



INSTITUTO MEXICANO DEL SEGURO SOCIAL
SEGURIDAD Y SOLIDARIDAD SOCIAL

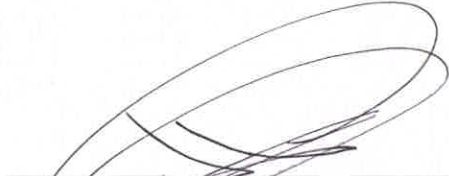
DIRECCIÓN DE OPERACIÓN Y EVALUACIÓN

NOMBRE Y CLAVE

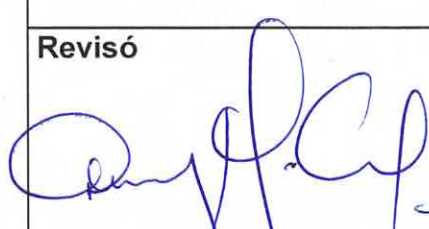
Procedimiento para la atención de solicitudes de campañas internas, materiales institucionales y campañas y contenidos digitales
GB00-A03-001

AUTORIZACIÓN

Aprobó


Lic. Javier Guerrero García
Director de Operación y Evaluación

Revisó


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


Lic. Francisco José Rullán
Gutiérrez
Titular de la Coordinación de
Comunicación Interna


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

Elaboró


Lic. Dante Ivan Orduña Alba
Enc. División de Análisis y
Medios Alternativos


Lic. Guelmi Montserrat
Cortez García
Titular de la División de
Comunicación Interna


C. Germán Romero Pérez
Titular de la División de Diseño
y Producción Editorial

**COORDINACIÓN DE MODERNIZACIÓN
Y COMPETITIVIDAD**
Oficio de designación: 09 9001 GB0000/GB00/2025/030 de fecha
24/Feb/2025

MOVIMIENTO VALIDADO Y REGISTRADO

NUEVA ELABORACION 09 MAY 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	10
6 Descripción de actividades	14
6.1 Capítulo 1: Atención de solicitudes de campañas internas	14
6.2 Capítulo 2: Atención de solicitudes de materiales institucionales	19
6.3 Capítulo 3: Atención de solicitudes de campañas y contenidos digitales	27
7 Diagrama de flujo	32
Anexos	
Anexo 1 Acuerdo del H. Consejo Técnico del IMSS con número ACDO.AS2.HCT310822/226.P.DA	67
Anexo 2 Formato básico de comunicación interna Clave GB00-A03-001	70
Anexo 3 Formato único de comunicación Clave GB00-A03-001	73



1 Base normativa

- Artículo 67 del Reglamento Interior del Instituto Mexicano del Seguro Social, publicado en el Diario Oficial de la Federación el 18 de septiembre de 2006, sus reformas y adiciones.
- Numeral 7.1.2.1, párrafos 4, 5, 8, 9 y 7.1.2.1.1 párrafos 2, 3, 6, 8 y 9; numeral 7.1.2.3 párrafos 6, 7, 10, y 12; numeral 7.1.2.3.2 párrafos 4, 5, 6, 7, 8, 9, 10, 11 y 12; y numeral 7.1.2.4, párrafo 4, 5, 6 del Manual de Organización de la Dirección de Operación y Evaluación, folio 265, con fecha de validación y registro 6 de diciembre de 2022.
- 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.
- Acuerdo del H. Consejo Técnico del IMSS con número ACDO.AS2.HCT310822/226.P.DA (Anexo 1)

2 Objetivo

Atender las solicitudes de campañas internas, materiales institucionales, y de contenidos y campañas digitales, mediante la ejecución de procesos que propicien la creación de contenido y material gráfico y audiovisual de impacto que permita informar al público objetivo sobre los servicios que proporciona el IMSS y las acciones emprendidas por el Instituto.

3 Ámbito de aplicación

El presente procedimiento es de observancia obligatoria para la Coordinación de Comunicación Interna, Coordinación Técnica de Difusión, y la División de Análisis y Medios Alternativos pertenecientes a la Unidad de Comunicación Social.



4 Definiciones

Para efectos del presente procedimiento se entenderá por:

4.1 alta calidad: Características otorgadas a los materiales institucionales digitales, tales como claridad y nitidez, entre otros.

4.2 alta calidad de impresión: Características otorgadas a los materiales institucionales digitales que serán impresos, a fin de asegurar la mejor resolución de los mismos de acuerdo con el material y tamaño de impresión, tales como puntos por pulgada, selección de códigos Pantone, y selección de color, entre otras.

4.3 aprobación: Manifestación realizada por el área usuaria indicando que el proyecto de campaña propuesto por la Unidad de Comunicación Social es aceptado.

4.4 áreas usuarias: Secretaría General, Dirección General, Órganos Normativos, Órganos de Operación Administrativa Desconcentrada, Órganos Operativos del IMSS, Unidad de Integridad y Transparencia y dependencias gubernamentales Federales o Estatales, o en su caso, asociaciones civiles.

4.5 back: Soporte gráfico que ambienta e informa un acto público (*background*).

4.6 banner: Soporte gráfico que comunica un acto público de dimensiones extendidas horizontales o verticales.

4.7 calendarizar: Programar la difusión de la campaña interna en los medios digitales de comunicación respectivos.

4.8 calidad editorial: Características técnicas de nitidez, iluminación, peso, medida y resolución de una fotografía para poder ser usada en impresiones en gran formato o tamaño.

4.9 campaña digital: Conjunto de productos informativos de comunicación creados en función de la solicitud de campaña, para promocionar un producto o servicio del Instituto, en una temporalidad de difusión determinada, a través de medios digitales de comunicación.

4.10 cartel: Soporte gráfico que tiene como propósito la difusión de contenido informativo acompañado de imágenes para su fácil entendimiento.

4.11 composición gráfica: Conjunto de elementos visuales de composición, cromática y tipografía, cuya finalidad es ordenar una idea dentro de un espacio determinado.

4.12 cromática: Variación de color representado por matiz, tono y saturación.



4.13 contenido digital: Producto de comunicación informativo creado para su publicación a través de medios digitales de comunicación, tales como gráficos, infografías y videos informativos.

4.14 díptico: Folleto informativo dividido a la mitad que se caracteriza por tener un solo pliegue.

4.15 equipo de trabajo: Titular de la Jefatura de Redacción, Titular de la Jefatura de Diseño, Titular de la Jefatura de Medios Digitales, y Titular de la Jefatura de Logística y Distribución.

4.16 estrategia: Acciones generadas con base en la solicitud de campaña realizada por el área usuaria, para definir el objetivo principal de la campaña, audiencia objetivo, materiales a desarrollar, medios digitales de difusión a utilizar, entre otros.

4.17 expresividad: Capacidad para impactar con fuerza y comunicar de forma creativa, clara y eficaz un mensaje, actuando sobre los sentidos a través de recursos de expresión gráfica, como imágenes, fotografías, ilustraciones, gráficos u otros.

4.18 FBCI: Formato básico de comunicación interna (Anexo 2), a través del cual, el enlace o el área solicitante describa todos los elementos que se necesitan conocer para desarrollar una estrategia de campaña interna.

4.19 folleto: Documento impreso o digital que tiene como objetivo la difusión de información específica.

4.20 FUCOM: Formato único de comunicación (Anexo 3), a través del cual, el enlace o el área solicitante describa todos los elementos que se necesitan conocer para desarrollar un proyecto informativo, ya sea editorial, de difusión o de imagen.

4.21 funcionalidad: Capacidad del texto para transmitir un mensaje de forma breve y concisa, empleando un lenguaje sencillo diseñado para el rápido entendimiento de la persona lectora, con un propósito evidente, explícito y útil, adecuado al público objetivo.

4.22 gestiones de contratación: Conjunto de procedimientos a seguir para realizar adquisiciones o contratar servicios, mismos que deben realizarse de conformidad con la Ley de Adquisiciones, Arrendamientos y Servicios del Sector Público, POBALINES y demás normatividad aplicable.

4.23 gramática: Parte de la lingüística que estudia los elementos de una lengua, así como la forma en que estos se organizan y se combinan.

4.24 IMSS: Instituto Mexicano del Seguro Social.



4.25 INDAUTOR: Instituto Nacional del Derecho de Autor.

4.26 información técnica: Información generada por las áreas normativas del IMSS.

4.27 informe: Libro integrado por una o más Direcciones Normativas, tales como: Informe al Ejecutivo Federal y al Congreso de la Unión sobre la Situación Financiera y los Riesgos del Instituto Mexicano del Seguro Social, Informe de Labores y Programa de Actividades (ILPA), o Informe de Servicios Personales.

4.28 instituto: Instituto Mexicano del Seguro Social.

4.29 insumos: Conjunto de elementos que toman parte en la producción de otros bienes.

4.30 ISBN: International Standard Book Number, o Código Internacional normalizado para libros, traducido al español. En esencia es un identificador único para libros, integrado por una cadena numérica que sirve para identificar los datos básicos, tales como título, editorial, tirada, extensión, materia, país, traductor, lengua original, etcétera.

4.31 legibilidad: Capacidad de un texto para ser leído y comprendido fácilmente por la persona lectora.

4.32 libro: Obra impresa o digital compuesta de varias páginas y capítulos con contenidos extensos que pueden formar varios volúmenes.

4.33 lona: Material impreso en vinil de gran formato que tiene la función de comunicar.

4.34 materiales de comunicación: Cualquier material basado exclusiva o principalmente en palabras. Incluye los avisos, los carteles y los banners.

4.35 materiales institucionales: Materiales utilizados para difundir información institucional, tales como libro, revista, guía, tríptico, díptico, políptico, folleto, invitación, convocatoria, presentación, informe, back, lona, banner, cartel, entre otros, requeridos por las áreas usuarias de forma física o digital.

4.36 medio digital de comunicación: LinkedIn, Telegram, intranet, tarjetón de pago, podcast y la Revista "Familia IMSS", etcétera.

4.37 Órganos Normativos: Dirección de Administración, Dirección de Finanzas, Dirección de Incorporación y Recaudación, Dirección de Innovación y Desarrollo Tecnológico, Dirección Jurídica, Dirección de Prestaciones Económicas y Sociales, Dirección de Prestaciones Médicas, Dirección de Operación y Evaluación, Dirección de Planeación para la Transformación Institucional, así como las unidades y coordinaciones que de ellas dependan, de conformidad con lo señalado en el artículo 2, fracción V del Reglamento Interior del Instituto Mexicano del Seguro Social.



4.38 Órganos de Operación Administrativa Desconcentrada (OOAD): Delegaciones estatales y regionales y Unidades Médicas de Alta Especialidad, de conformidad con lo señalado en el artículo 2, fracción IV del Reglamento Interior del Instituto Mexicano del Seguro Social.

4.39 Órganos Operativos: Unidades de Servicios Médicos y no Médicos; Subdelegaciones; Oficinas para Cobro del Instituto Mexicano del Seguro Social, y otras unidades administrativas, de conformidad con lo señalado en el artículo 2, fracción VI del Reglamento Interior del Instituto Mexicano del Seguro Social.

4.40 ortografía: Conjunto de normas que regulan la escritura de una lengua.

4.41 perfiles institucionales en redes sociales: Perfiles del Instituto en redes sociales comerciales: X (antes Twitter), Facebook, Instagram, YouTube, TikTok, entre otros.

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

4.43 propuesta gráfica: Diseño que puede incluir texto, material gráfico y audiovisual, creado en base a lo solicitado por el área usuaria.

4.44 proveedor: Persona física o moral que celebra contrato de adquisiciones y/o prestación de servicios, de conformidad con las POBALINES.

4.45 proyecto de campaña: Propuesta gráfica validada por la persona Titular de la Coordinación de Comunicación Interna para la campaña interna solicitada.

4.46 revisión ortotipográfica: Revisión y propuesta de textos atendiendo la aplicación de elementos ortográficos, sintácticos, gramaticales, tipográficos y expresivos, así como la estética, funcionalidad, legibilidad y eficacia comunicativa de los mismos, dotándolos de la expresividad, riqueza, coherencia y precisión necesarias para lograr una lectura y comprensión clara y fluida.

4.47 RCI: Representantes de Comunicación Interna. Personal del OOAD que funge como enlace con la Coordinación de Comunicación Interna.

4.48 sintaxis: Parte de la gramática que estudia el modo en que se combinan las palabras y los grupos que estas forman para expresar significados, así como las relaciones que se establecen entre todas esas unidades.

4.49 solicitud de campaña: Petición realizada por el área usuaria para crear y/o difundir y/o activar una campaña institucional interna.



4.50 soporte de impresión: Elemento sobre el cual se realiza la impresión del material institucional: papel, cartulina, metal, tela o vinil con características de peso, gramaje y medida; entre otros.

4.51 testigos: Evidencias solicitadas para comprobar la ejecución de la campaña.

4.52 tipografía: Disciplina del diseño gráfico para aplicar letras, números, caracteres y símbolos. Es la aplicación de letras con la intención de comunicar de forma adecuada un determinado mensaje.

4.53 UMAE: Unidad Médica de Alta Especialidad.

4.54 UMF: Unidad de Medicina Familiar.

4.55 uso de imagen: Facultad para disponer de la apariencia personal, autorizando o no, la captación o difusión de esta.

4.56 Visto bueno: Manifestación realizada por el área usuaria indicando que el proyecto de campaña propuesto por la Unidad de Comunicación Social es aceptado.



5 Políticas

5.1 Generales

5.1.1 El incumplimiento del 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, y 113 fracción I de la Ley Federal de Transparencia y Acceso a la Información Pública.

5.1.4 La atención de las necesidades comunicativas de las áreas solicitantes será en orden de petición y/o en función de la urgencia para cumplir con el objetivo específico, si las fechas y plazos del proceso de revisión así lo permiten.



5.2 Específicas

5.2.1 El “FBCI” (Anexo 2) podrá recibirse mediante solicitud emitida vía oficio o correo electrónico por autoridad competente.

5.2.2 El “FBCI” (Anexo 2) permitirá describir y entender las características de la solicitud de diseño de campaña interna: a) inicial, subsecuente, actualización; si requiere material gráfico (foto o ilustraciones), así como el medio de difusión institucional; o b) distribución de material impreso.

5.2.3 Los términos para la ejecución de la campaña serán los siguientes: Fecha de inicio y término, cantidad de materiales asignados para distribuir y/o colocar, ubicación geográfica, y demás información aplicable, así como instrucciones para generar y remitir la evidencia fotográfica digital, del cumplimiento.

5.2.4 El “FUCOM” (Anexo 3) podrá recibirse mediante solicitud emitida vía oficio o correo electrónico por autoridad competente.

5.2.5 El “FUCOM” (Anexo 3) permitirá describir y entender las características del proyecto, si es único, si es original, actualización, reedición o reimpresión, y si hay material gráfico (foto o ilustraciones), así como el medio de publicación, ya sea impreso o digital.

5.2.6 La solicitud de campaña y/o contenidos digitales dirigido al público en general, que se difundirá en las plataformas de redes sociales en que tiene presencia el Instituto, podrá recibirse mediante oficio o correo electrónico y deberá contener los siguientes datos para realizar la estrategia y difusión requerida:

- Fecha de la solicitud.
- Área solicitante.
- Nombre de la campaña digital.
- Objetivo/propósito de la campaña.
- Público objetivo.
- Información y contenido para generar la campaña digital.
- Vigencia.
- Material digital (gráficos y material audiovisual, entre otros).
- Perfiles institucionales de redes sociales.
- Tipo de difusión (local o nacional).
- Si requiere evidencia de la difusión.
- Datos del enlace (nombre completo, correo electrónico y extensión, entre otros).
- Información adicional que se requiera, de acuerdo con las características de la campaña y/o contenidos digitales requeridos.



5.2.7 Las redes sociales en las que tiene presencia el Instituto podrán variar dependiendo de la creación de nuevas plataformas, el ritmo y eficacia de estas.

5.2.8 La División de Comunicación Interna será la encargada de proponer, identificar, diseñar y difundir los materiales institucionales generados en atención a la solicitud de campañas internas.

Titular de la Coordinación Técnica de Difusión

5.2.9 Supervisará el avance y desarrollo del material institucional para cumplir en tiempo y forma con la solicitud realizada por el área usuaria.

5.2.10 Podrá entregar el material institucional al área usuaria directamente, o delegar esta tarea a la persona servidora pública que así designe.

5.2.11 Tendrá la facultad de participar en la contratación de bienes y/o servicios, en coordinación con las áreas usuarias, de acuerdo con la solicitud recibida, debiendo atender lo indicado por las POBALINES.

Titular de la División de Diseño y Producción Editorial

5.2.12 Supervisará el avance y el desarrollo del material institucional para cumplir en tiempo y forma con la solicitud realizada por el área usuaria.

5.2.13 Podrá entregar el material institucional al área usuaria directamente, o delegar esta tarea al área, el equipo de trabajo interno o la persona servidora pública que así designe.

5.2.14 Podrá participar en la contratación de bienes y servicios, en coordinación con las áreas usuarias, de acuerdo con la solicitud recibida, debiendo atender lo indicado por las POBALINES.

5.2.15 Podrá delegar a la persona titular de la Jefatura de Producción y Distribución Editorial, o al personal que designe, la elaboración de los documentos técnicos requeridos para la adquisición de bienes o contratación de servicios, seguimiento al cumplimiento de los contratos, y demás acciones relacionadas; supervisando en todo momento a la Jefatura antes referida.

5.2.16 El proceso de producción fotográfica realizado por el área usuaria podrá ejecutarse de manera simultánea con la revisión de textos y propuestas de redacción.



Personal de Redacción

5.2.17 Realizará la revisión ortotipográfica de los textos y del lenguaje empleado con el fin de que cada proyecto cumpla con el estilo editorial del Instituto; dicha revisión consiste en subsanar errores de ortografía, sintaxis, gramática, tipográficos y expresivos para lograr una comunicación clara, directa y homologada; así mismo, aplicará las normativas nacionales vigentes sobre el uso del lenguaje con un enfoque equitativo y sin distinción ni discriminación hacia ninguna persona o sector de la población.

Titular de la Jefatura de Redacción

5.2.18 Cuando la solicitud del área usuaria corresponda a material institucional que requiera registro en el ISBN, la persona Titular de la Jefatura de Redacción en coordinación con su equipo de trabajo y el área usuaria, realizará los trámites ante el INDAUTOR.

Titular de la Jefatura de Diseño

5.2.19 Revisará la composición gráfica de los materiales institucionales, cromática y la tipografía institucional.

5.2.20 Supervisará el desarrollo de los proyectos editoriales, logotipos de áreas, de programas y la imagen de eventos institucionales que soliciten las áreas usuarias, para cumplir con la "Norma para la correcta aplicación y reproducción del logotipo del Instituto Mexicano del Seguro Social", clave G000-001-004.

5.2.21 Supervisará el avance y el desarrollo de la propuesta gráfica para cumplir en tiempo y forma con las necesidades comunicativas del área solicitante.

Titular de la Jefatura de Producción y Distribución Editorial

5.2.22 La solicitud de impresión de materiales realizado por el área usuaria deberá contener, de forma enunciativa más no limitativa, la siguiente información:

- Nombre del área usuaria.
- Fecha de solicitud.
- Lugar de entrega.
- Tipo de material institucional.
- Medidas.
- Archivos en calidad de impresión.
- Cantidad de piezas.
- Características técnicas de los soportes de impresión.
- Fecha de entrega.



- En su caso, requerimiento de supervisión de la instalación y desmontaje realizados por la proveeduría.

5.2.23 Tendrá la facultad de gestionar contrataciones de bienes y servicios, de acuerdo con lo solicitado por el área usuaria, debiendo atender lo indicado por las POBALINES.

5.2.24 Brindará asesoría y acompañamiento a las áreas usuarias para elaborar los documentos técnicos requeridos en el proceso de contratación.

5.2.25 En su caso, supervisará la instalación y desmonte de los materiales institucionales aplicables, realizados por el proveedor contratado; tales como back, lonas, etcétera.

5.2.26 Tendrá la facultad de elaborar los documentos técnicos requeridos para la adquisición de bienes o contratación de servicios, la administración y supervisión, y demás acciones designadas por el Titular de la División de Diseño y Producción Editorial.

Titular de la División de Análisis y Medios Alternativos

5.2.27 Será la persona encargada de proponer, identificar, diseñar y difundir los materiales institucionales generados en atención a las solicitudes de difusión a través de los perfiles del Instituto en redes sociales.

5.2.28 Para ser considerada la atención de solicitudes de campaña y/o contenidos digitales, estas deberán tener como componente principal información de interés público, ya que las redes sociales no son exclusivas de consumo de personal institucional, sino que tiene alcance a la población en general.

Documentos de Referencia

Políticas, bases y lineamientos en materia de adquisiciones, arrendamientos y servicios del IMSS, clave 1000-001-014, registradas en el Catálogo Normativo Institucional el 6 de octubre de 2023, o en su caso, el documento que se encuentre vigente.



