

ÁREA RESPONSABLE:

Subdirección de Relaciones Públicas y Atención Ciudadana

PROCEDIMIENTO:

Autorización y Producción de Campañas de Difusión

OBJETIVO ESTRATÉGICO:

Generar Programas de Comunicación Social y Relaciones Públicas, acordes a la Estrategia de Difusión e Imagen Institucional, con el fin de homologar los mensajes difundidos a la sociedad, a través de los medios de comunicación.

OBJETIVO

Autorizar las campañas de difusión y sus materiales respectivos ante la Dirección General de Normatividad de Contenidos (DGNC) de la Secretaría de Gobernación (SEGOB), a través de los medios de comunicación electrónicos, impresos y complementarios, para su posterior difusión.

LINEAMIENTOS DE OPERACIÓN

1. La Dirección General de Comunicación Social es la única facultada para gestionar la autorización de las campañas de difusión y sus materiales, ante la Dirección General de Normatividad de Contenidos de la SEGOB.
2. Solo serán recibidos los registros de transmisión para radio, televisión y complementarios, que cumplan con las disposiciones del documento “Condiciones para la Entrega de Registros de Transmisión por Radio, Televisión y Complementarios”.
3. Todos los formatos de registro y presentación de campañas serán elaborados por la Dirección General de Normatividad de Contenidos de la SEGOB, los cuales se revisan y actualizan anualmente.
4. La Dirección General de Comunicación Social será la única facultada para validar los formatos de registro y presentación de campañas de la Dirección General de Normatividad de Contenidos.

ÁREA RESPONSABLE:	Subdirección de Relaciones Públicas y Atención Ciudadana
PROCEDIMIENTO:	Autorización y Producción de Campañas de Difusión
DURACIÓN TOTAL:	38 días

DESCRIPCIÓN DEL PROCEDIMIENTO

Act. N°	Responsable	Descripción	Tiempo
01	Departamento de Comunicación Gráfica	Elabora las propuestas de materiales creativos de las campañas de difusión de la SCT.	5 días
02		Revisa con la Subdirección de Relaciones Públicas y Atención Ciudadana las propuestas creativas de las campañas para verificar contenido, imagen institucional y su alineación al objetivo comunicacional.	1 día
03	Subdirección de Relaciones Públicas y Atención Ciudadana	Revisa las propuestas creativas en coordinación con la Dirección General de Comunicación Social.	1 día
		EXISTEN CORRECCIONES	
04		SÍ Solicita al Departamento de Comunicación Gráfica la atención a las correcciones y presenta nuevamente la propuesta creativa corregida. (Regresa Actividad 3)	1 día
05		NO Solicita a la DGCS su validación para proceder a la autorización y registro ante Presidencia de la República y la SEGOB.	1 día
06		Envía las propuestas creativas a la Dirección de Evaluación de Campañas Gubernamentales de la DGNC de la SEGOB, la que a su vez envía a la Dirección General de Imagen, Publicidad y Medios de la Presidencia de la República, para su revisión y validación.	3 días
		EXISTEN CORRECCIONES	

ÁREA RESPONSABLE:	Subdirección de Relaciones Públicas y Atención Ciudadana
PROCEDIMIENTO:	Autorización y Producción de Campañas de Difusión
DURACIÓN TOTAL:	38 días

DESCRIPCIÓN DEL PROCEDIMIENTO

Act. N°	Responsable	Descripción	Tiempo
07	Subdirección de Relaciones Públicas y Atención Ciudadana	SÍ Informa y solicita al Departamento de Comunicación Gráfica realice los cambios indicados por la SEGOB y la Presidencia de la República. (Regresa Actividad 2)	1 día
08		NO Recibe la notificación de autorización de las propuestas creativas de la Dirección de Evaluación de Campañas Gubernamentales de la DGNC de la SEGOB, vía correo electrónico.	
09		Reenvía la notificación de autorización a la Dirección General de Comunicación Social para su conocimiento, la imprime y archiva para su respaldo.	
10		Inicia la elaboración de los materiales de las campañas de la SCT, conforme a la calendarización del <i>brief</i> de la campaña de difusión, con el proveedor autorizado.	5 día
11		Negocia las tarifas y solicita a los medios de comunicación seleccionados, las propuestas de pautas de transmisión correspondientes a las campañas autorizadas.	2 día
12		Revisa las pautas y elabora el Formato de “Presentación de Campañas” (MP-111-PR04-P02-F01) para su registro ante la DGNC de la SEGOB.	1 día
13		Elabora el oficio para el envío del Formato de Presentación de Campañas, dirigido a la DGNC de la SEGOB, lo envía y recaba el acuse correspondiente.	1 día

ÁREA RESPONSABLE:	Subdirección de Relaciones Públicas y Atención Ciudadana
PROCEDIMIENTO:	Autorización y Producción de Campañas de Difusión
DURACIÓN TOTAL:	38 días

