28,000.00	1	\$ 28,000.00
3	LA JORNADA DE ORIENTE	2,836	PUE	PUEBLA	INDETERMINADA	PLANA	Color	D1	julio																						\$ 28,000.00	7	\$ 196,000.00
4	LA JORNADA DE ORIENTE	2,836	PUE	PUEBLA	INDETERMINADA	PLANA	Color	D4	julio																						\$ 28,000.00	9	\$ 252,000.00

(1) Concepto (2) Descripción del Mensaje (3) Destinatario = Prestador del Servicio (4) Cobertura (5) Circulación Certificada: Verificada en el Padrón Nacional de Medios

Observaciones:
*Es responsabilidad del proveedor 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 de las campañas de comunicación social durante el tiempo que comprendan las campañas electorales federales y locales y hasta la resolución de la respectiva jornada electoral.

PRESENTAR UNA SOLA FACTURA POR EL IMPORTE TOTAL DE LA ORDEN DE SERVICIO, ANEXANDO LOS TESTIGOS CONFORME A CONTRATO.

AUTORIZA:

ELABORÓ

RECIBIDO, 28-jun-23

C.P. INGRID TARDAN RAMOS

MITRA, AMÉRICA TANIA PÉREZ SAUCEDO

Mayre Sanchez González

DIV. DE ESTRATEGIAS Y ENLACE CON MEDIOS DE COMUNICACIÓN

SIERRA NEVADA COMUNICACIONES, S.A. DE C.V.

*De ser necesario, la Coordinación Técnica de Difusión podrá realizar ajustes al formato.

Página 67 de 86

Clave: GB00-003-002



ANEXO 2

ORDEN DE INSERCIÓN IMPRESOS

INSTRUCTIVO DE LLENADO

No.	DATO
1	Razón Social del prestador de servicios
2	Nombre de la campaña autorizada por SEGOB
3	Nombre de la versión autorizada por SEGOB
4	Vigencia de la campaña autorizada por SEGOB
5	Periodo de difusión (inicio a fin)
6	No. de orden girada
7	Fecha de elaboración de la orden
8	Nombre del periódico o revista en donde se publicará
9	Promedio de circulación verificado en el Padrón Nacional de Medios Impresos
10	Estado en el que se requiere la publicación
11	Plaza en la que se publicará
12	Sección del periódico o revista donde se va a publicar
13	Tamaño de la publicación (Plana, 1/2 plana, 1/4 plana, 1/8 plana, cintillo, etc.)
14	Tipo de la publicación ya sea blanco y negro o color
15	Material a publicar
16	Mes de difusión
17	Pauta (Días de difusión y cantidad de publicaciones a difundir)
18	Tarifa unitaria sin IVA
19	Cantidad contratada (número de publicaciones)
20	Producto de la tarifa sin IVA por el número de cantidad contratada
21	Subtotal, IVA y total
22	Nombre y firma del Titular de la DEEMC
23	Nombre y firma del responsable del medio
24	Nombre, firma del ejecutivo y Razón Social de la empresa que presta el servicio



ANEXO 3
ORDEN DE TRANSMISIÓN
RADIO



***De ser necesario, la Coordinación Técnica de Difusión podrá realizar ajustes al formato.**



ANEXO 3

ORDEN DE TRANSMISIÓN RADIO INSTRUCTIVO DE LLENADO

No.	DATO
1	Razón Social del prestador de servicios
2	Nombre de la campaña autorizada por SEGOB
3	Nombre de la versión autorizada por SEGOB
4	Vigencia de la campaña autorizada por SEGOB
5	Periodo de difusión (inicio a fin)
6	Duración de spot
7	No. de orden girada
8	Fecha de elaboración de la orden
9	Estado en el que se requiere la transmisión
10	Plaza en la que se transmitirá
11	Siglas de la estación que transmitirá (registros IFT)
12	Banda (AM/FM) (registros IFT)
13	Frecuencia (registros IFT)
14	Programa dentro del que se hará la transmisión
15	Franja horaria de transmisión
16	Mes de difusión
17	Pauta (Días de difusión y cantidad de spots a difundir)
18	Costo unitario sin IVA
19	Numero de spots pautados
20	Importe sin IVA por el número de spots pautados
21	Subtotal, IVA y total
22	Nombre y firma del Titular de la DEEMC
23	Nombre y firma del responsable del medio
24	Nombre, firma del ejecutivo y Razón Social de la empresa que presta el servicio