Responsable	Descripción de actividades
Descripción de actividades	
Titular de la Coordinación de Comunicación Interna	Capítulo 1 Atención de solicitudes de campañas internas 1. Recibe el “FBCI” (Anexo 2) del área usuaria, y la remite a la persona Titular de la División de Comunicación Interna, instruyendo su atención.
Titular de la División de Comunicación Interna	2. Revisa que el “FBCI” (Anexo 2) esté debidamente lleno en su totalidad. El “FBCI” no se requisito correctamente 3. Solicita al área usuaria requisitar el “FBCI” (Anexo 2) en su totalidad, mediante correo electrónico. 4. Recibe del área usuaria el “FBCI” (Anexo 2), con la información completa. Continúa en la actividad 5 El “FBCI” se requisito correctamente 5. Reúne a las personas Jefas de Área de la División de Comunicación Interna, para crear la estrategia de la campaña, con base en el “FBCI” (Anexo 2), de acuerdo al tipo de servicio que se trate: Modalidad A Servicio de diseño de campaña interna. Continúa en la actividad 6. Modalidad B Servicio de logística y distribución de material impreso de campaña interna. Continúa en la actividad 30



Responsable	Descripción de actividades
	Modalidad A Diseño de Campaña Interna.
Titular de la División de Comunicación Interna	6. Instruye a la persona Titular de la Jefatura de Redacción, la creación de textos, y a la persona Titular de la Jefatura de Medios Digitales la creación de material audiovisual, según se determine en la estrategia.
Titular de la Jefatura de Redacción & Titular de la Jefatura de Medios Digitales	7. Analiza y selecciona la información relevante que se utilizará para la campaña.
	8. Instruye al Personal de Redacción y al Personal de Medios Digitales la creación de textos y la creación de material audiovisual, respectivamente, que serán utilizados para llegar a la población objetivo.
Personal de Redacción & Personal de Medios Digitales	9. Realizan la “Propuesta de redacción de textos” y la “Propuesta de Material Audiovisual”, respectivamente, y la remite al jefe inmediato.
Titular de la Jefatura de Redacción & Titular de la Jefatura de Medios Digitales	10. Selecciona la “Propuesta de redacción de textos” y la “Propuesta de Material Audiovisual”, respectivamente, que serán utilizados en la campaña.
Titular de la Jefatura de Medios Digitales	11. Remite la “Propuesta de Material Audiovisual” seleccionada a la persona Titular de la División de Comunicación Interna, mediante correo electrónico.
Titular de la Jefatura de Redacción	12. Remite la “Propuesta de redacción de textos” seleccionada, a la persona Titular de la Jefatura de Diseño.
Titular de la Jefatura de Diseño	13. Comparte al Personal de Diseño la estrategia establecida para el desarrollo de la campaña.
	14. Instruye al Personal de Diseño elaborar “Propuestas gráficas” para los mensajes de la campaña, remitiendo la “Propuesta de redacción de textos” y la “Propuesta de Material Audiovisual” seleccionadas, mediante correo electrónico.



Responsable	Descripción de actividades
Personal de Diseño	15. Crea las “Propuestas gráficas” y las envía por correo electrónico a la persona Titular de la Jefatura de Diseño. Nota: La cantidad de propuestas puede ser de una a tres, dependiendo de la complejidad de la campaña y de la información proporcionada por el área usuaria en la “Solicitud de Campaña Interna”.
Titular de la Jefatura de Diseño	16. Analiza las “Propuestas gráficas”, seleccionado la que se apegue a lo solicitado en el “FBCI” (Anexo 2).
Titular de la División de Comunicación Interna	17. Remite la “Propuesta gráfica” a la persona Titular de la División de Comunicación Interna. 18. Analiza la “Propuesta gráfica”. Se requieren ajustes 19. Solicita al Personal de Diseño realizar los ajustes a la “Propuesta gráfica”, a través del jefe inmediato. Continúa en la actividad 15 No requiere ajustes en la propuesta
Titular de la División de Comunicación Interna	20. Envía la “Propuesta gráfica” a la persona Titular de Coordinación de Comunicación Interna.
Titular de la Coordinación de Comunicación Interna	21. Otorga la connotación de “Proyecto de campaña interna” a la propuesta gráfica y audiovisual recibida. 22. Verifica que el “Proyecto de campaña interna” se apegue a lo indicado en el “FBCI” (Anexo 2). Se requieren cambios 23. Solicita al Personal de Diseño y Personal de Medios Digitales realizar los ajustes al “Proyecto de campaña interna” a través del jefe inmediato. Continúa en la actividad 22



Responsable	Descripción de actividades
Titular de la Coordinación de Comunicación Interna	No se requieren cambios
	24. Envía al área usuaria el “Proyecto de campaña interna” mediante el “Correo electrónico de validación”, para su aprobación.
	No aprueba el “Proyecto de campaña interna” Continúa en la actividad 23 Aprueba el “Proyecto de campaña interna”
Titular de la División de Comunicación Interna	25. Informa a la persona Titular de la División de Comunicación Interna la aprobación del “Proyecto de campaña interna”, mediante correo electrónico.
	26. Instruye a la persona Titular de la División de Comunicación Interna mediante correo electrónico, solicitar la calendarización de la campaña interna.
Personal de Redacción & Titular de la Jefatura de Diseño	27. Instruye al Personal de Redacción y a la persona Titular de la Jefatura de Diseño, a través del Jefe inmediato, realizar la calendarización y difusión de la campaña interna en los medios digitales de comunicación respectivos.
	28. Calendariza la difusión de la campaña interna en los medios digitales de comunicación solicitados por el área usuaria.
	29. Publica la campaña interna en las fechas y medios digitales de comunicación establecidos.
Titular de la División de Comunicación Interna	Modalidad B Servicio de logística y distribución de material impreso de Campaña Interna.
	30. Instruye, mediante correo electrónico dirigido a la persona Titular de la Jefatura de Logística y Distribución, realizar la distribución del material impreso de campaña interna, proporcionando el “FBCI” (Anexo 2) y los materiales respectivos.



Responsable	Descripción de actividades
Titular de la Jefatura de Logística y Distribución	31. Envía a las personas Representantes de Comunicación Interna (RCI), los términos para la ejecución de la campaña interna, mediante correo electrónico, conforme a la Política 5.2.3.
	32. Envía a las personas RCI, los materiales impresos asignados para su distribución y/o colocación, por medio de paquetería institucional, notificándolo por correo electrónico.
Responsable de Comunicación Interna	33. Da cumplimiento a la ejecución de la campaña interna.
	34. Genera la “Evidencia fotográfica digital” del cumplimiento de la campaña interna.
	35. Remite a la persona Titular de la Jefatura de Logística y Distribución la “Evidencia fotográfica digital”, mediante correo electrónico.
Titular de la Jefatura de Logística y Distribución	36. Recibe la “Evidencia fotográfica digital” del cumplimiento de la campaña e integra la “Carpeta digital del cumplimiento de campaña interna”.
	37. Remite el enlace de la “Carpeta digital del cumplimiento de campaña interna” a la persona Titular de la Coordinación de Comunicación Interna, a través de la persona Titular de la División de Comunicación Interna, mediante correo electrónico.
Titular de la Coordinación de Comunicación Interna	38. Envía el enlace de la “Carpeta digital del cumplimiento de campaña interna” al área usuaria, para descarga, mediante correo electrónico.
	Fin del capítulo 1



Responsable	Descripción de actividades
	Capítulo 2
	Atención de solicitudes de materiales institucionales
Titular de la Coordinación Técnica de Difusión	39. Recibe el “FUCOM” (Anexo 3) del área usuaria, y la remite a la persona Titular de la División de Diseño y Producción Editorial instruyendo su atención.
Titular de la División de Diseño y Producción Editorial	40. Revisa que el “FUCOM” (Anexo 3) esté requisitado correctamente y que la solicitud cumpla con lo establecido en la “Norma para la correcta aplicación y reproducción del logotipo del IMSS”, clave G000-001-004.
	EI “FUCOM” no está requisitado correctamente
	41. Solicita al área usuaria completar la información, mediante correo electrónico.
	42. Recibe del área usuaria el “FUCOM” (Anexo 3), con la información completa.
	Continúa en la actividad 40
	EI “FUCOM” está requisitado correctamente
	43. Remite “FUCOM” (Anexo 3) al Personal de Redacción a través de la persona Titular de la Jefatura de Redacción, instruyendo la revisión ortotipográfica.
Personal de Redacción	44. Crea el archivo “Proyecto de material institucional” en el que realiza la revisión ortotipográfica.
	45. Realiza observaciones al texto y sugerencias de redacción del “Proyecto de material institucional” y lo remite por correo electrónico a la persona Titular de la Jefatura de Redacción.



Responsable	Descripción de actividades
Titular de la Jefatura de Redacción	46. Determina las observaciones y sugerencias procedentes para el “Proyecto de material institucional”.
	47. Aplica los ajustes a la redacción del “Proyecto de material institucional” y lo remite a la persona Titular de la División de Diseño y Producción Editorial.
Titular de la División de Diseño y Producción Editorial	48. Revisa la propuesta de redacción del “Proyecto de material institucional”. Requiere modificaciones 49. Solicita a la persona Titular de la Jefatura de Redacción, realizar los ajustes al “Proyecto de material institucional”. Continúa en la actividad 47 No requiere modificaciones 50. Envía al área usuaria la propuesta de redacción del “Proyecto de material institucional” para su visto bueno. 51. Recibe la respuesta del área usuaria. El área usuaria requiere ajustes 52. Solicita a la persona Titular de la Jefatura de Redacción realizar los ajustes al “Proyecto de material institucional”. Continúa en la actividad 47 El área usuaria no requiere ajustes 53. Instruye a la persona Titular de la Jefatura de Diseño iniciar la elaboración de “Propuestas gráficas”, remitiendo el “FUCOM” (Anexo 3) y la propuesta de redacción aprobada para el “Proyecto de material institucional”.



Responsable	Descripción de actividades
Titular de la Jefatura de Diseño	54. Identifica si la solicitud requiere generar fotografías y lo informa a la persona Titular de la División de Diseño y Producción Editorial. No requiere generar fotografías para ilustración Continúa en la actividad 61 Requiere generar fotografías para ilustración
Titular de la División de Diseño y Producción Editorial	55. Solicita al área usuaria iniciar el proceso de producción fotográfica. 56. Solicita mediante correo electrónico dirigido a la persona Titular de la División de Prensa e Información de la Coordinación Técnica de Información de la Unidad de Comunicación Social, personal para realizar la producción fotográfica en coordinación con el área usuaria. 57. Recibe el “Material fotográfico” entregado por el área usuaria, generado en la sesión realizada por la misma. Nota: En la sesión fotográfica el área usuaria provee el talento, instalación o sede, fecha, horario e insumos, así como la “Carta de uso de derechos de imagen” de cada participante. 58. Selecciona las fotografías para el “Proyecto de material institucional”, y las remite a la persona Titular de la Jefatura de Diseño.
Titular de la Jefatura de Diseño	59. Verifica que las fotografías aprobadas cuenten con calidad editorial. 60. Remite al Personal de Diseño, el “FUCOM” (Anexo 3), y en su caso, las fotografías aprobadas, instruyendo la elaboración de propuestas gráficas.
Personal de Diseño	61. Elabora las “Propuestas gráficas” para el proyecto de material institucional. 62. Envía las “Propuestas gráficas” del proyecto de material institucional a la persona Titular de la Jefatura de Diseño, mediante correo electrónico.



Responsable	Descripción de actividades
Titular de la Jefatura de Diseño	63. Revisa las “Propuestas gráficas” analizando su composición gráfica. 64. Selecciona la “Propuesta gráfica” que más se apegue a lo solicitado por el área usuaria, remitiéndola a la persona Titular de la División de Diseño y Producción Editorial.
Titular de la División de Diseño y Producción Editorial	65. Revisa que la “Propuesta gráfica” cumpla con lo requerido en el “FUCOM” (Anexo 3). Realiza observaciones a la propuesta gráfica 66. Solicita al Personal de Diseño realizar los ajustes a la “Propuesta gráfica”, a través del jefe inmediato. Continúa en la actividad 61 No realiza observaciones a la propuesta gráfica
Titular de la Coordinación Técnica de Difusión	67. Remite la “Propuesta gráfica” a la persona Titular de la Coordinación Técnica de Difusión. 68. Revisa que la “Propuesta gráfica” se apegue a lo solicitado por el área usuaria. Realiza observaciones a la propuesta gráfica 69. Solicita al Personal de Diseño realizar los ajustes a la “Propuesta gráfica”, a través del jefe inmediato. Continúa en la actividad 61 No realiza observaciones a la propuesta gráfica 70. Da visto bueno a la “Propuesta gráfica”, instruyendo a la persona Titular de la División de Diseño y Producción Editorial el envío de la misma, al área usuaria.



Responsable	Descripción de actividades
Titular de la División de Diseño y Producción Editorial	71. Envía la “Propuesta gráfica” al área usuaria, mediante correo electrónico, solicitando su visto bueno. El área usuaria no otorga visto bueno a la propuesta gráfica 72. Solicita al Personal de Diseño realizar los ajustes a la “Propuesta gráfica”, a través del jefe inmediato. Continúa en la actividad 61 El área usuaria otorga visto bueno a la propuesta gráfica 73. Recibe, vía correo electrónico, el “Visto bueno” de la “Propuesta gráfica”, de parte del área usuaria. 74. Remite la “Propuesta gráfica” al Personal de Diseño a través de la persona Titular de la Jefatura de Diseño, instruyendo generar el archivo de la propuesta gráfica en alta calidad o alta calidad de impresión, según lo indicado en la solicitud.
Personal de Diseño	75. Genera la “Propuesta gráfica final” en alta calidad o alta calidad de impresión, de acuerdo con el material institucional del que se trate. 76. Remite el archivo de la “Propuesta gráfica final” en alta calidad o alta calidad de impresión, mediante correo electrónico dirigido a la persona Titular de la División de Diseño y Producción Editorial a través de la persona Titular de la Jefatura de Diseño.
Titular de la División de Diseño y Producción Editorial	77. Revisa que el archivo de la “Propuesta gráfica final” cuente con alta calidad o alta calidad de impresión, según sea el caso, remitiéndolo a la persona Titular de la Coordinación Técnica de Difusión.



Responsable	Descripción de actividades
Titular de la Coordinación Técnica de Difusión	78. Otorga la connotación de “Material institucional” a la propuesta gráfica, instruyendo a la persona Titular de la División de Diseño y Producción Editorial su envío al área usuaria.
Titular de la División de Diseño y Producción Editorial	79. Envía el “Material Institucional” al área usuaria, mediante correo electrónico y verifica si se requieren impresiones. El área usuaria no necesita impresión de materiales institucionales
	80. Comunica a la persona Titular de la Coordinación Técnica de Difusión que concluyó la atención a la solicitud. Concluye el proceso para esta alternativa El área usuaria necesita impresión de materiales institucionales
Titular de la Unidad de Comunicación Social	81. Recibe la “Solicitud de impresión de materiales institucionales” a través de correo electrónico u oficio, turnándola a la persona Titular de la Coordinación Técnica de Difusión.
Titular de la Coordinación Técnica de Difusión	82. Instruye a la persona Titular de la División de Diseño y Producción Editorial, atender la “Solicitud de impresión de materiales institucionales”.
Titular de la División de Diseño y Producción Editorial	83. Remite la “Solicitud de impresión de materiales institucionales” a la persona Titular de la Jefatura de Producción y Distribución Editorial solicitando verificar que la solicitud contenga la información requerida en la política 5.2.22.
Titular de la Jefatura de Producción y Distribución Editorial	84. Revisa que la “Solicitud de impresión de materiales institucionales” cumpla con la política 5.2.22. No Cumple con la Política 5.2.22
	85. Solicita al área usuaria proporcionar la información faltante, mediante correo electrónico.



Responsable	Descripción de actividades
Titular de la Jefatura de Producción y Distribución Editorial	86. Recibe la información faltante de parte del área usuaria. Continúa en la actividad 84 Cumple con la Política 5.2.22 87. Verifica que los materiales solicitados cumplan con la “Norma para la correcta aplicación y reproducción del logotipo del IMSS”, clave G000-001-004. No cumplen con la Norma para la correcta aplicación y reproducción del logotipo del IMSS, clave G000-001-004 88. Notifica al área usuaria mediante correo electrónico, compartiéndole la “Norma para la correcta aplicación y reproducción del logotipo del IMSS”, clave G000-001-004, solicitando remitir la información actualizada. 89. Recibe la “Solicitud de impresión de materiales institucionales” actualizada, de parte del área usuaria. Continúa en la actividad 87 Cumplen con la “Norma para la correcta aplicación y reproducción del logotipo del IMSS”, clave G000-001-004. 90. Remite la “Solicitud de impresión de materiales institucionales” a la persona Titular de la División de Diseño y Producción Editorial.
Titular de la División de Diseño y Producción Editorial	91. Revisa la “Solicitud de impresión de materiales institucionales” e instruye a la persona Titular de la Jefatura de Producción y Distribución Editorial atender la solicitud.
Titular de la Jefatura de Producción y Distribución Editorial	92. Realiza las gestiones necesarias para contratar los productos y servicios atendiendo las POBALINES.



Responsable	Descripción de actividades
Titular de la Jefatura de Producción y Distribución Editorial	93. Supervisa el cumplimiento del contrato. El área usuaria no solicitó supervisión de la instalación y desmontaje del material institucional realizados por el proveedor 94. Comunica a la persona Titular de la División de Diseño y Producción Editorial que concluyó con la atención de la solicitud. Concluye el proceso para esta alternativa El área usuaria solicitó supervisión de la instalación y desmontaje del material institucional realizados por el proveedor 95. Supervisa la instalación y desmontaje del material institucional realizados por el proveedor, generando “Evidencia fotográfica o audiovisual”. 96. Crea un “Archivo digital” con la “Evidencia fotográfica o audiovisual” de la instalación y desmontaje del material institucional. 97. Integra el “Archivo digital” al “Expediente digital de la División de Diseño y Producción Editorial”. Fin del capítulo 2



Responsable	Descripción de actividades
	Capítulo 3
	Atención de solicitudes de campañas y contenidos digitales
Unidad de Comunicación Social	98. Recibe la “Solicitud de campaña y/o contenidos digitales”, y remite a la persona Titular de la División de Análisis y Medios Alternativos, instruyendo su análisis y atención.
Titular de División de Análisis y Medios Alternativos	99. Revisa la “Solicitud de campaña y/o contenidos digitales” y determina si es procedente para su difusión a través de los perfiles del Instituto en redes sociales.
	No es procedente
	100. Comunica al área usuaria que la solicitud no es procedente. Concluye el proceso para esta alternativa.
	Es procedente
	101. Verifica si el tema de la “Solicitud de campaña y/o contenidos digitales” requiere de información técnica.
	Requiere información Técnica
	102. Investiga qué área normativa cuenta con la persona especialista en el tema que aborda la “Solicitud de campaña y/o contenidos digitales”.
	103. Solicita al área usuaria reunirse con la persona especialista, para recabar la “Información técnica” necesaria.
	104. Recibe la “Información técnica” por parte del área usuaria, mediante correo electrónico. Continúa en la actividad 105



Responsable	Descripción de actividades
Titular de División de Análisis y Medios Alternativos	No requiere información Técnica
	105. Verifica si la “Solicitud de campaña y/o contenidos digitales” cuenta con la información indicada en la política 5.2.6 para integrar y/o elaborar el material institucional y/o la campaña digital.
	Requiere información adicional
	106. Solicita al área usuaria proporcionar información adicional para atender la “Solicitud de campaña y/o contenidos digitales”. 107. Recibe del área usuaria la “Información técnica y/o adicional”. 108. Integra a la solicitud, en su caso, la “Información técnica y/o adicional”. Continúa en la actividad 109
Personal de la División de Análisis y Medios Alternativos	No Requiere información adicional
	109. Remite la “Solicitud de campaña y/o contenidos digitales” al Personal de la División de Análisis y Medios Alternativos, instruyendo generar “Propuestas gráficas”.
Titular de División de Análisis y Medios Alternativos	110. Elabora las “Propuestas gráficas” para la campaña y/o contenidos digitales, remitiéndolas por correo electrónico la persona Titular de la División de Análisis y Medios Alternativos.
	111. Revisa las “Propuestas gráficas” de campaña y/o contenidos digitales seleccionando la que cumple con lo solicitado por el área usuaria. 112. Determina si la “Propuesta gráfica” seleccionada requiere ajustes, realizando las observaciones en la misma.