DESCRIPCIÓN DEL PROCEDIMIENTO

Act. N°	Responsable	Descripción	Tiempo
14	Subdirección de Relaciones Públicas y Atención Ciudadana	Recibe los materiales de las campañas y revisa que cumplan con los contenidos acordados, la imagen institucional y la alineación a los objetivos comunicacionales, en coordinación con la Dirección General de Comunicación Social, para su posterior autorización ante la SEGOB y la Presidencia de la República.	
		EXISTEN CORRECCIONES	
15		SÍ Solicita al proveedor correspondiente elabore las correcciones necesarias. (Regresa Actividad 14)	1 día
16		NO Envía los materiales de las campañas a la Dirección de Campañas Gubernamentales de la DGNC de la SEGOB, para su revisión y posterior autorización, la cual a su vez los envía a la Dirección General de Imagen, Publicidad y Medios, de la Presidencia de la República.	3 días
		EXISTEN CORRECCIONES	
17		SÍ Recibe las observaciones de la DGNC y/o la Presidencia de la República, informa al proveedor correspondiente y le solicita la elaboración de los cambios. (Regresa Actividad 14)	2 días
18		NO Recibe de la Dirección de Evaluación de Campañas Gubernamentales de la DGNC, la autorización de los materiales de las campañas de la Secretaría, vía correo electrónico.	1 día
			1 día

ÁREA RESPONSABLE:	Subdirección de Relaciones Públicas y Atención Ciudadana
PROCEDIMIENTO:	Autorización y Producción de Campañas de Difusión
DURACIÓN TOTAL:	38 días

DESCRIPCIÓN DEL PROCEDIMIENTO

Act. N°	Responsable	Descripción	Tiempo
19	Subdirección de Relaciones Públicas y Atención Ciudadana	Reenvía la autorización a la Dirección General de Comunicación Social para su conocimiento, la imprime y archiva en el expediente correspondiente.	3 días
20		Proporciona a la Dirección de Administración de la Dirección General de Comunicación Social, las propuestas económicas por cada medio, para que prepare la carpeta de contratación de la difusión de campañas, ante el Comité de Adquisiciones (CAS), de la SCT.	8 días
21	Dirección de Administración	Presenta las carpetas que justifican la contratación de medios de comunicación ante el Comité de Adquisiciones, para su valoración y aprobación.	1 día
22		Recibe la notificación de autorización de la contratación de medios para difusión de las campañas e informa a la Subdirección de Relaciones Públicas y Atención Ciudadana para las actividades conducentes.	
		TERMINA EL PROCEDIMIENTO	

PRESENTACIÓN DE CAMPAÑAS DE COMUNICACIÓN SOCIAL 2010

Cabeza de Sector: 1
 Dependencia o Entidad: 2

Naturaleza Jurídica: 3
 Fecha de elaboración: 4

INFORMACIÓN GENERAL DE LA CAMPAÑA

Nombre de la Campaña:	5
Versión (es):	6
Clasificación de Campaña:	7
Coemisor (es):	8
Objetivo institucional:	9
Objetivo de comunicación:	10
Meta a alcanzar:	11
Vigencia de Campaña	12 FECHA DE INICIO: 08-MAR-2010 FECHA DE TÉRMINO: 15-MAY-2010
Población objetivo primaria	MUJERES Y HOMBRES / 19 A 24, 25 A 34, 35 A 44, AÑOS / NSE: AB, C+, C, D+, D, E, / POBLACIÓN: URBANA Y RURAL
Señalar características específicas:	13
En su caso, población objetivo secundaria	14
Señalar características específicas:	15
Cobertura	NACIONAL

Página 1

PLAN DE MEDIOS A UTILIZAR

Medios de difusión a utilizar	Tiempos oficiales / comerciales / medios públicos	Recursos a erogar (miles de pesos / I.V.A. incluido)	Vigencia por tipo de medio	Formato del mensaje	Muestras de materiales
Televisoras	T. COMERCIALES / MEDIOS PÚBLICOS	17 12,319.92	DEL 8 DE MARZO DE 2010 AL 15 DE MAYO DE 2010	SPOT(30")PUBLICIDAD VIRTUAL .	20 GUIÓN VISUAL
Radiodifusoras	T. COMERCIALES / MEDIOS PÚBLICOS	12,453.57	DEL 8 DE MARZO DE 2010 AL 15 DE MAYO DE 2010	SPOT(30")	GUIÓN RADIOFÓNICO
Diarios Editados en el D.F.		2,794.66	DEL 8 DE MARZO DE 2010 AL 15 DE MAYO DE 2010	1/2 PLANA, 1/4 PLANA, 1/8 PLANA, ROBAPLANA, A COLOR	BOCETO
Diarios Editados en los Estados		4,537.99	DEL 8 DE MARZO DE 2010 AL 15 DE MAYO DE 2010	1/2 PLANA, 1/4 PLANA, 1/8 PLANA, ROBAPLANA, A COLOR	BOCETO
Revistas		1,167.35	DEL 8 DE MARZO DE 2010 AL 15 DE MAYO DE 2010	PLANA, 1/2 PLANA, A COLOR	BOCETO
Medios Complementarios		3,000.00	DEL 8 DE MARZO DE 2010 AL 15 DE MAYO DE 2010	ESPECTACULARES, INTERNET, MOBILIARIO URBANO, PUBLICIDAD MÓVIL, TARJETAS TELEFÓNICAS.	SI
Medios Impresos y Electrónicos Internacionales		-			
Estudios (pre-campaña, post-campaña)		21 250.00			
Diseño, Producción, Preproducción, Post-producción y Copiado		22 1,475.00			
TOTAL DE RECURSOS A EROGAR		23 37,998.49			