ANEXO 4

ORDEN DE SERVICIO
MEDIOS DIGITALES



INSTITUTO MEXICANO DEL SEGURO SOCIAL
SEGURIDAD Y SOLIDARIDAD SOCIAL

ORDEN DE SERVICIO
DIGITAL
2023

5 ORDEN No.: **DG 001**

RAZÓN SOCIAL: (a) **MM ON LINE, S.A. DE C.V.** **1**

CAMPAÑA: (b) **PREVENIMSS** **2**

VERSIÓN: (c) **Verías** **3**

PERÍODO: **3 al 31 julio** **4**

6 FECHA: **30-Jun-23**

	Medio	Edo.	Paza m	Unidad	Ubicación	Producto	Ba.	Alt.	Costo	Mes	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19		
1	www.elnorte.com	CDMX	NACIONAL	BANNER	HOME	BILLBOARD	970	200	CPM	julio	1																				
2	www.elnorte.com	CDMX	NACIONAL	BANNER	HOME	BILLBOARD	970	200	CPM	julio	1																				
3	www.elnorte.com	CDMX	NACIONAL	BANNER	HOME	BILLBOARD	970	200	CPM	julio	1																				
4	www.elnorte.com	CDMX	NACIONAL	BANNER	ROS	LEADER BOARD	728	90	CPM	julio	1																				
5	www.elnorte.com	CDMX	NACIONAL	BANNER	HOME	BILLBOARD	970	200	CPM	julio	1																				
6	www.elnorte.com	CDMX	NACIONAL	BANNER	HOME	BILLBOARD	970	200	CPM	julio	1																				
7	www.elnorte.com	CDMX	NACIONAL	BANNER	HOME	BILLBOARD	970	200	CPM	julio	1																				
8	www.elnorte.com	CDMX	NACIONAL	BANNER	HOME	BILLBOARD	970	200	CPM	julio	1																				
9	www.elnorte.com	CDMX	NACIONAL	BANNER	HOME	BILLBOARD	970	200	CPM	julio	1																				

7 **8** **9** **10** **11** **12** **13** **14** **15** **16** **17** **18** **19**

20 **21** **22** **23** **24** **25** **26** **27** **28** **29** **30** **31**

30-Jun-23

2 **3** **4** **5** **6** **7** **8** **9** **10** **11** **12** **13** **14** **15** **16** **17** **18** **19**

20 **21** **22** **23** **24** **25** **26** **27** **28** **29** **30** **31**

30-Jun-23

2 **3** **4** **5** **6** **7** **8** **9** **10** **11** **12** **13** **14** **15** **16** **17** **18** **19**

20 **21** **22** **23** **24** **25** **26** **27** **28** **29** **30** **31**

30-Jun-23

2 **3** **4** **5** **6** **7** **8** **9** **10** **11** **12** **13** **14** **15** **16** **17** **18** **19**

20 **21** **22** **23** **24** **25** **26** **27** **28** **29** **30** **31**

30-Jun-23

2 **3** **4** **5** **6** **7** **8** **9** **10** **11** **12** **13** **14** **15** **16** **17**