Responsable	Descripción de actividades
Titular de División de Análisis y Medios Alternativos	La “Propuesta gráfica” requiere ajustes 113. Solicita al Personal la División de Análisis y Medios Alternativos los ajustes a la “Propuesta gráfica”. Continúa en la actividad 110
	La “Propuesta gráfica” no requiere ajustes 114. Remite la “Propuesta gráfica” de campaña y/o contenidos digitales al Titular de la Unidad de Comunicación Social. 115. Revisa la “Propuesta gráfica” de campaña y/o contenidos digitales.
Unidad de Comunicación Social	La “Propuesta gráfica” requiere cambios 116. Solicita al Personal la División de Análisis y Medios Alternativos los ajustes a la “Propuesta gráfica”, a través de la persona Titular de División de Análisis y Medios Alternativos. Continúa en la actividad 110
Titular de División de Análisis y Medios Alternativos	La “Propuesta gráfica” no requiere cambios 117. Da visto bueno a la “Propuesta gráfica” de campaña y/o contenidos digitales, instruyendo a la persona Titular de la División de Análisis y Medios Alternativos continuar con el proceso respectivo. 118. Envía la “Propuesta gráfica” al área usuaria para visto bueno, mediante correo electrónico.
	La “Propuesta gráfica” requiere ajustes 119. Solicita al Personal la División de Análisis y Medios Alternativos los ajustes a la “Propuesta gráfica”. Continúa en la actividad 110



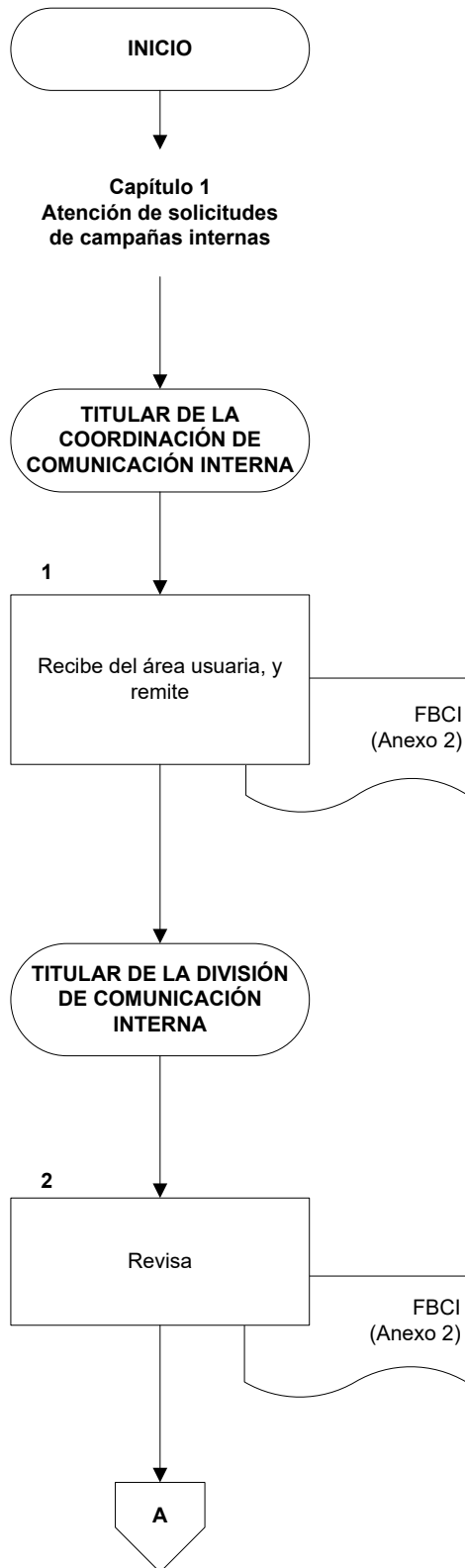
Responsable	Descripción de actividades
	La “Propuesta gráfica” no requiere ajustes
Titular de División de Análisis y Medios Alternativos	120. Recibe, vía correo electrónico, el visto bueno del área usuaria.
	121. Otorga connotación de “Campaña y/o contenidos digitales” a la propuesta gráfica.
	122. Remite la “Campaña y/o contenidos digitales” al Personal de División de Análisis y Medios Alternativos, mediante correo electrónico, instruyendo su respectiva calendarización y publicación.
Personal de la División de Análisis y Medios Alternativos	123. Calendariza la publicación de la “Campaña y/o contenidos digitales”, de acuerdo a lo solicitado por el área usuaria.
	124. Publica la “Campaña y/o contenidos digitales” en las plataformas aplicables.
	La solicitud no requiere evidencia de la difusión
	125. Comunica al Personal de la División de Análisis y Medios Alternativos que la solicitud no requiere evidencia de la difusión.
	Concluye el proceso para esta alternativa.
	La solicitud requiere evidencia de la difusión
Titular de la División de Análisis y Medios Alternativos	126. Instruye al personal de la División de Análisis y Medios Alternativos integrar la “Carpeta electrónica con la evidencia de la difusión”.
Personal de la División de Análisis y Medios Alternativos	127. Crea la “Carpeta electrónica con la evidencia de la difusión” integrando el material gráfico y/o audiovisual respectivo.

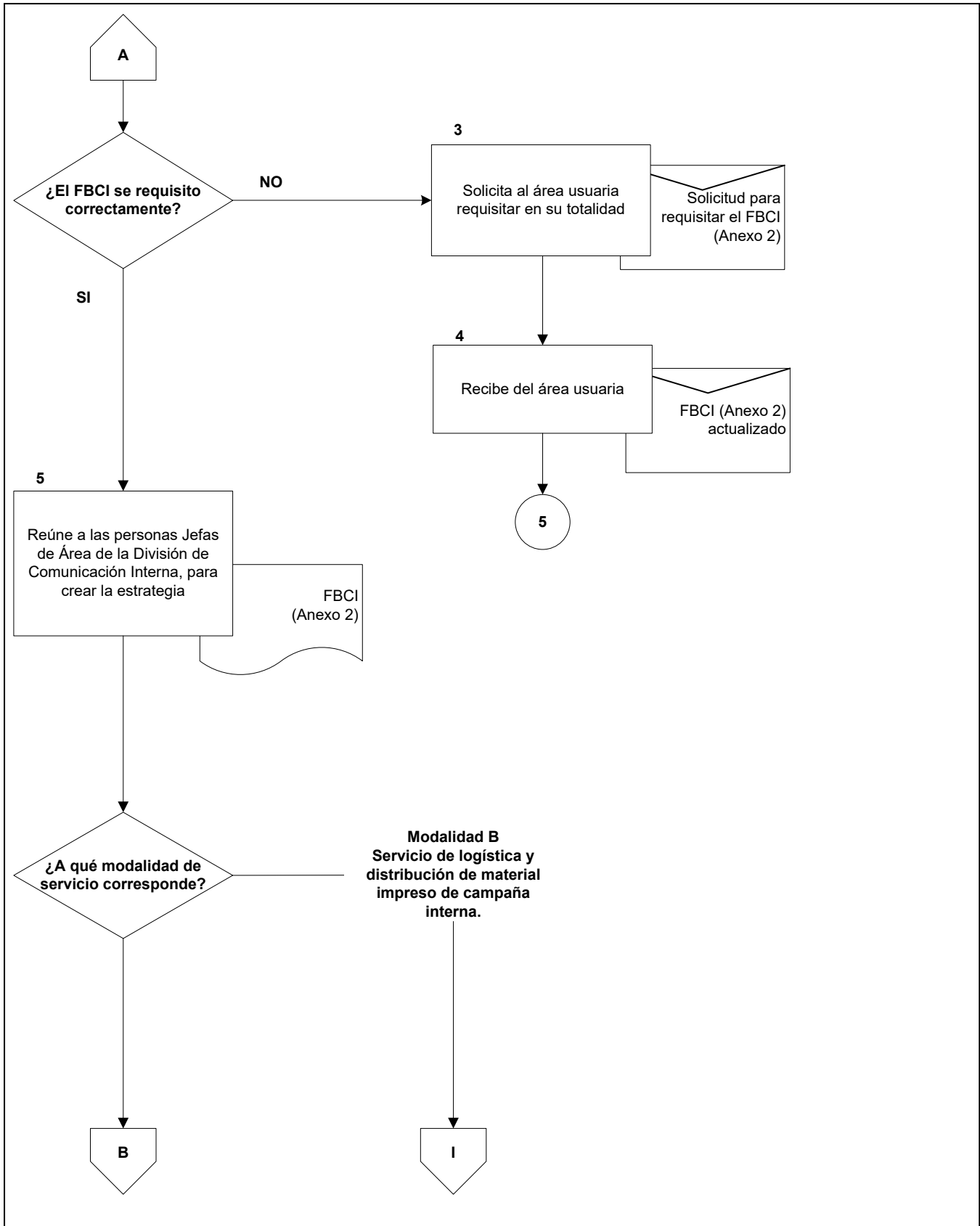


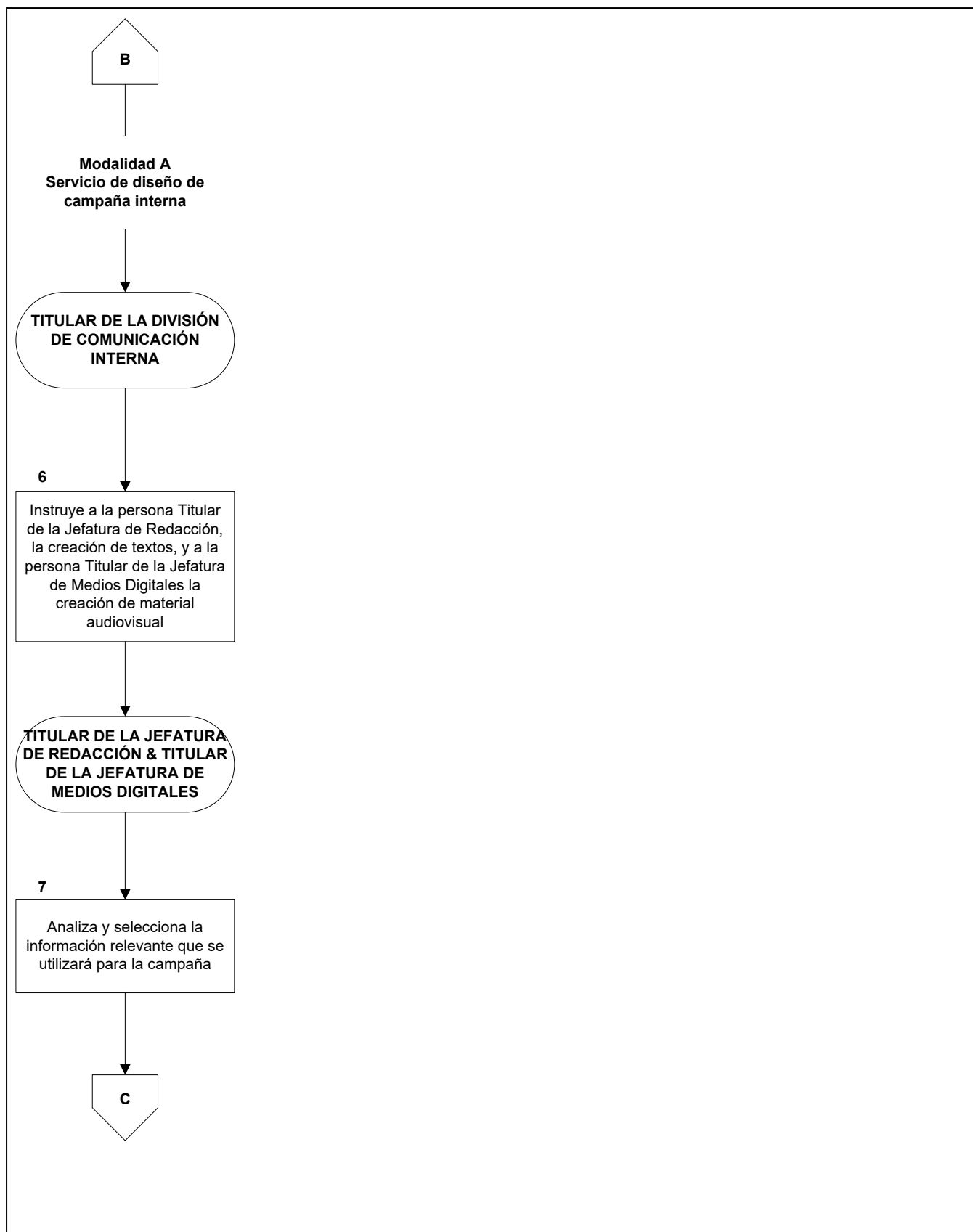
Responsable	Descripción de actividades
Personal de la División de Análisis y Medios Alternativos	128. Agrega la “Carpeta electrónica con la evidencia de la difusión” al “Archivo digital de la División de Análisis y Medios Alternativos”, informándolo a la persona Titular de la División de Análisis y Medios Alternativos. 129. Envía al área usuaria el enlace de la “Carpeta electrónica con la evidencia de la difusión” correspondiente para descarga, mediante correo electrónico. Fin del Procedimiento