Página 2

Clave de Campaña: (Sólo en caso de ajuste)	24
Actividades complementarias:	25
Razones para la utilización de estos medios:	26

Página 3

AUTORIZACIONES

Autorización de la Coordinadora Sectorial	27
	Nombre _____ Firma _____
Autorización del Titular del Área de Comunicación Social	28
	Nombre _____ Firma _____

ÁREA RESPONSABLE:

Subdirección de Relaciones Públicas y Atención Ciudadana

PROCEDIMIENTO:

Autorización y Producción de Campañas de Difusión

FORMATO:

Presentación de Campañas de Comunicación Social

RESGUARDO

2 años

GUIA DE LLENADO

Campo	Datos que deberán anotarse
INFORMACIÓN GENERAL DE LA CAMPAÑA	
1	Organismo regulador a nivel central.
2	Nombre completo de la Dependencia o Entidad Federal de que se trate.
3	Tipo de Dependencia o Entidad Federal por su naturaleza jurídica.
4	Fecha de elaboración del formato.
5	Nombre completo como se denomina a la campaña.
6	Nombre completo como se denomina a la versión específica de la campaña.
7	Rubro en el cuál se clasifica la campaña dentro de la Administración Pública Federal.
8	Organismos o Entidades que participan en la campaña.
9	Objetivo institucional al que se da cumplimiento con la elaboración de la campaña.
10	Objetivo comunicacional que se pretende alcanzar como resultado de la campaña.
11	Logro cuantitativo o cualitativo establecido para la campaña.
12	Periodo de tiempo que delimita la transmisión de la campaña en los medios de comunicación.
13	Público meta prioritario al cual está dirigida la campaña por rango de edad, nivel socio económico y tipo de población, incorporando las características específicas del segmento.
14	Público meta secundario al cual está dirigida la campaña por rango de edad, nivel socio económico y tipo de población, incorporando las características específicas del segmento.
15	Alcance poblacional al que está dirigida la campaña (Ejemplo: nacional, local, regional, etc.).
PLAN DE MEDIOS A UTILIZAR	
16	Indicar la modalidad de transmisión de la campaña por tipo de medio de comunicación (Ejemplo: tiempos fiscales, tiempos de estado, tiempos comerciales o medios públicos).
17	Indicar el monto de los recursos asignados para cada tipo de medio de comunicación seleccionado.
18	Indicar el periodo de tiempo de duración de la campaña en el medio seleccionado, con fecha de inicio y término (Ejemplo: Del DD/MM/AAAA al DD/MM/AAAA).
19	Indicar el tipo de formato del material que será transmitido a través del medio seleccionado

ÁREA RESPONSABLE: Subdirección de Relaciones Públicas y Atención Ciudadana

PROCEDIMIENTO: Autorización y Producción de Campañas de Difusión

FORMATO: Presentación de Campañas de Comunicación Social RESGUARDO 2 años

GUIA DE LLENADO

Campo	Datos que deberán anotarse
	(Ejemplo: Spot 30”, publireportaje, plana a color, espectacular, internet, etc.).
20	Tipo de muestra de los materiales por medio de comunicación, que serán presentados para su revisión.
21	Monto total de recursos asignados para la elaboración de estudios de pre-campañas y post-campañas.
22	Monto total de recursos asignados para el diseño, producción, preproducción, postproducción y copiado de los materiales de la campaña.
23	Monto total de recursos a erogar por la campaña.
	EN CASO DE AJUSTES A LA CAMPAÑA
24	Clave asignada por la Dirección General de Normatividad de Contenidos, de la SEGOB, para la campaña específica.
25	Descripción de las actividades o ajustes hechos al plan inicial de la presentación de la campaña.
26	Descripción breve que justifique la utilización de los medios de comunicación especificados en las actividades complementarias.
	AUTORIZACIONES
27	Nombre completo y firma autógrafa del titular de Comunicación Social de la coordinadora sectorial.
28	Nombre completo y firma autógrafa del titular de Comunicación Social de la dependencia o entidad federal.