***De ser necesario, la Coordinación Técnica de Difusión podrá realizar ajustes al formato.**



ANEXO 4

ORDEN DE SERVICIO MEDIOS DIGITALES INSTRUCTIVO DE LLENADO

No.	DATO
1	Razón Social del prestador de servicios
2	Nombre de la campaña autorizada por SEGOB
3	Nombre de la versión autorizada por SEGOB
4	Periodo de difusión (inicio a fin)
5	No. de orden girada
6	Fecha de elaboración de la orden
7	URL del portal
8	Estado y plaza
9	Tipo de servicio solicitado
10	Ubicación del espacio solicitado
11	Descripción del espacio solicitado
12	Medidas específicas
13	Tipo de contratación (por cpm, mes, día o click, etc.)
14	Mes de difusión
15	Pauta (Días de difusión y cantidad de productos a difundir)
16	Tarifa unitaria sin IVA
17	Cantidad contratada (número de días, impresiones y o clicks, etc.)
18	Producto de la tarifa sin IVA por el número de cantidad contratada
19	Subtotal, IVA y total
20	Nombre y firma del Titular de la DMEM
21	Nombre y firma del responsable del medio
22	Nombre, firma del ejecutivo y Razón Social de la empresa que presta el servicio



ANEXO 5

ORDEN DE SERVICIO
MEDIOS COMPLEMENTARIOS



1

2

3

4

5

6

7

8

9

10

11

12

13

14

15

16

17

18

19

20

21

22

ORDEN DE SERVICIO
COMPLEMENTARIOS
2023

ORDEN No.: CP 001

INSTITUTO MEXICANO DEL SEGURO SOCIAL
SEGURIDAD Y SOLIDARIDAD SOCIAL

RAZÓN SOCIAL: (a) ISA CORPORATIVO, S.A. DE C.V.
CAMPANA: (b) PREVENISS
VERSIÓN: (c) Versión

PERIODO: 28 de junio al 5 de agosto

FECHA: 24-Jun-23

Medio	Edo.	Plaza (a)	Unidad	Ubicación	Producto	Ba.	Alt.	Costo	Mes	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19
1	ISA TV	CDMX	CDMX	SPOTS M	LUNES A VIERNES HORARIO PRIME 30' 5.00 a 10.00 (En 70 estaciones)			SPOT	juno																			
2	ISA TV	CDMX	CDMX	SPOTS M	LUNES A VIERNES HORARIO PRIME 30' 5.00 a 10.00 (En 70 estaciones)			SPOT	juno																			
3	ISA METRO	CDMX	CDMX	PANEL M	PREMIUM LINEA 1	3.48	1.52	DIA	juno																			
4	ISA METRO	CDMX	CDMX	PANEL M	PREMIUM LINEA 1	3.48	1.52	DIA	agosto																			
5	ISA METRO	CDMX	CDMX	PANEL M	PREMIUM LINEA 2	3.48	1.52	DIA	juno																			
6	ISA METRO	CDMX	CDMX	PANEL M	PREMIUM LINEA 2	3.48	1.52	DIA	agosto																			
7	ISA METRO	CDMX	CDMX	PANEL M	PREMIUM LINEA 3	3.48	1.52	DIA	juno																			
8	ISA METRO	CDMX	CDMX	PANEL M	PREMIUM LINEA 3	3.48	1.52	DIA	agosto																			
9																												
10																												
11																												
12																												
13																												
14																												
15																												
16																												
17																												
18																												
19																												

NOTA: En la compra por MES en la pauta se indica únicamente el inicio del mes y el número de espacios

Subtotal \$
IVA \$
TOTAL \$

ELABORÓ

AUTORIZA

MARTHA LETICIA LUNA GARCÍA
DIV. DE MEDIOS ELECTRÓNICOS MASIVOS

José Carlos Becerril Gayosso

Paola Rivera Espinoza
ISA CORPORATIVO, S.A. DE C.V.

*De ser necesario, la Coordinación Técnica de Difusión podrá realizar ajustes al formato.

Página 76 de 86

Clave: GB00-003-002



ANEXO 5

ORDEN DE SERVICIO MEDIOS COMPLEMENTARIOS INSTRUCTIVO DE LLENADO

No.	DATO
1	Razón Social del prestador de servicios
2	Nombre de la campaña autorizada por SEGOB
3	Nombre de la versión autorizada por SEGOB
4	Periodo de difusión (inicio a fin)
5	No. de orden girada
6	Fecha de elaboración de la orden
7	Nombre comercial del Prestador de Servicios
8	Estado y plaza
9	Tipo de servicio solicitado
10	Ubicación del espacio solicitado
11	Descripción del espacio solicitado
12	Medidas específicas
13	Tipo de contratación (por mes, catorcena, día, spot, etc.)
14	Mes de difusión
15	Pauta (Días de difusión y cantidad de productos a difundir)
16	Tarifa unitaria sin IVA
17	Cantidad contratada (número de espacios, spots o días)
18	Producto de la tarifa sin IVA por el número de cantidad contratada
19	Subtotal, IVA y total
20	Nombre y firma del Titular de la DMEM
21	Nombre y firma del responsable del medio
22	Nombre, firma del ejecutivo y Razón Social de la empresa que presta el servicio