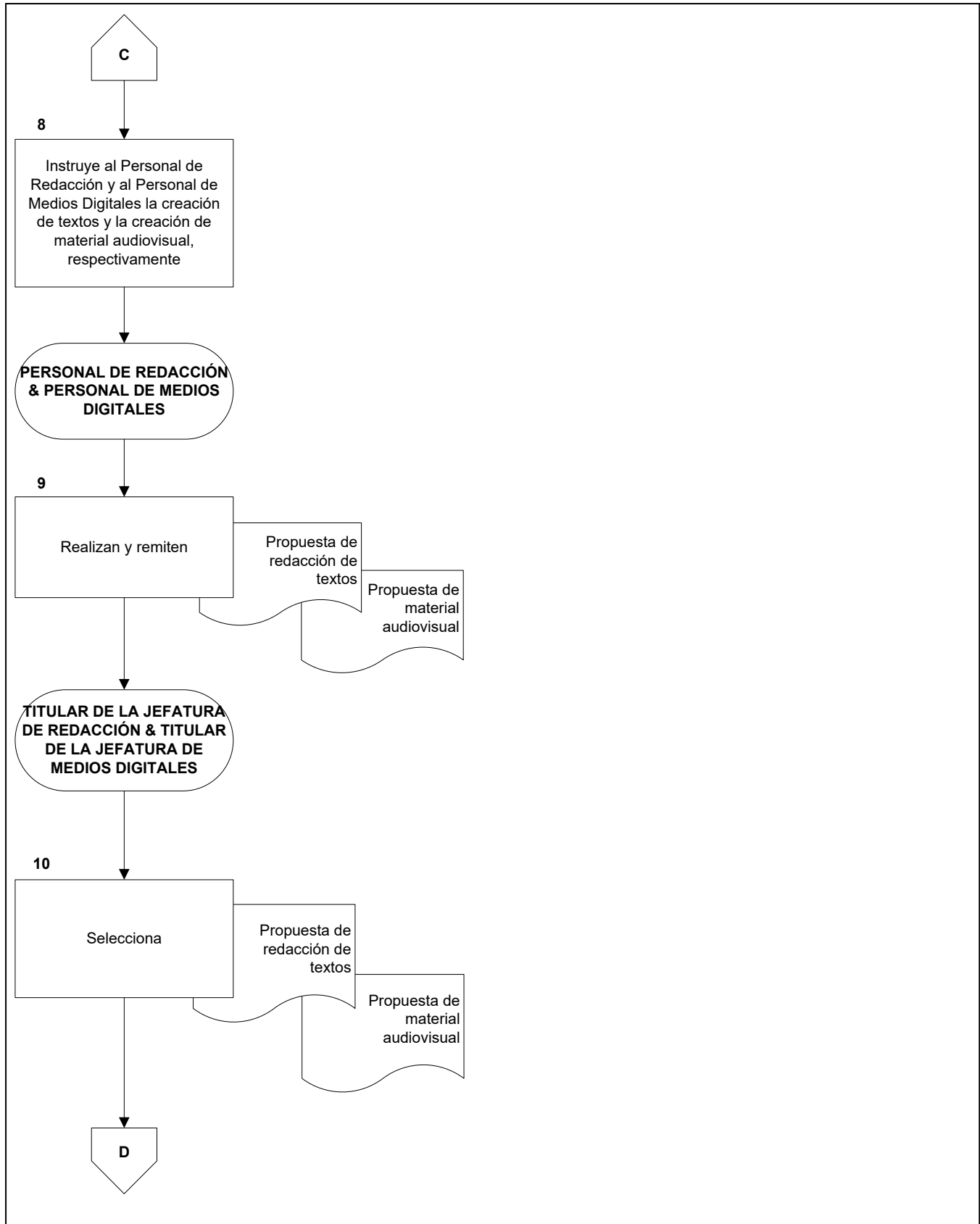


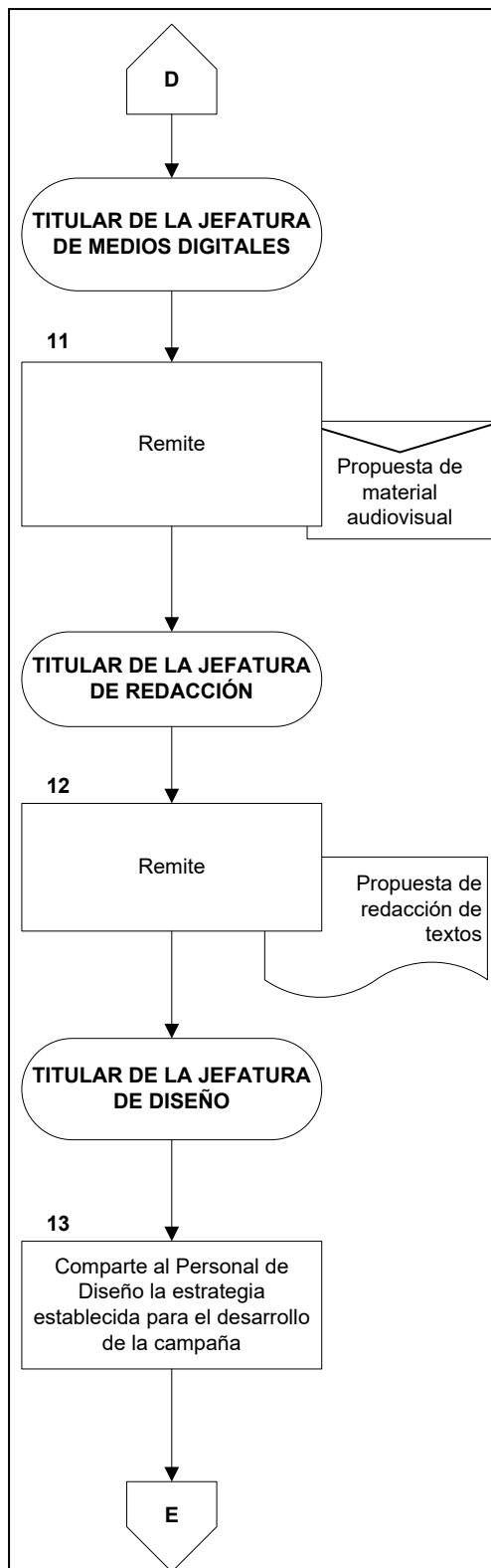
Diagrama de flujo

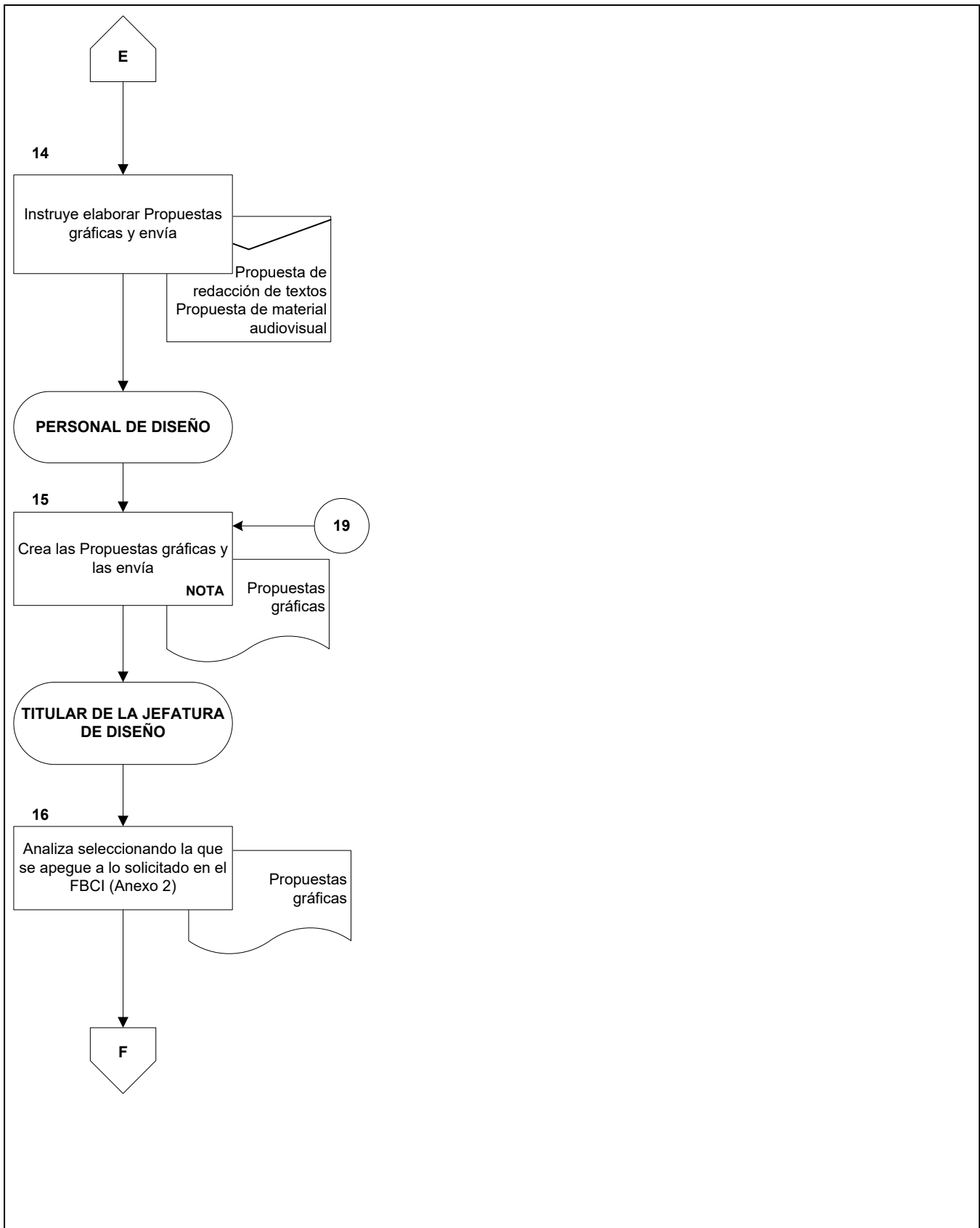


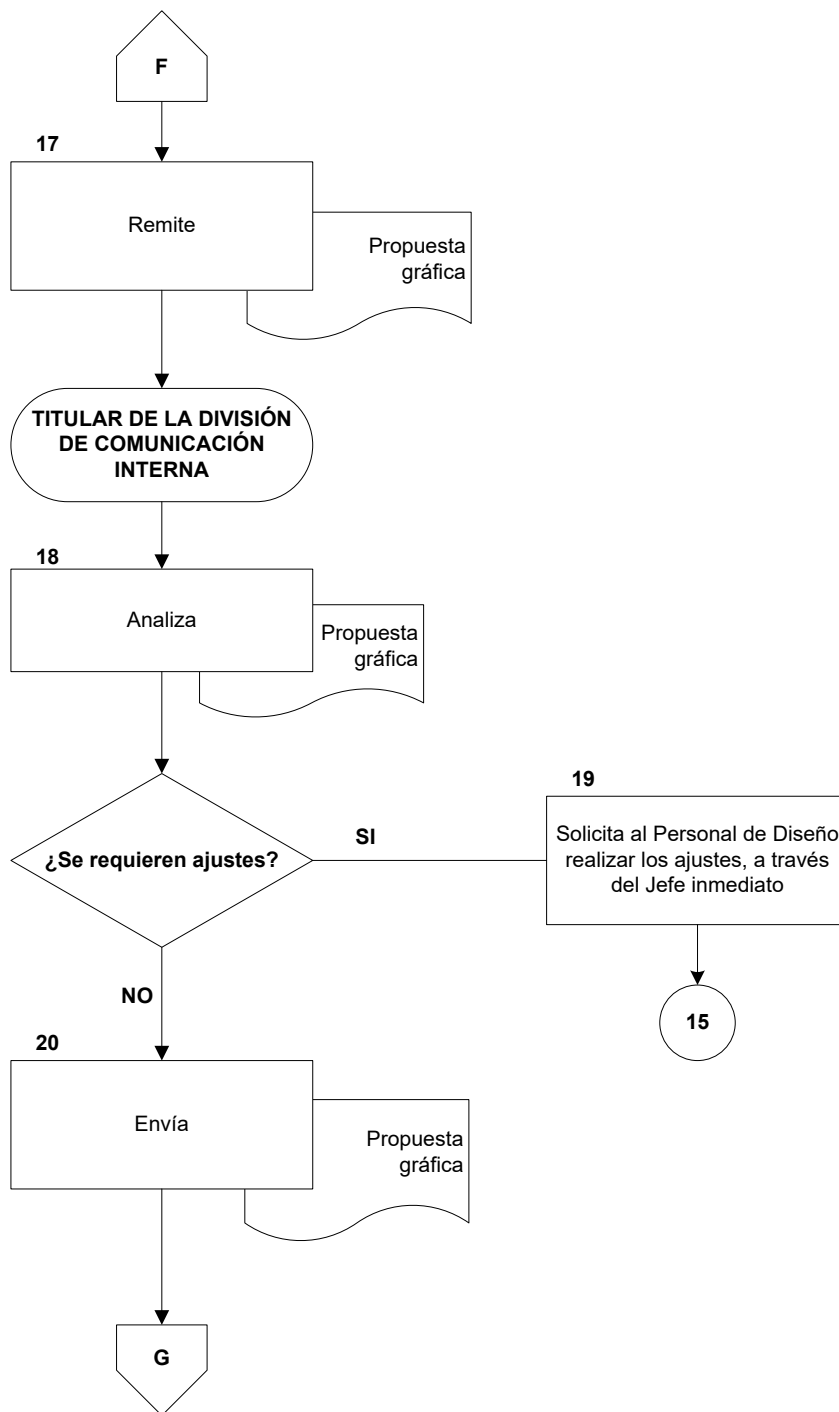


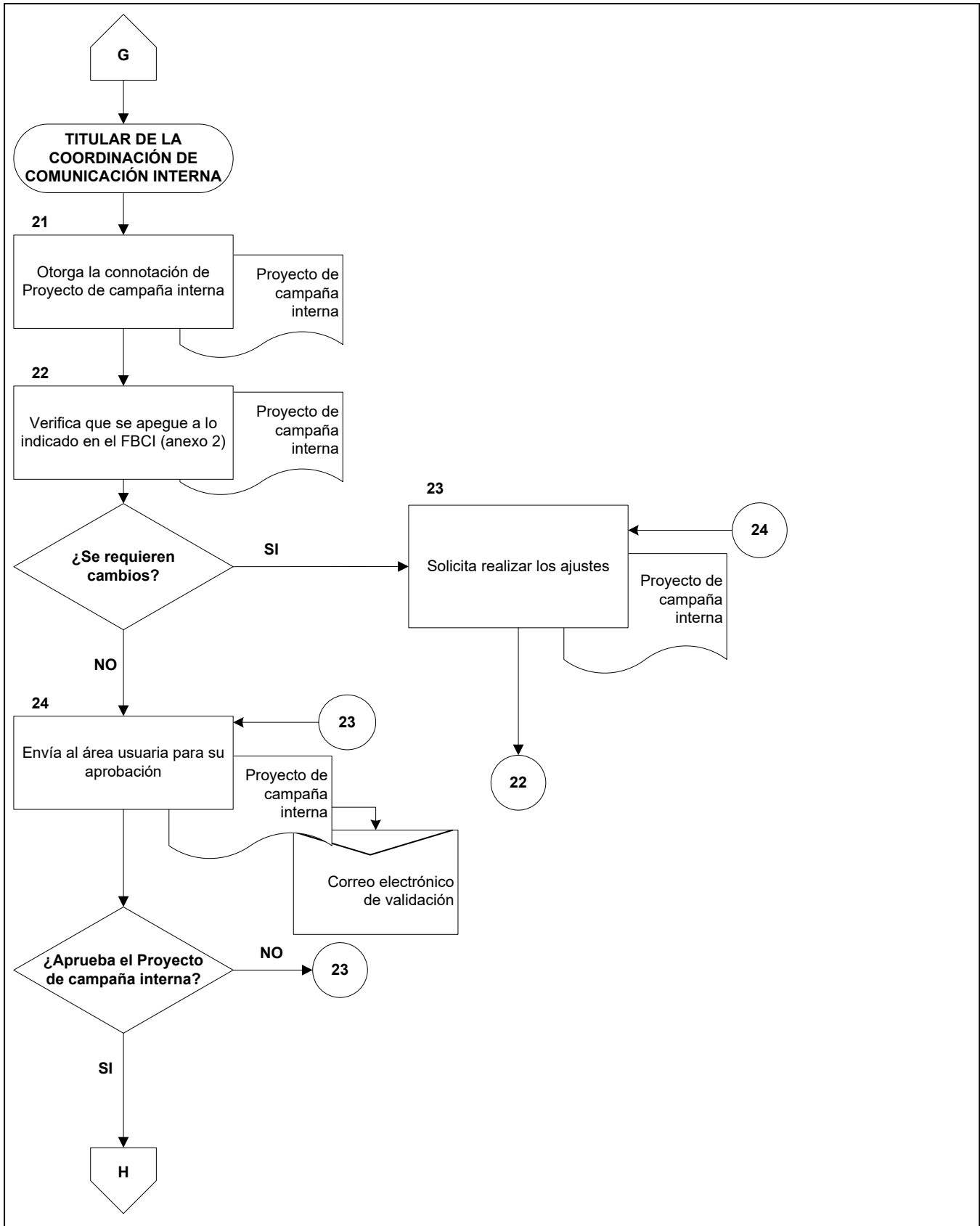


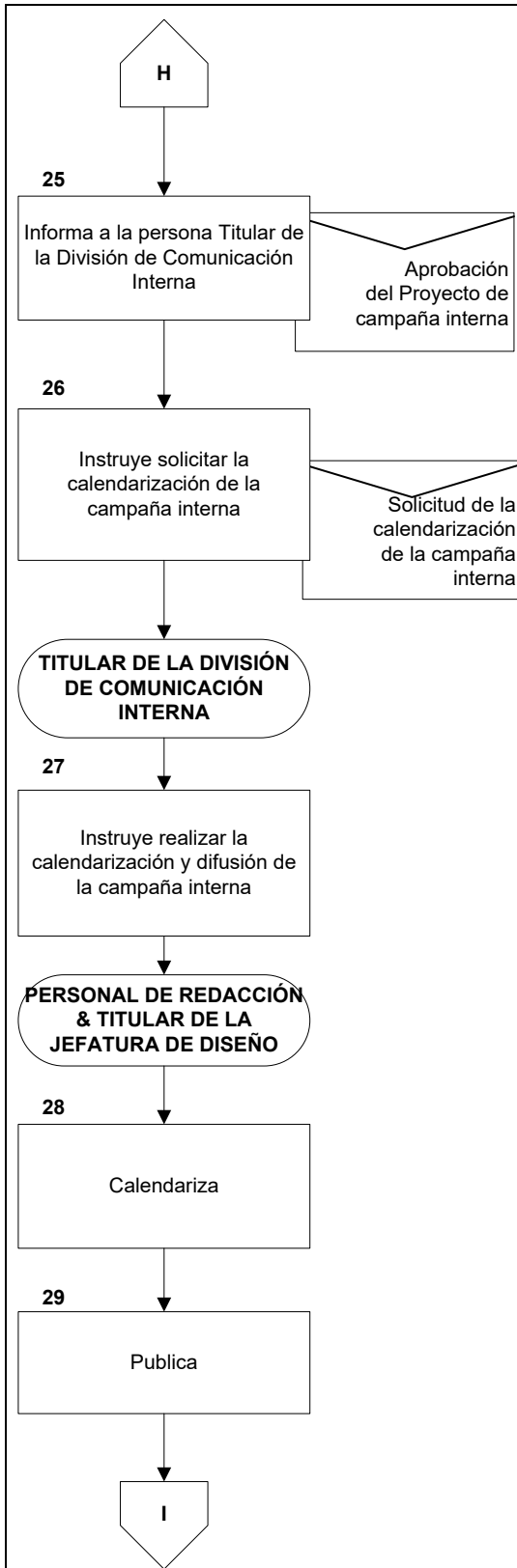


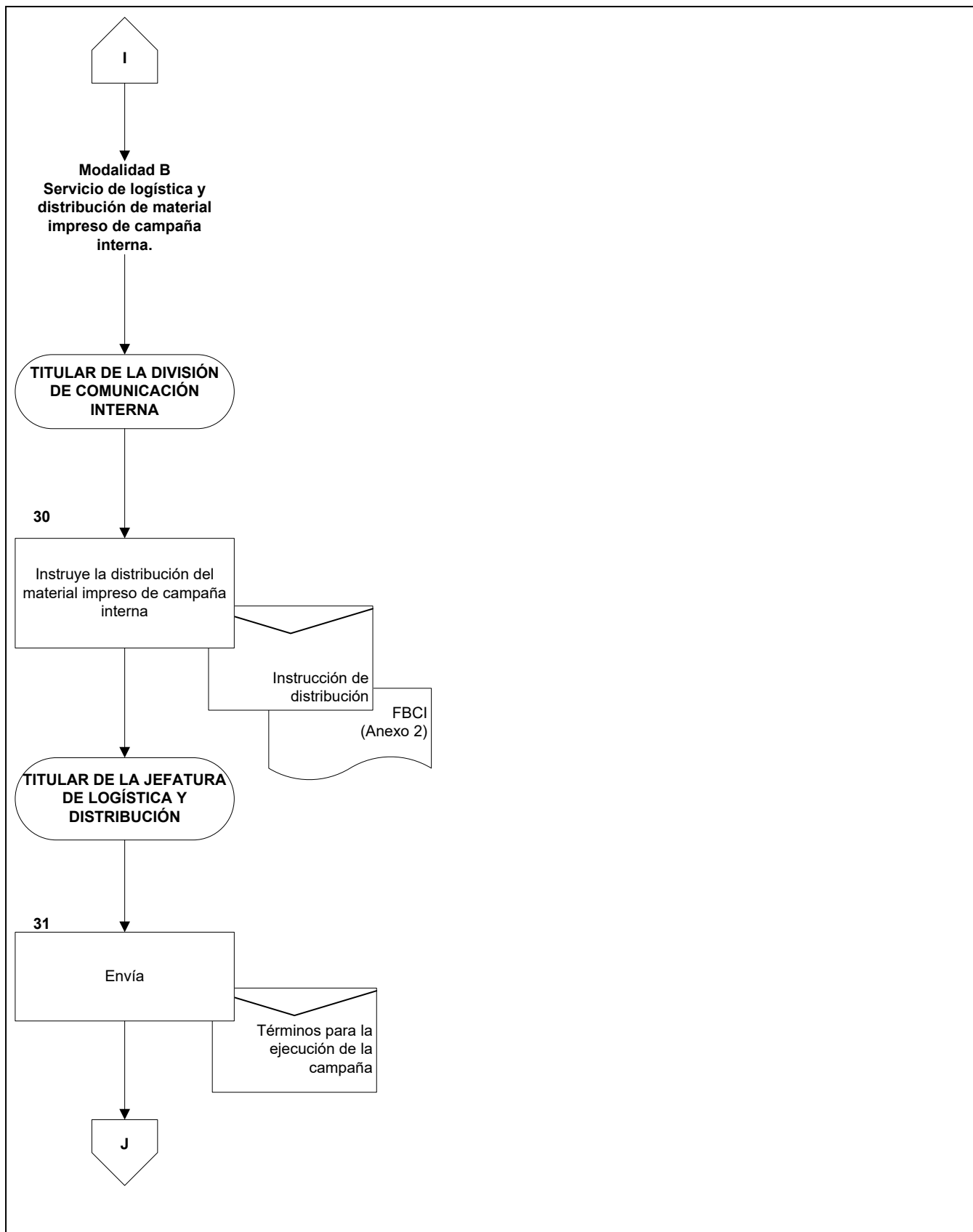


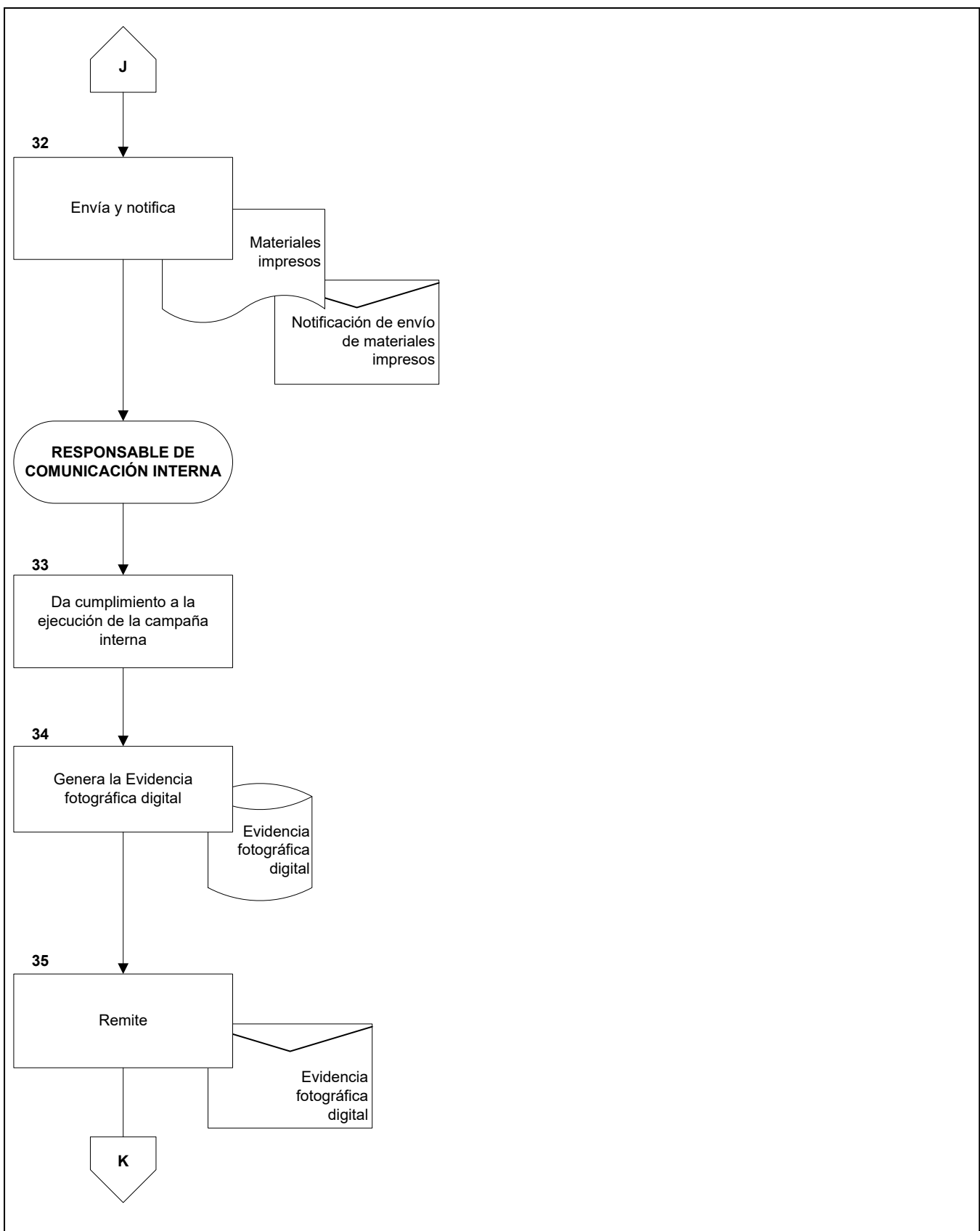


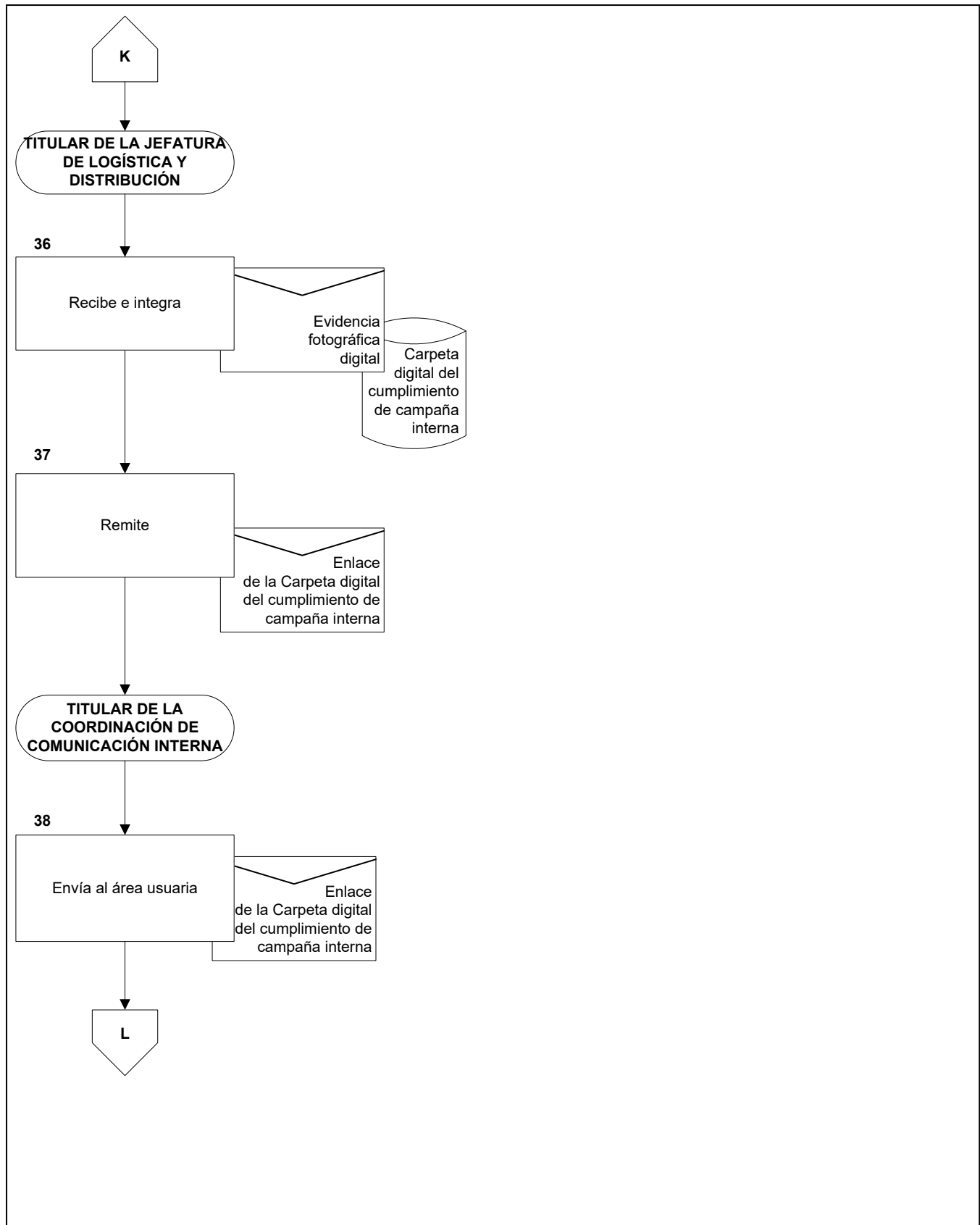


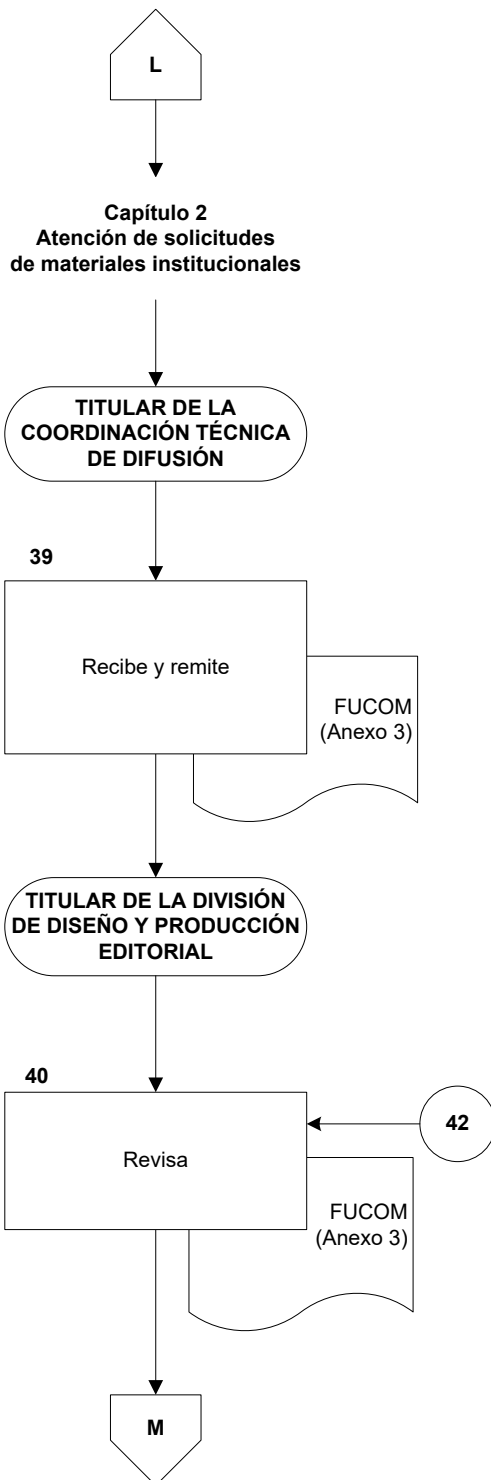


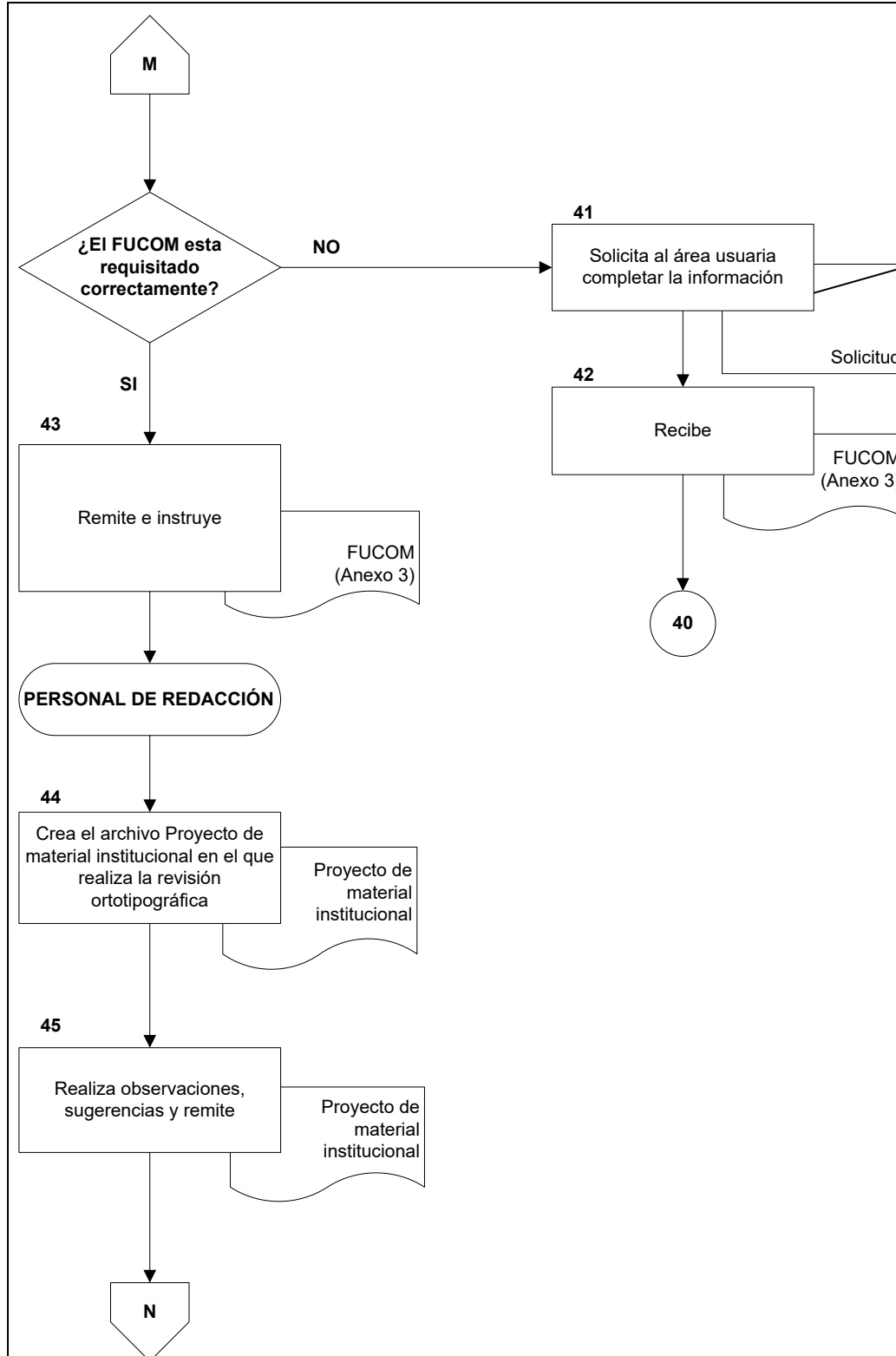


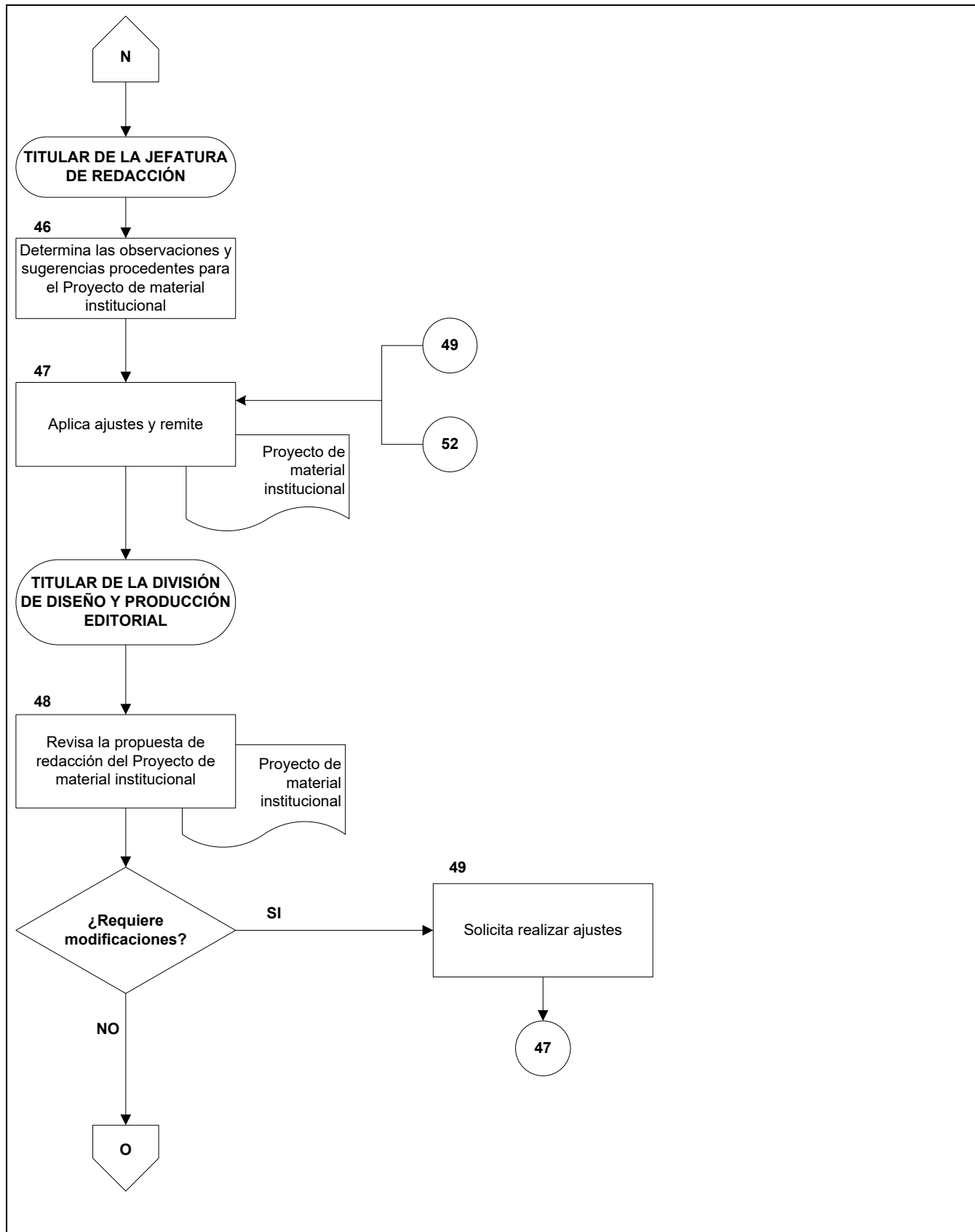


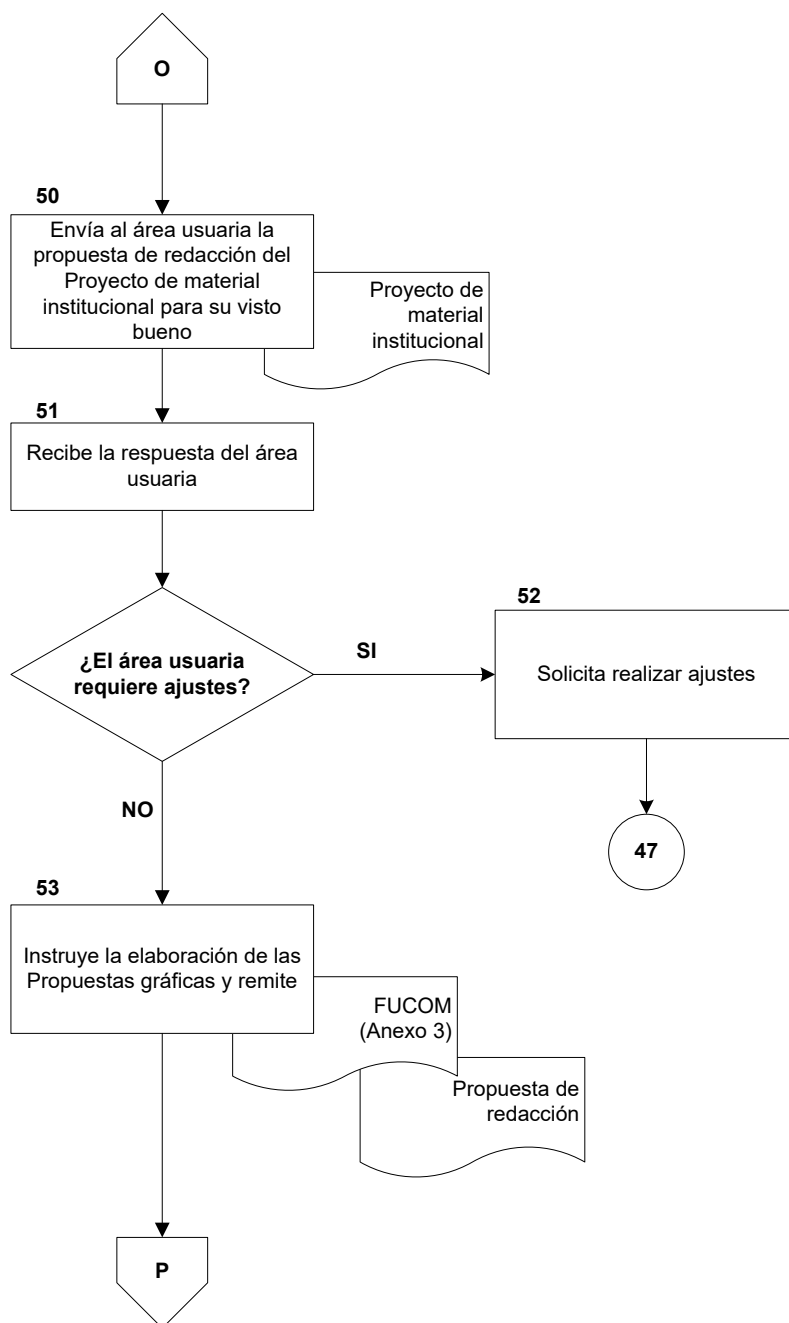


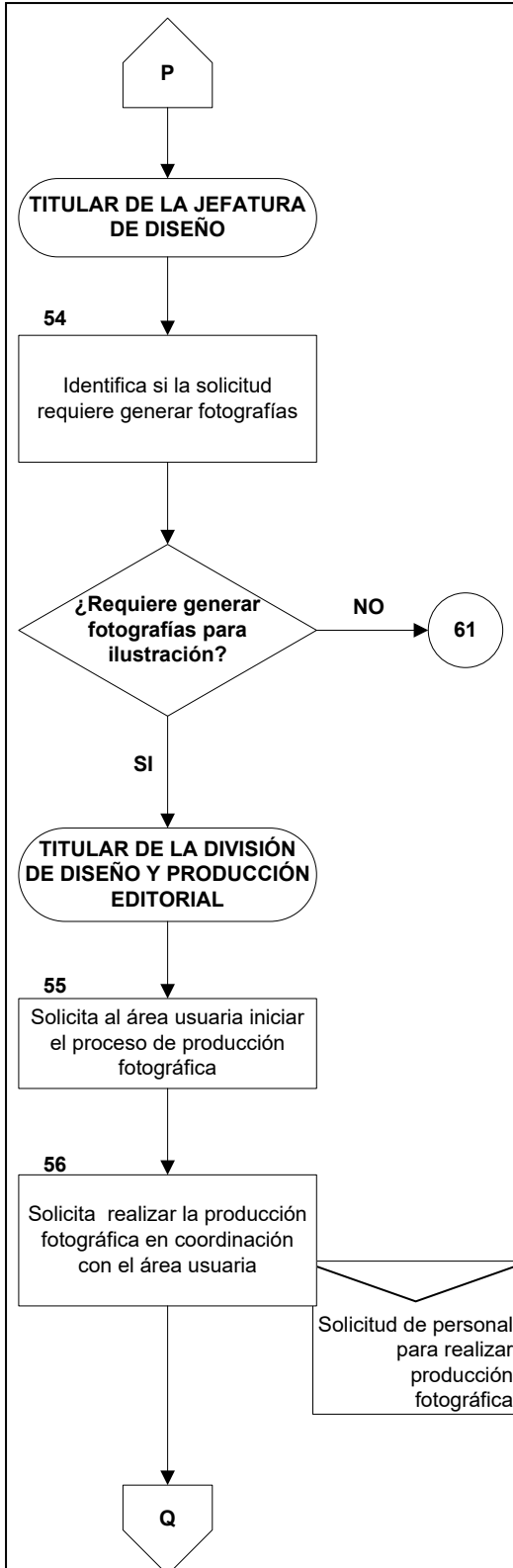


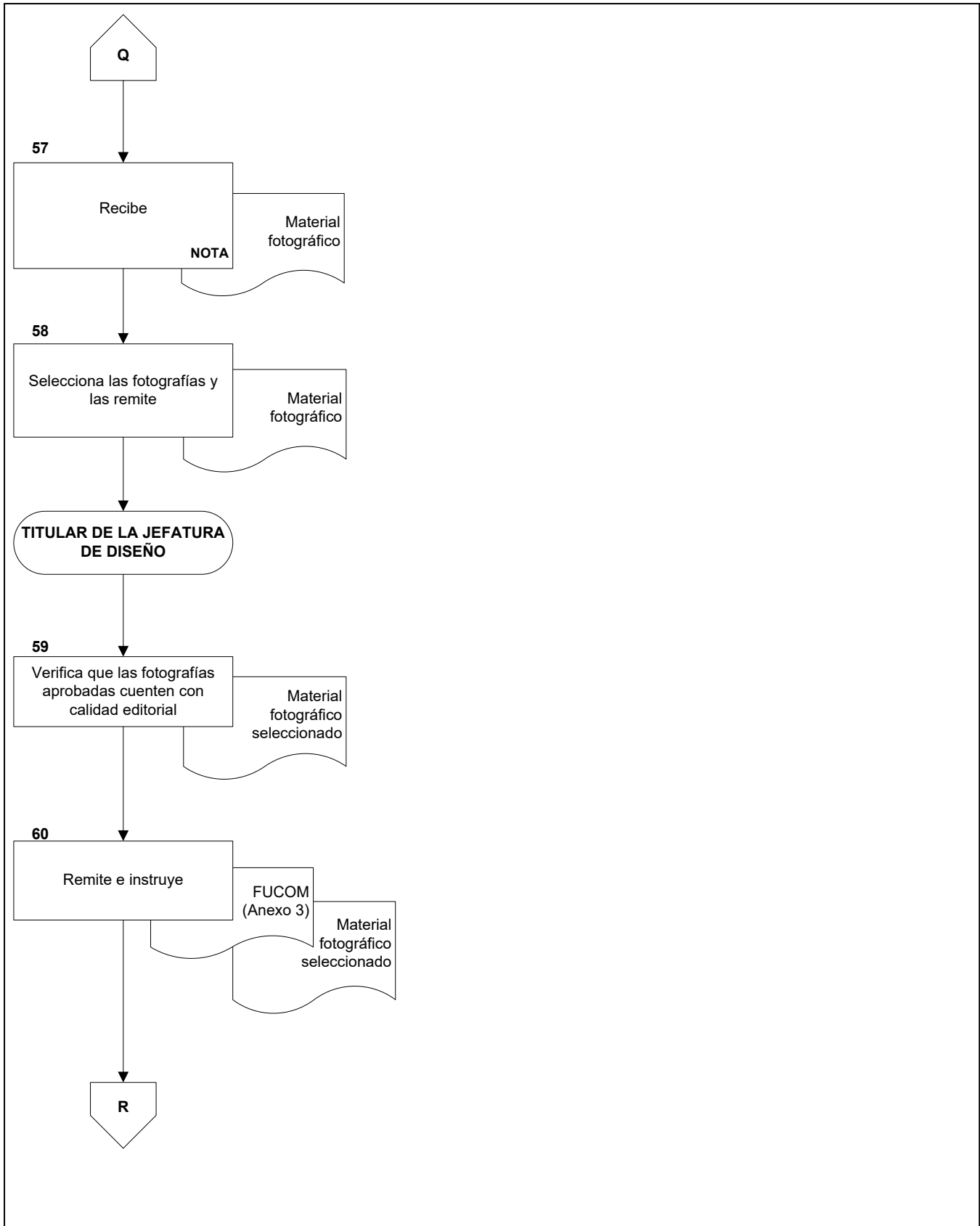


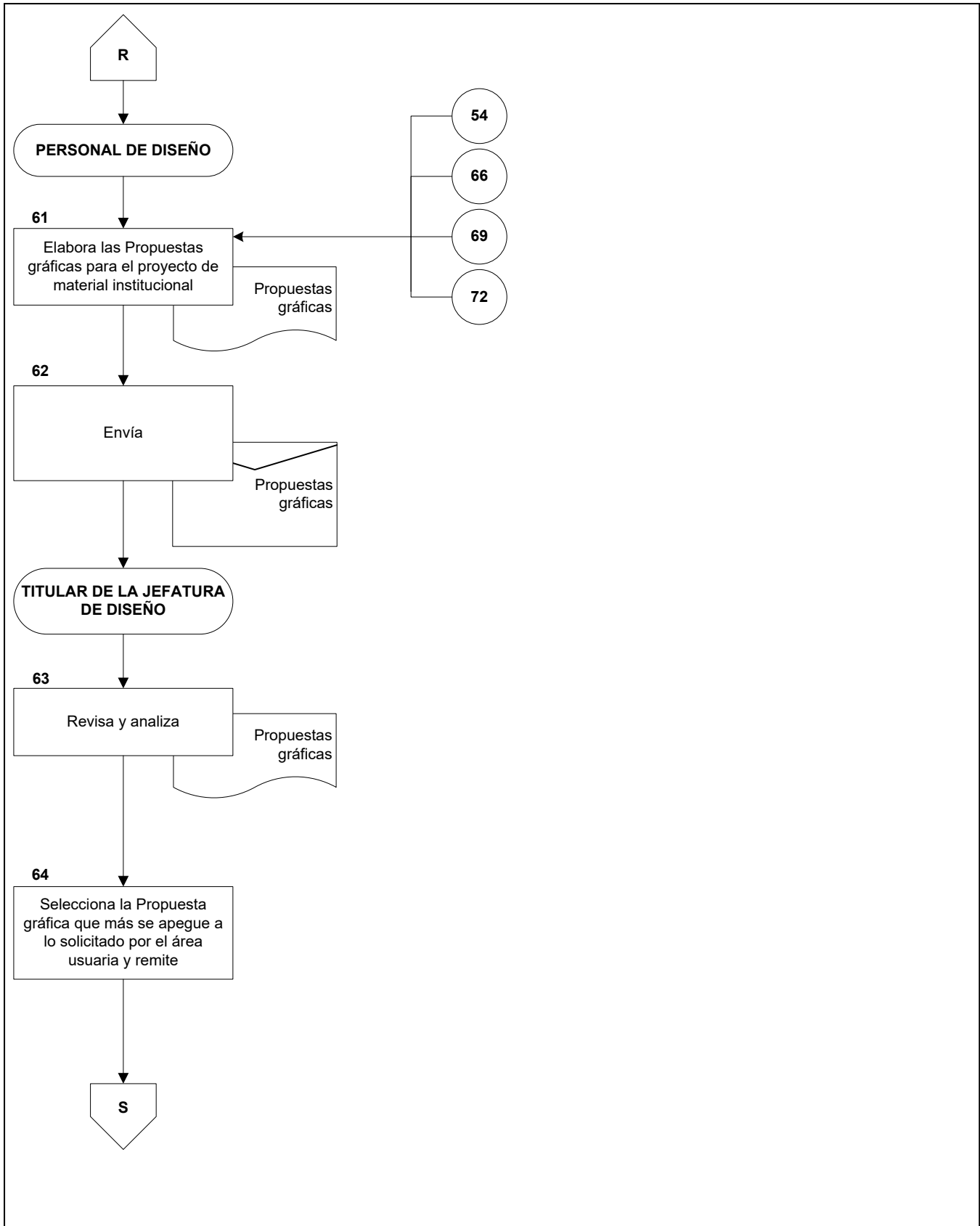


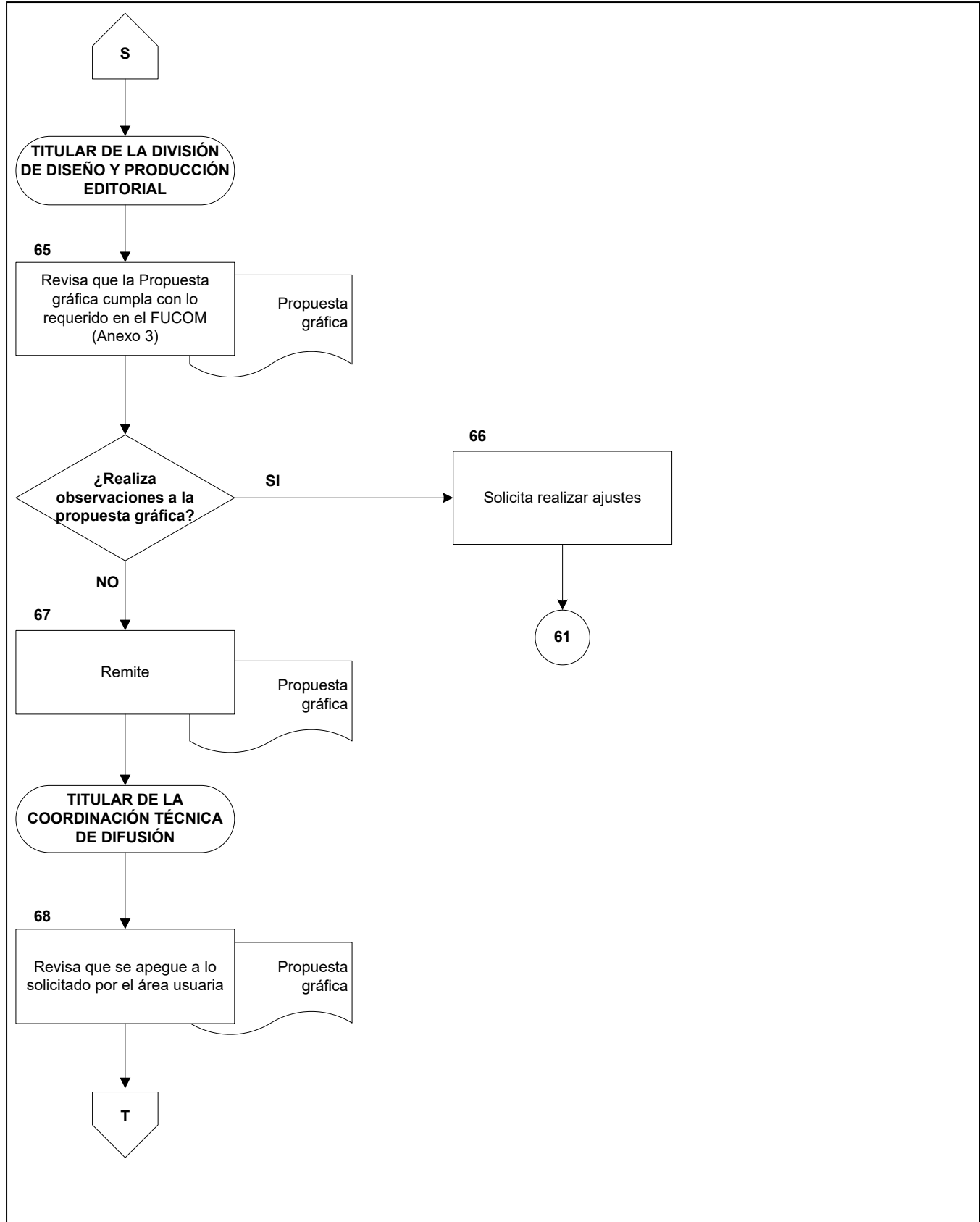


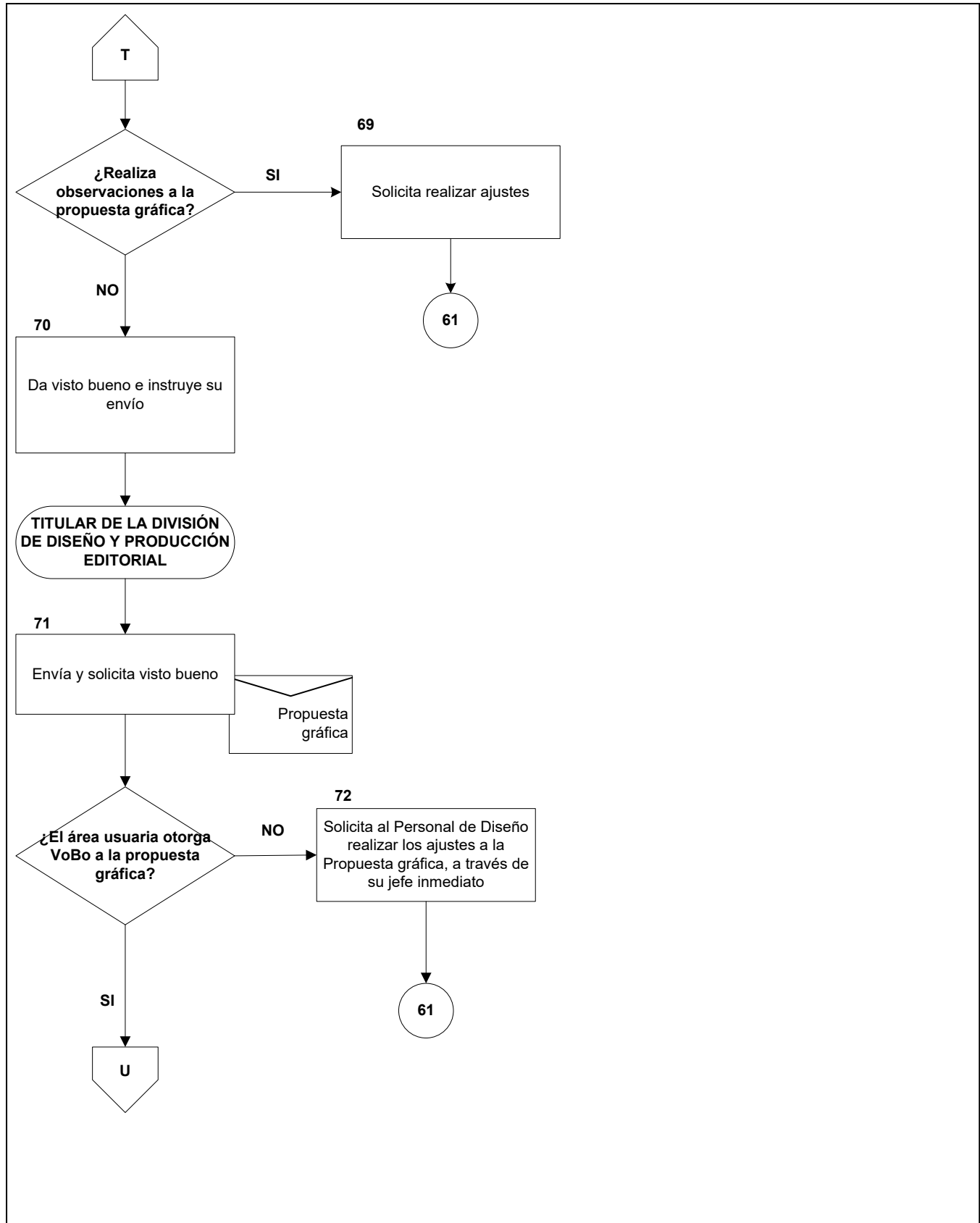


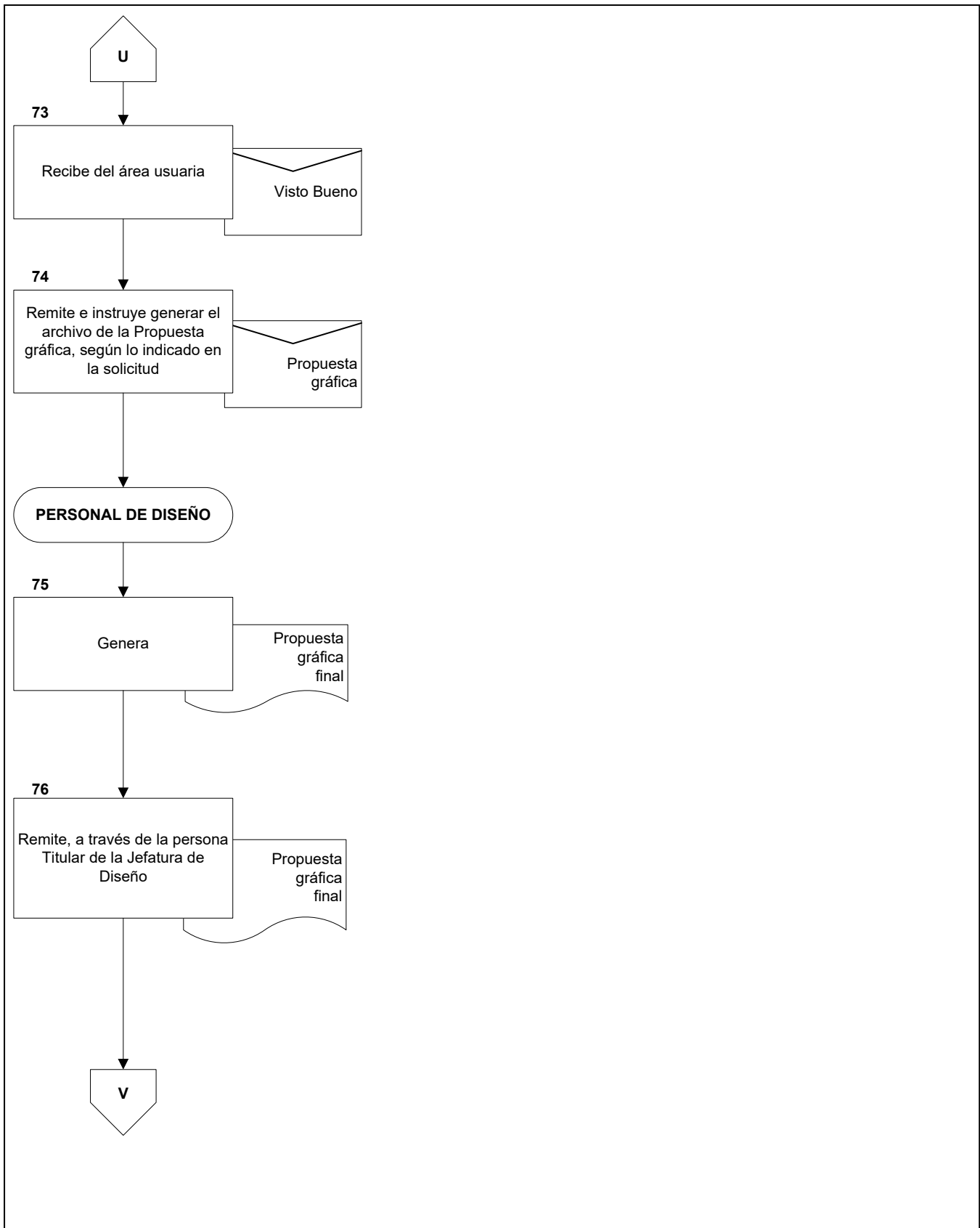


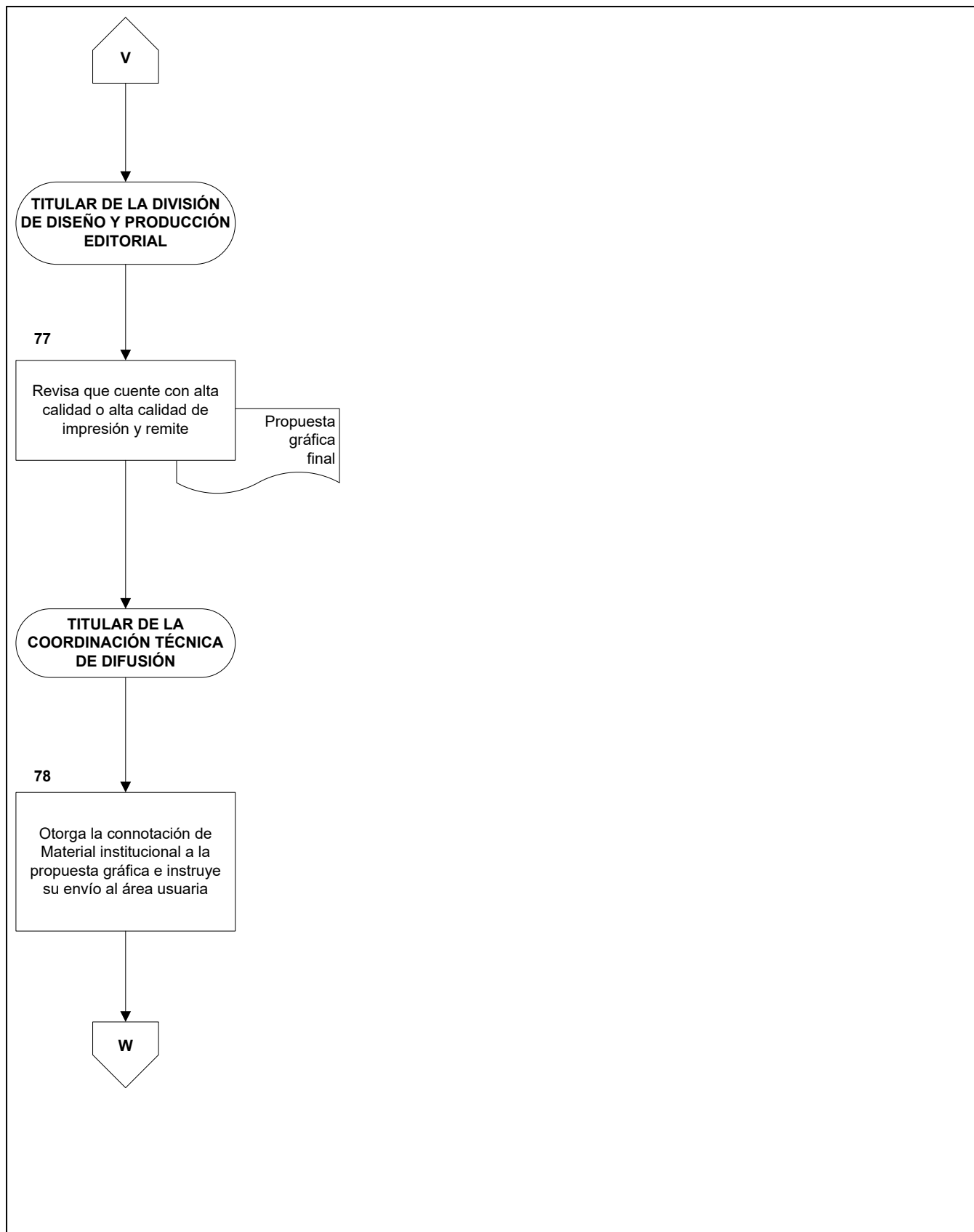


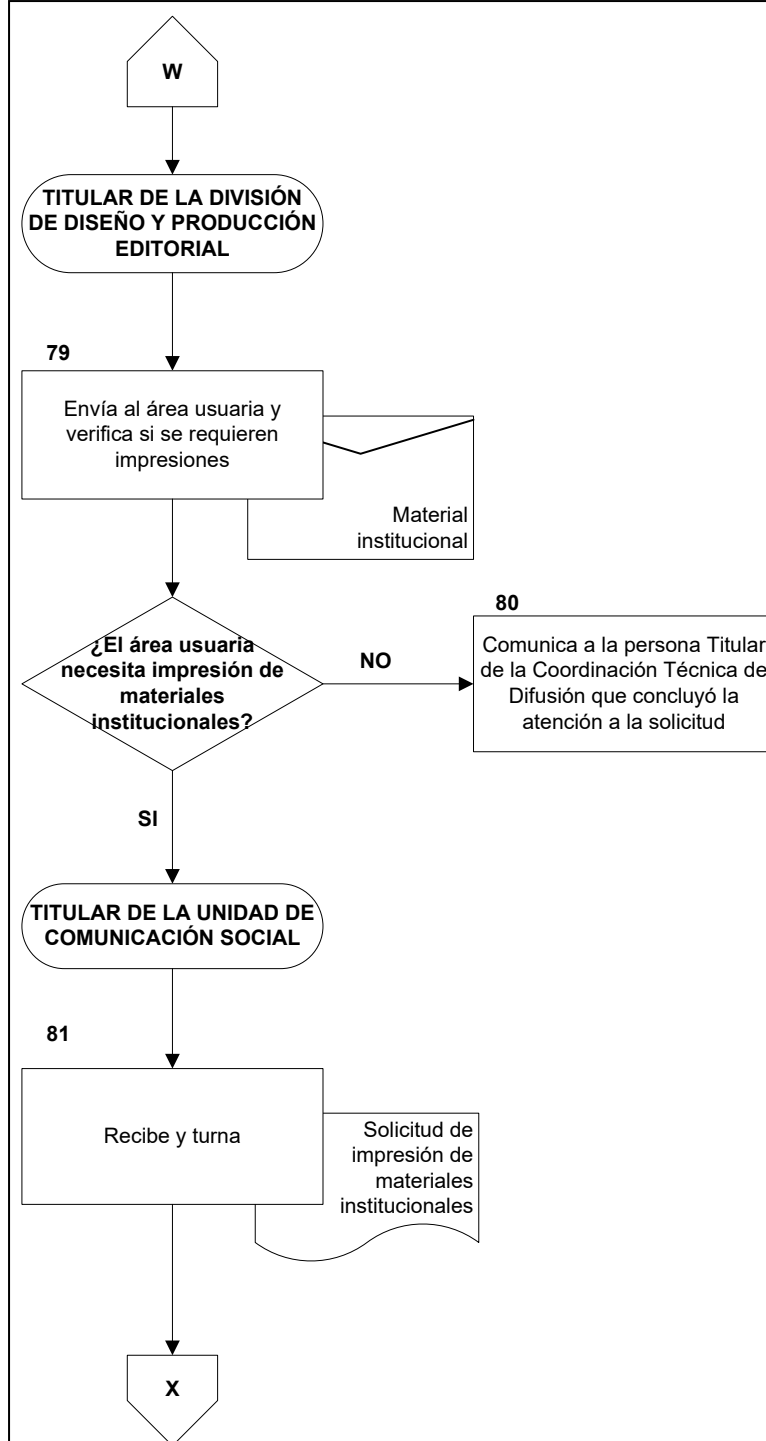


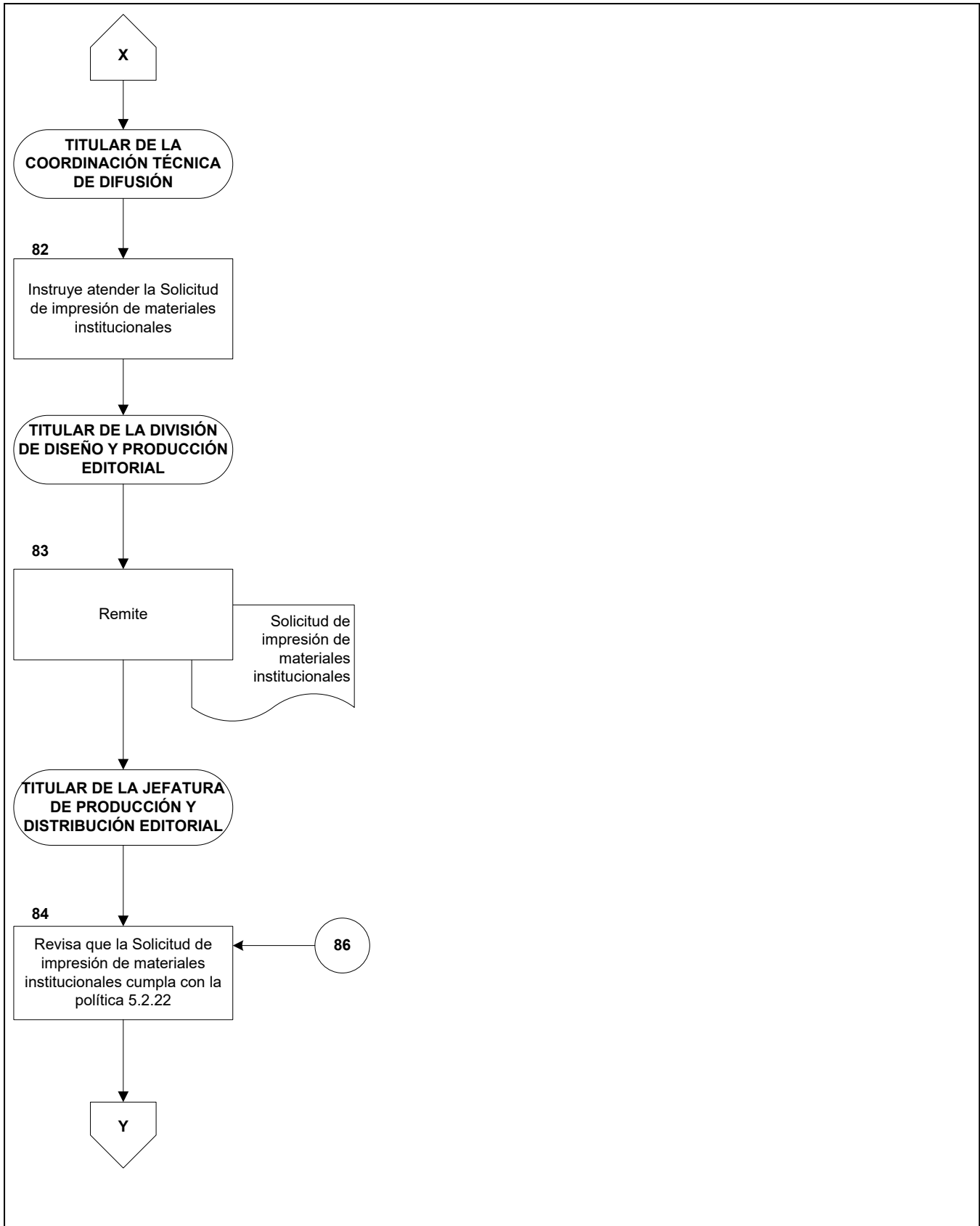


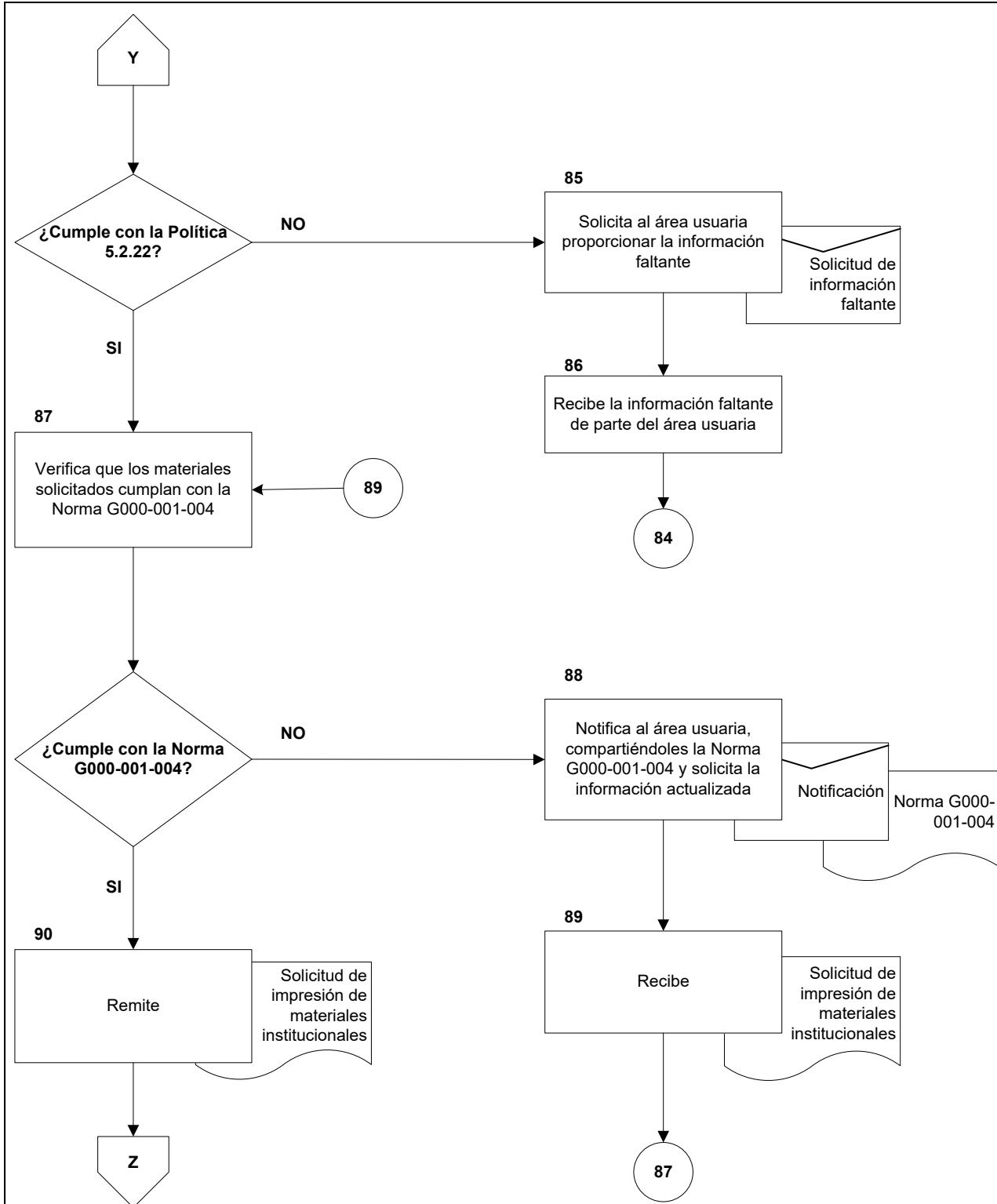


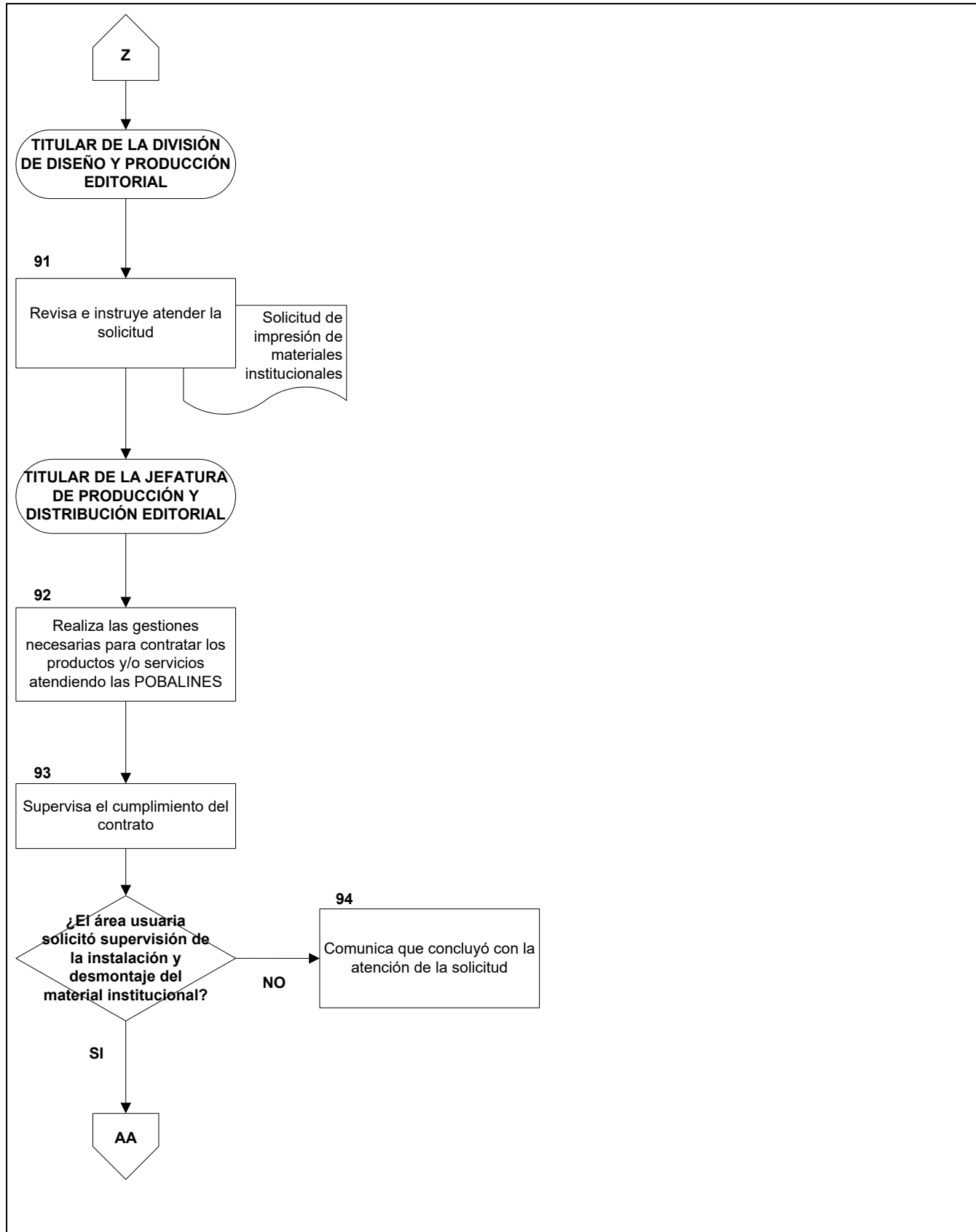


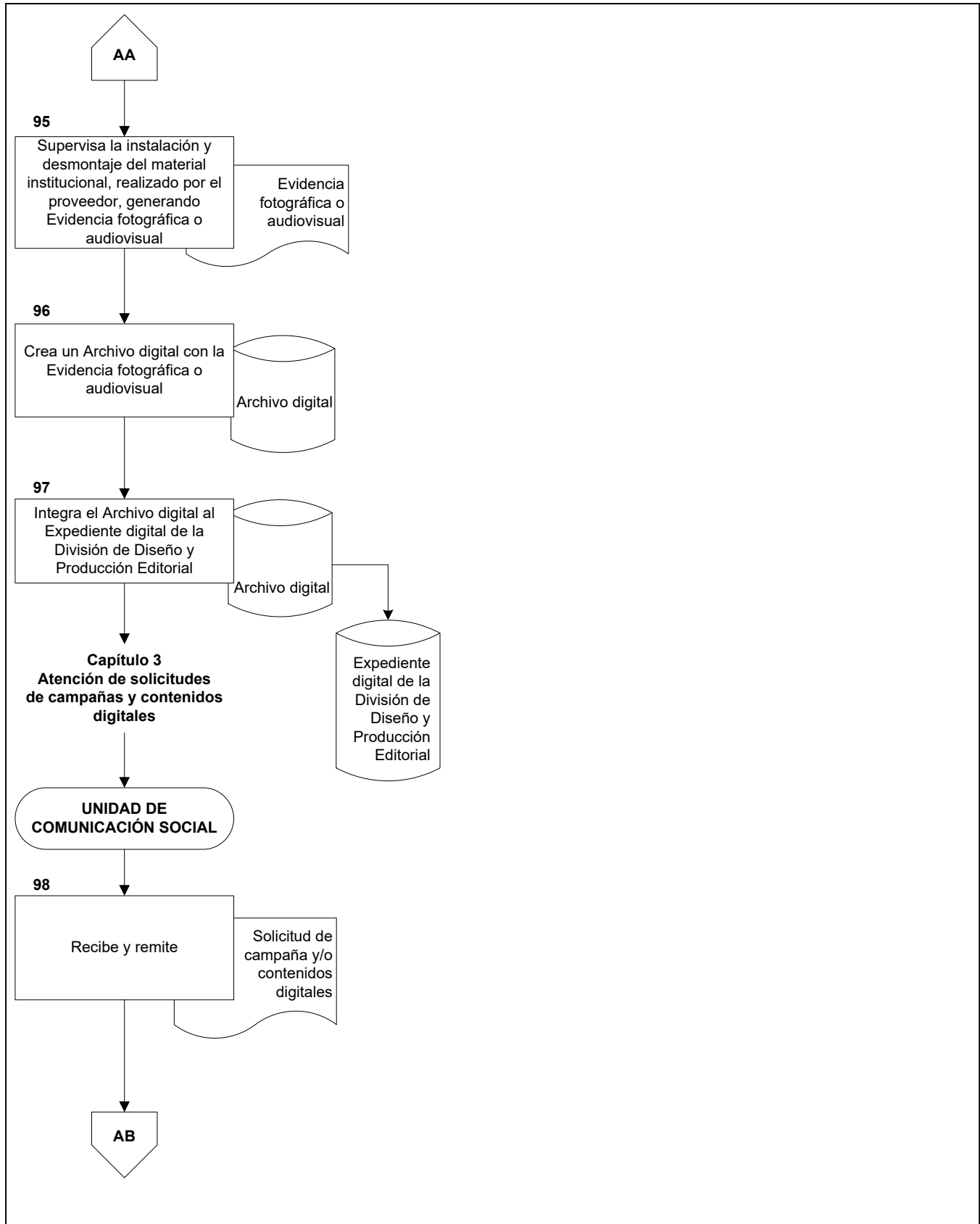


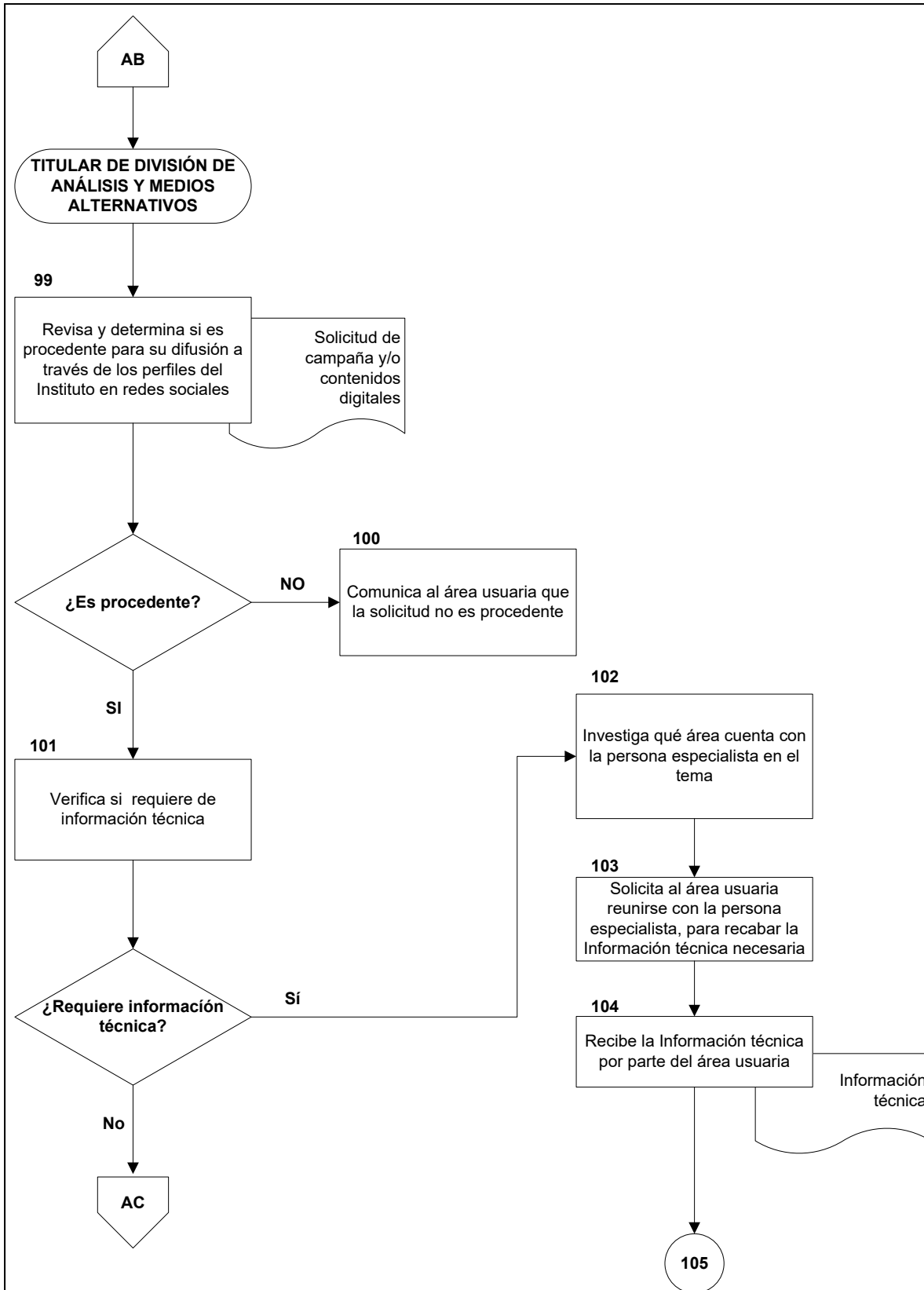


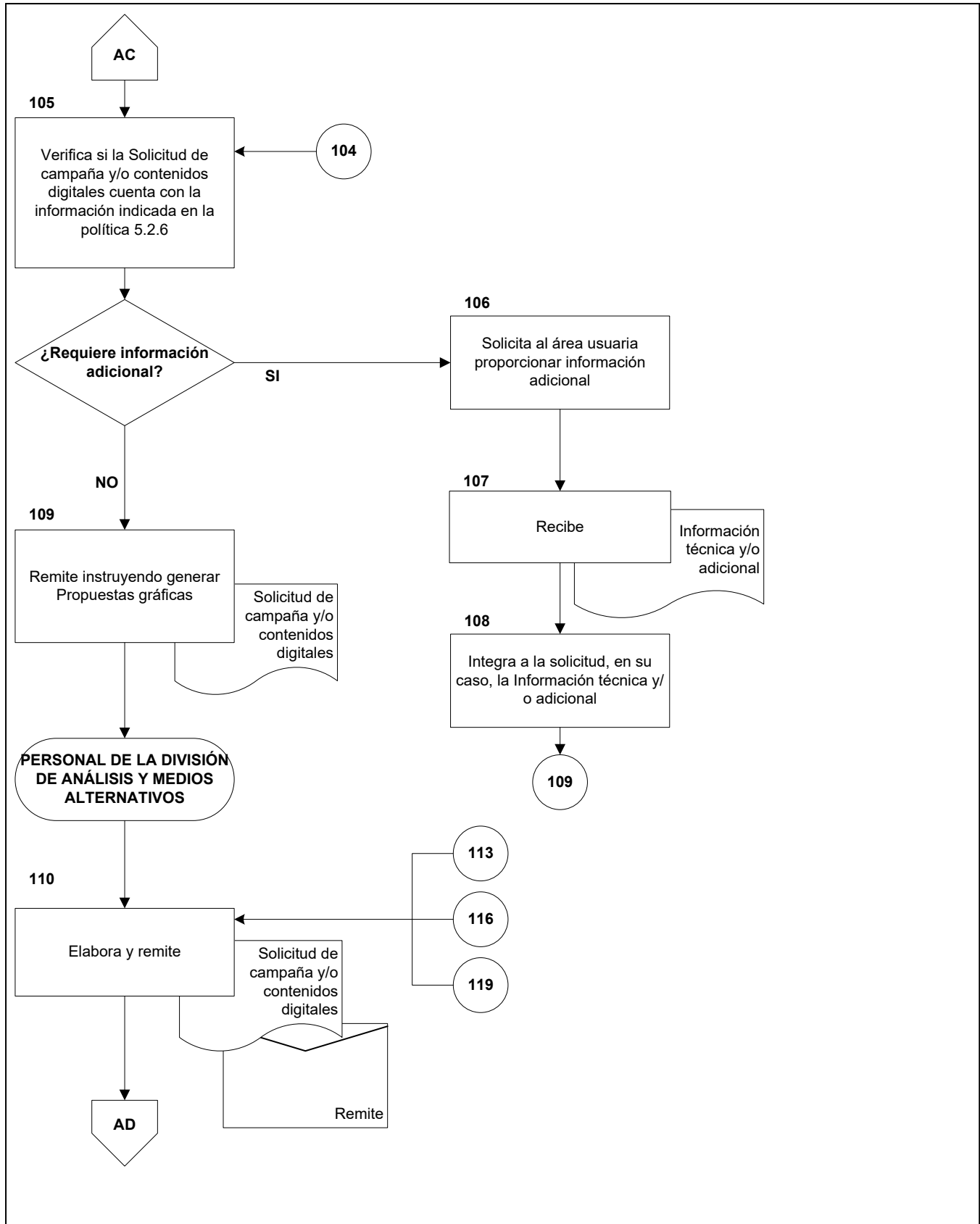


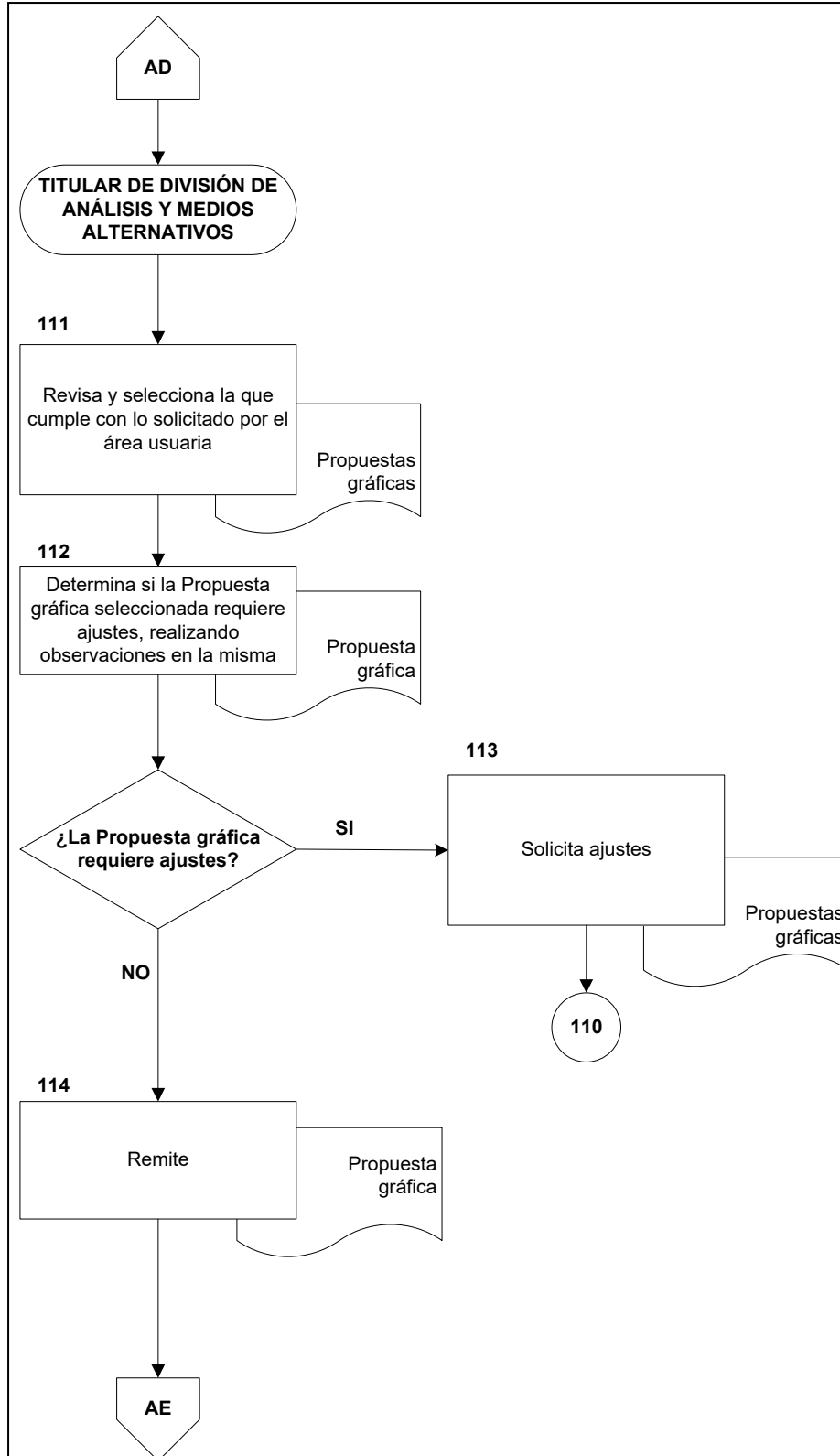


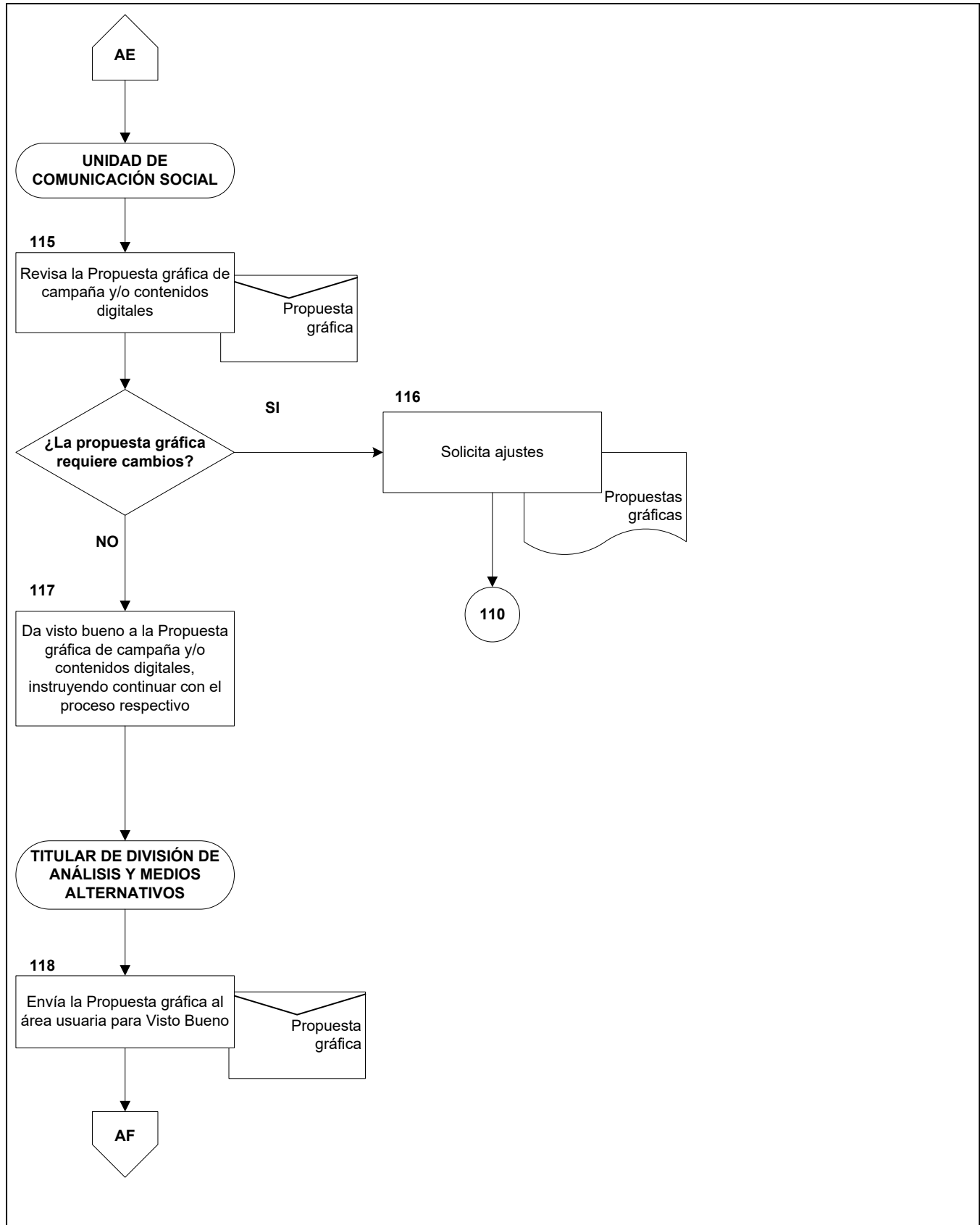


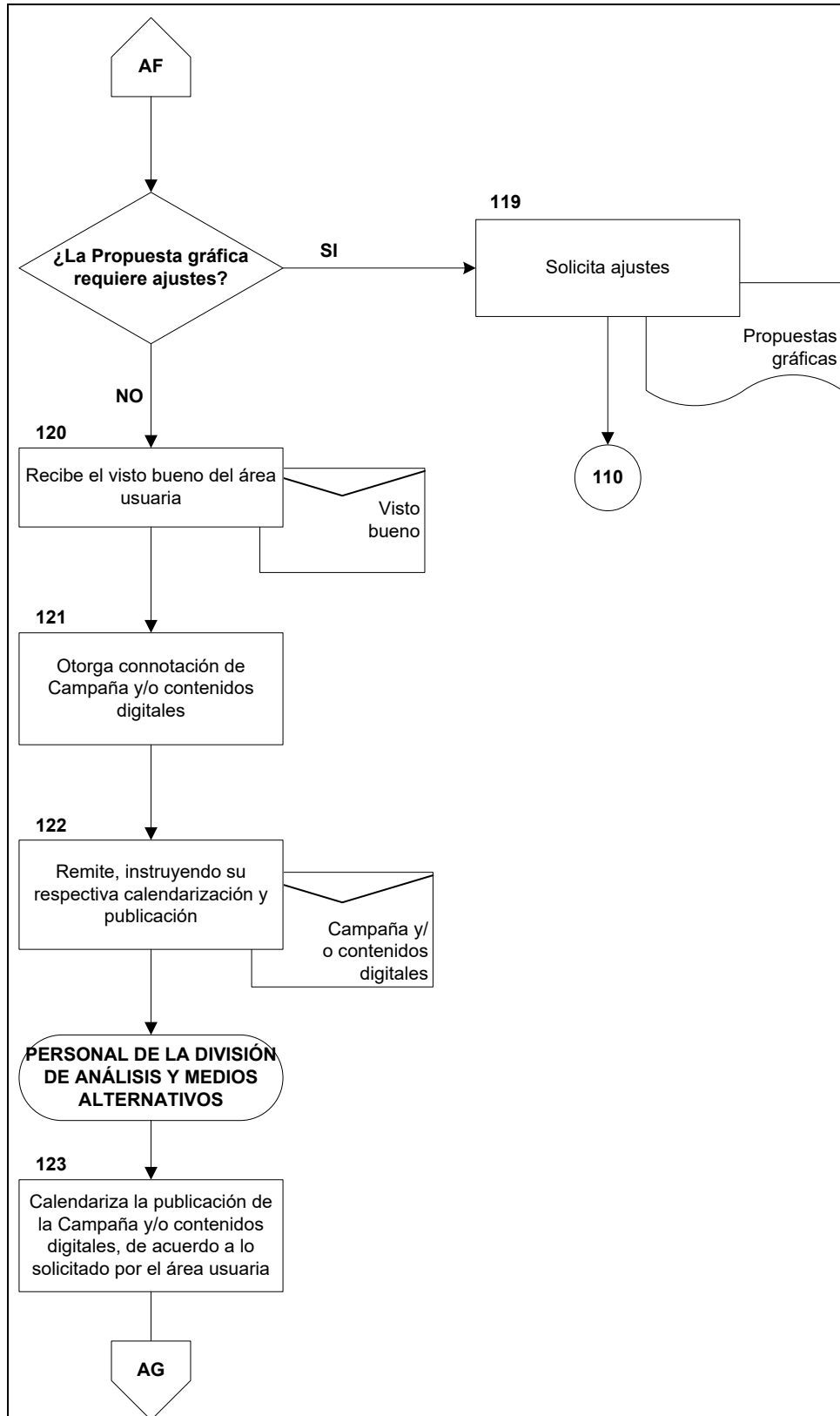


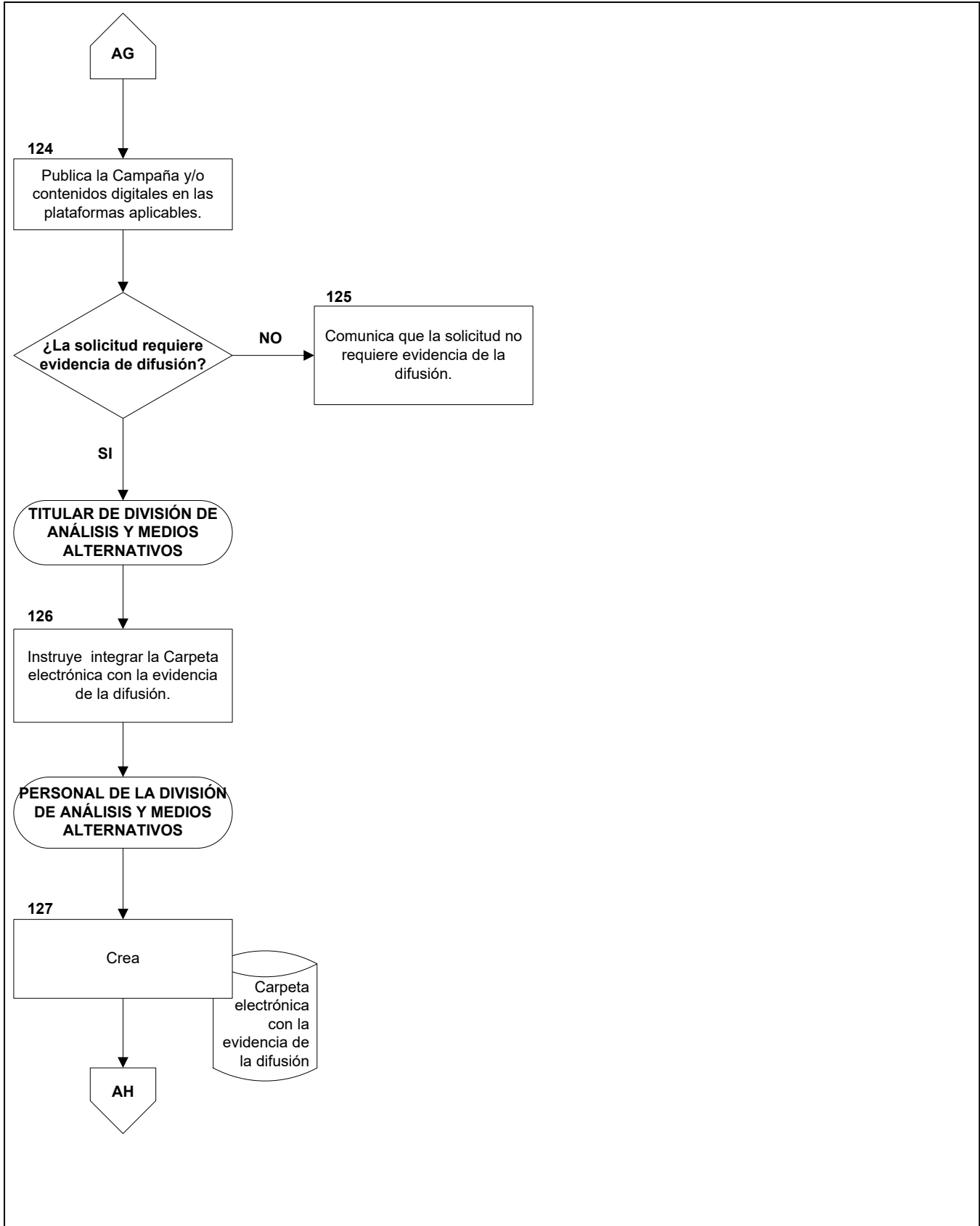


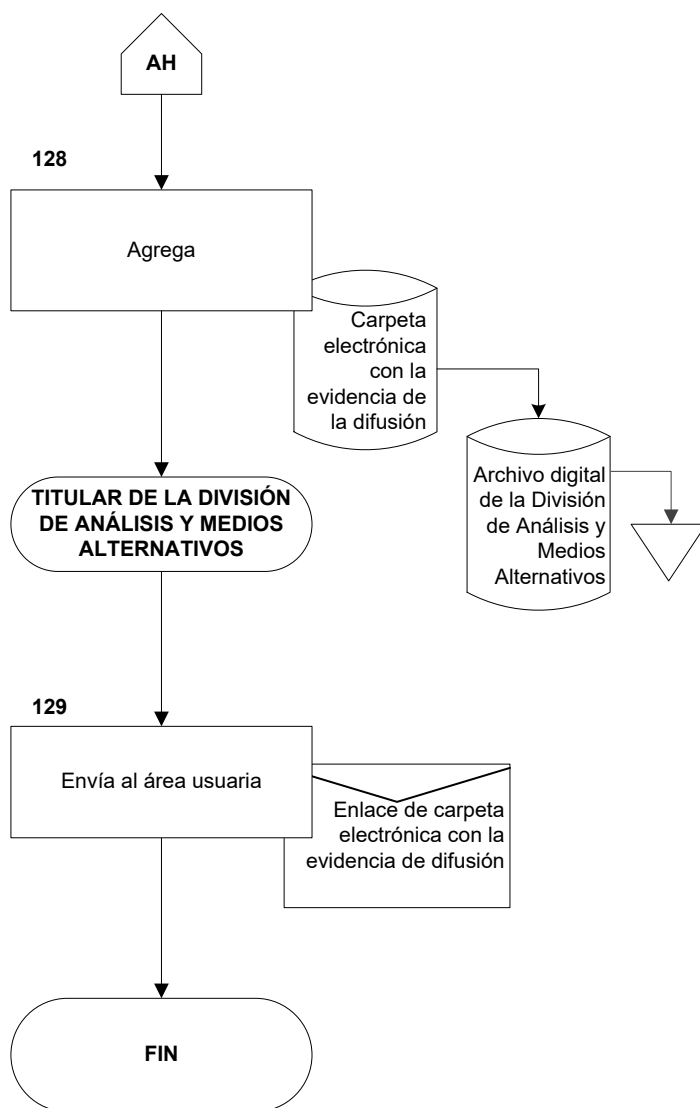














ANEXO 1

**Acuerdo del H. Consejo Técnico del IMSS
con número ACDO.AS2.HCT.310822/226.P.DA**



GOBIERNO DE
MÉXICO



Secretaría del
H. Consejo Técnico

Of N°09/9001/030000/ 1635

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.

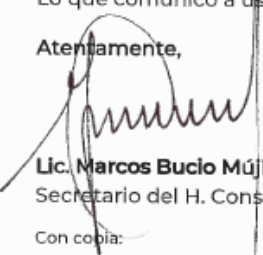




en la normatividad aplicable y en apego con las modificaciones organizacionales aprobadas en el presente Acuerdo. **Sexto.-** Los movimientos enuncados en el presente Acuerdo, entrarán en vigor a partir del 01 de septiembre de 2022".

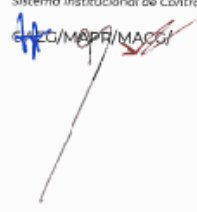
Lo que comunico a usted para su conocimiento.

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/MOPH/MACCI



ANEXO 2

Formato básico de comunicación interna GB00-A03-001



FORMATO BÁSICO DE COMUNICACIÓN INTERNA (FBCI)
UNIDAD DE COMUNICACIÓN SOCIAL • COORDINACIÓN DE COMUNICACIÓN
INTERNA

INFORMACIÓN GENERAL

ÁREA SOLICITANTE		FECHA DE SOLICITUD	
1		Día	Mes
		2	Año
NOMBRE DEL PROYECTO			
3			
NOMBRE DEL LÍDER DEL PROYECTO (CORREO, EXT Y TELÉFONOS)		ENLACE DE COMUNICACIÓN INTERNA	
4		5	

6 INFORMACIÓN DEL PROYECTO

- ☐ A) Diseño de campaña y/o mensaje de comunicación interna ☐ B) Logística y distribución

OBJETIVO DEL PROYECTO
7
¿QUÉ MENSAJE SE DESEA TRANSMITIR AL PERSONAL DEL IMSS?
8
9
EXISTEN CAMPAÑAS PREVIAS ☐ SI ☐ NO
EN CASO DE EXISTIR, ¿CUÁLES FUERON Y EN QUÉ FECHA SE PUBLICARON?
10

¿A QUÉ SECTOR DEL PERSONAL DEL IMSS DESEAMOS HACER LLEGAR EL MENSAJE?	¿QUÉ BENEFICIOS OBTENDRÁ EL PÚBLICO OBJETIVO A TRAVÉS DE ESTE PROYECTO?	