ANEXO 6
ORDEN DE TRANSMISIÓN
TELEVISIÓN



1

2

3

4

5

6

7

8

9

10

11

12

13

14

15

16

17

18

19

20

21

22

23

INSTITUTO MEXICANO DEL SEGURO SOCIAL

SEGURIDAD Y SOLIDARIDAD SOCIAL

RAZÓN SOCIAL: (3) TELEVISIÓN S. DE R.L. DE C.V.

CAMPAÑA: (1) PREVENIMSS

VERSION: (2) VARIAS

ORDEN DE TRANSMISIÓN

TELEVISIÓN

2023

ORDEN No.:

TV 001

Edo

Plaza (4)

Canal

Programa

Horario

Mes

Costo

Importe

1

NACIONAL

NACIONAL

XEW-TDT

06:00 - 11:59

junio

\$ 256,493.00

\$ 256,493.00

2

NACIONAL

NACIONAL

XEW-TDT

19:30-23:59

junio

\$ 982,697.00

\$ 982,697.00

3

NACIONAL

NACIONAL

XHGC-TDT

19:00 - 23:59

junio

\$ 415,249.00

\$ 415,249.00

Observaciones:

Es responsabilidad del proveedor 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 de las campañas de comunicación social durante el tiempo que comprendan las campañas electorales federales y locales y hasta la conclusión de la respectiva jornada electoral.

PRESENTAR UNA SOLA FACTURA POR EL IMPORTE TOTAL DE LA ORDEN DE SERVICIO, ANEXANDO LOS TESTIGOS CONFORME A CONTRATO.

AUTORIZA:

ELABORÓ

RECIBIDO

C.P. INGRID TARDAN RAMOS

LIC. LUZ MARÍA DE LA VEGA QUINTERO

Dania Paola Olivares Lombo

DIV. DE ESTRATEGIAS Y ENLACE CON MEDIOS DE COMUNICACIÓN

TELEVISIÓN S. DE R.L. DE C.V.

*De ser necesario, la Coordinación Técnica de Difusión podrá realizar ajustes al formato.

Página 79 de 86

Clave: GB00-003-002



ANEXO 6

ORDEN DE TRANSMISIÓN TELEVISIÓN INSTRUCTIVO DE LLENADO

No.	DATO
1	Razón Social del prestador de servicios
2	Nombre de la campaña autorizada por SEGOB
3	Nombre de la versión autorizada por SEGOB
4	Duración de spot
5	Periodo de difusión (inicio a fin)
6	No. de orden girada
7	Fecha de elaboración de la orden
8	Estado en el que se requiere la transmisión
9	Plaza en la que se transmitirá
10	Siglas de la estación que transmitirá (registros IFT)
11	Plataforma local, nacional o tv restringida
12	Canal de transmisión (registros IFT)
13	Programa dentro del que se hará la transmisión
14	Franja horaria de transmisión
15	Mes de difusión
16	Pauta (Días de difusión y cantidad de spots a difundir)
17	Tarifa unitaria sin IVA
18	Cantidad contratada (número de spots)
19	Producto de la tarifa sin IVA por el número de cantidad contratada
20	Subtotal, IVA y total
21	Nombre y firma del Titular de la DEEMC
22	Nombre y firma del responsable del medio
23	Nombre, firma del ejecutivo y Razón Social de la empresa que presta el servicio



ANEXO 7
OFICIO DE LIBERACIÓN DE TESTIGOS



GOBIERNO DE
MÉXICO



DIRECCIÓN DE OPERACIÓN Y EVALUACIÓN
Unidad de Comunicación Social
Coordinación Técnica de Difusión
División de Medios Electrónicos Masivos

1

2

Of N° 09 9001 GB0020/GBB4/2023/049

3

Ciudad de México, a **21 agosto** de 2023.