11	12	
13	MEDIOS DE COMUNICACIÓN REQUERIDOS Y PERIODICIDAD	
TIPO DE COBERTURA ☐ Nacional ☐ Regional ☐ Local	14	
SOLO EN CASO DE SELECCIONAR LA OPCIÓN "B" INDICAR FECHAS DE DISTRIBUCIÓN DE MATERIAL REQUERIDAS		
Día	Mes	Año
15		

16 VIGENCIA DE LA CAMPAÑA

INICIO			TÉRMINO		
Día	Mes	Año	Día	Mes	Año

*La información solicitada en el Formulario es enunciativa más no limitativa, la Coordinación de Comunicación Interna podrá solicitar información complementaria al área usuaria, y de ser necesario realizará ajustes al presente formato.



ANEXO 2
Formato básico de comunicación interna (FBCI)

INSTRUCTIVO DE LLENADO

No.	DATO	ANOTAR
1	Nombre del Campo 1	Área solicitante.
2	Nombre del Campo 2	Fecha de solicitud.
3	Nombre del Campo 3	Nombre del proyecto.
4	Nombre del Campo 4	Datos del líder del proyecto.
5	Nombre del Campo 5	Datos del enlace con Comunicación Interna.
6	Nombre del Campo 6	Información del proyecto.
7	Nombre del Campo 7	Objetivo del proyecto.
8	Nombre del Campo 8	Mensaje que desea transmitir.
9	Nombre del Campo 9	Existencia de campañas previas.
10	Nombre del Campo 10	Detalles de las campañas previas.
11	Nombre del Campo 11	Sector del personal IMSS a quien va dirigido el mensaje.
12	Nombre del Campo 12	Beneficios del del público objetivo a través del proyecto.
13	Nombre del Campo 13	Tipo de cobertura.
14	Nombre del Campo 14	Medios de comunicación requeridos, y periodicidad.
15	Nombre del Campo 15	Fechas de distribución, requeridas.
16	Nombre del Campo 16	Fechas de inicio y término de la campaña.



ANEXO 3

**Formato único de comunicación
GB00-A03-001**



FORMATO ÚNICO DE COMUNICACIÓN

UNIDAD DE COMUNICACIÓN SOCIAL



INFORMACIÓN GENERAL

AREA SOLICITANTE	FECHA DE SOLICITUD
1	2
DIRECCIÓN O COORDINACIÓN QUE APRUEBA EL PROYECTO:	
3	
NOMBRE DEL PROYECTO	
4	
ENLACE DEL PROYECTO (CORREO Y TELÉFONOS)	ANTECEDENTES DEL PROYECTO
5	6

INFORMACIÓN DEL PROYECTO

EN CASO DE EXISTIR ANTECEDENTES, ¿CUÁLES SON, EN QUÉ FECHA Y COMO SE DIFUNDIERON?:	
IMPRESO _____ E-MAIL _____ FACEBOOK ☐ X.COM ☐	
INSTAGRAM ☐ TELEGRAM ☐ WEB ☐ OTRA _____	
FECHA _____	7
DESCRIPCIÓN GENERAL	
8	
¿QUE MENSAJE SE DESEA TRANSMITIR?	
9	
DETALLAR LA POBLACIÓN OBJETIVO DEL MENSAJE	
10	
ALCANCE: ☐ Nacional ☐ Estatal	11
Otro (especifique):	
CARACTERÍSTICAS DE LOS MATERIALES	
Medidas requeridas (base x altura):	
Formato requerido:	12
Otro:	

FECHA DE DIFUSIÓN 13

14 Recuadro para ser llenado por personal de la UCS			
☐ Coordinación de Comunicación Interna	☐ Coordinación Técnica de Difusión	☐ Coordinación Técnica de Información	☐ Comunicación Digital

Las áreas deberán hacer llegar la solicitud de los materiales de trabajo o de difusión, al menos 15 días hábiles previos a la entrega del producto final, para el caso de los materiales impresos en gran formato se deberá tomar en cuenta el tiempo del proceso de impresión y montaje que realice el proveedor.