4

Lic. José Roberto Garza Méndez
Titular de la Coordinación Administrativa
de la Dirección de Operación y Evaluación
Presente.

5

Por este medio, informo que la empresa **ISA CORPORATIVO, S.A. DE C.V.** ha cumplido en tiempo y forma con los servicios correspondientes al contrato número **019N16423-133**, a través de la orden número **CP 001**, de la Campaña **"PREVENIMSS"**, durante el periodo del 28 de junio al 5 de agosto de 2023.

9

Asimismo, informó que los testigos quedarán bajo resguardo de la División de Medios Electrónicos Masivos.

El presente es con el fin de continuar con los trámites correspondientes para el pago.

Sin más por el momento, le envío un cordial saludo.

Atentamente,

10

Martha Leticia Luna García
Titular de la División de Medios Electrónicos Masivos

11

C.c.p. **ISA CORPORATIVO, S.A. DE C.V.**





ANEXO 7

OFICIO DE LIBERACIÓN DE TESTIGOS

INSTRUCTIVO DE LLENADO

No.	DATO
1	Áreas normativas (según sea el caso por el tipo de medio)
2	Nomenclatura de oficio del área responsable
3	Fecha de emisión del oficio
4	Nombre y cargo del Titular de la Coordinación Administrativa de la DOE
5	Razón Social del prestador de servicios
6	No. de Contrato asignado
7	No. de orden girada
8	Nombre de la campaña autorizada por SEGOB
9	Periodo de difusión (inicio a fin)
10	Nombre y firma del Titular del área responsable
11	Indicación de copia para la empresa prestadora de servicios



ANEXO 8

CARTA DE REVISIÓN DE TESTIGOS



GOBIERNO DE
MÉXICO



DIRECCIÓN DE OPERACIÓN Y EVALUACIÓN
Unidad de Comunicación Social
Coordinación Técnica de Difusión
División de Medios Electrónicos Masivos

1

2

Ciudad de México, a **14 agosto** de 2023.

3

REVISIÓN DE TESTIGOS

Complementarios

4

Martha Leticia Luna García

Titular de la División de Medios Electrónicos Masivos
Presente.

5

Por este conducto le informo que se realizó la revisión de testigos de los servicios contratados a **ISA CORPORATIVO, S.A. DE C.V.** mediante la orden de servicio

6

número **CP 001** del contrato **019N16423-133** correspondiente a la campaña **"PREVENIMSS"** durante el período del **28 de junio al 5 de agosto** del 2023.

8

El resultado de la revisión es el siguiente:

10

- La documentación comprobatoria se apega a lo establecido en el Anexo Técnico. SI () NO ()
- Los testigos están de acuerdo con lo solicitado en la orden de servicio. SI () NO ()

Observaciones:

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

Revisó

11

CARLOS BECERRIL GAYOSSO

Gobernador Tiburcio Montiel No. 15, 5o. Piso, Col. San Miguel Chapultepec, Alcaldía Miguel Hidalgo, C.P. 11850, CDMX
www.imss.gob.mx



*De ser necesario, la Coordinación Técnica de Difusión podrá realizar ajustes al formato.



ANEXO 8

CARTA DE REVISIÓN DE TESTIGOS

INSTRUCTIVO DE LLENADO

No.	DATO
1	Áreas normativas y División responsable (según sea el caso por el tipo de medio)
2	Fecha de revisión de testigos
3	Tipo de medio (Impresos, Radio, Medios digitales, Complementarios o TV)
4	Nombre y cargo del Titular de la División responsable
5	Razón Social del prestador de servicios
6	No. de orden girada
7	No. de Contrato asignado
8	Nombre de la campaña autorizada por SEGOB
9	Periodo de difusión (inicio a fin)
10	Resultados y observaciones de la revisión
11	Nombre y firma del personal de medios responsable