El presente formato es obligatorio y deberá ser dirigido a la persona titular de la Unidad de Comunicación Social (UCS), con base en lo recabado en el presente formato, la UCS sugerirá los mensajes, medios idóneos de difusión para la campaña, la duración y la periodicidad.

*La información solicitada en el Formulario es enunciativa más no limitativa, la Coordinación Técnica de Difusión podrá solicitar información complementaria al área usuaria, y de ser necesario realizará ajustes al presente formato.



ANEXO 3
Formato único de comunicación (FUCOM)

INSTRUCTIVO DE LLENADO

No.	DATO	ANOTAR
1	Encabezado	Los logos institucionales.
2	Nombre del Campo 1	Área solicitante.
3	Nombre del Campo 2	Fecha de solicitud.
4	Nombre del Campo 3	Dirección o coordinación que aprueba el proyecto.
5	Nombre del Campo 4	Nombre del proyecto.
6	Nombre del Campo 5	Enlace del proyecto (correo y teléfonos).
7	Nombre del Campo 6	Antecedentes del proyecto.
8	Nombre del Campo 7	Detalles del antecedente del proyecto.
9	Nombre del Campo 8	Descripción general del proyecto.
10	Nombre del Campo 9	Mensaje que desea transmitir.
11	Nombre del Campo 10	Población objetivo del mensaje.
12	Nombre del Campo 11	Alcance del proyecto.
13	Nombre del Campo 12	Características de los materiales.
14	Nombre del Campo 13	Fecha de difusión.
15	Nombre del Campo 14	Información a requisitar únicamente por el personal de la Unidad de Comunicación Social.