



**SEGOB**  
SECRETARÍA DE  
GOBIERNO



Unidad de Normatividad de Medios.  
Dirección General de Normatividad de  
Comunicación.

Ciudad de México, a 22 de febrero de 2019  
UNM/DGNC/ 0175 /19

Centro Nacional de Control de Energía  
**R** 22 FEB 2019 **O**

**ASUNTO:** Autorización de las modificaciones del Programa Anual de Comunicación Social 2018 del Centro Nacional de Control de Energía.

**RECIBIDO**  
COMUNICACIÓN SOCIAL  
MTRA. MARÍA CRUZ VÁZQUEZ GUÍZAR  
DIRECTOR GENERAL DE COMUNICACIÓN SOCIAL  
SECRETARÍA DE ENERGÍA

MTRA. EMMA NOEMÍ VÁZQUEZ MARTÍNEZ  
JEFA DE UNIDAD DE COMUNICACIÓN SOCIAL  
CENTRO NACIONAL DE CONTROL DE ENERGÍA

Me refiero a su oficio DGCS/112.068/19 de fecha 20 de febrero de 2019, el cual se remite la solventación de observaciones al oficio UNM/DGNC/0064/2019 emitido por esta Dirección General a las modificaciones del Programa Anual de Comunicación Social del Centro Nacional de Control de Energía, correspondiente al Ejercicio Fiscal 2018.

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

| PROGRAMA ANUAL DE COMUNICACIÓN SOCIAL                 |  |   |
|---|--|---|
| DECREMENTO AL TECHO PRESUPUESTARIO A LA PARTIDA 36101 |  |   |
| CONCEPTO DE LA MODIFICACIÓN                           | CAMPAÑA                                  | RUBROS  |
| Reasignación de recursos por tipo de medio            | Impulsando el mercado eléctrico mexicano | Decremento de recursos en:<br>Radiodifusoras, Revistas, Medios Digitales, Pre-Estudios, Post-Estudios y Diseño, Producción Preproducción Postproduccion y Copiado<br><br>Reprogramacion de vigencia:<br>8 de octubre al 11 de noviembre |

Cabe señalar que la presente modificación encuentra su fundamentación en el artículo 16 del Acuerdo, así como lo planteado en el oficio número CENACE/DG-JUCS/047/2019 emitido por la Jefatura de Unidad de Comunicación Social, en relación con el dictamen número CENACE/DAF/SF-UOF/22/2019 emitido por la Unidad de Operación Financiera, ambos del Centro Nacional de Control de Energía.



**SEGOB**  
SECRETARÍA DE  
GOBERNACIÓN



**2019**  
ESTADO LIBRE Y SOBERANO DE  
EMILIANO ZAPATA

Unidad de Normatividad de Medios.  
Dirección General de Normatividad de  
Comunicación.

Ciudad de México, a 25 de febrero de 2019  
UNM/DGNC/ 0175 /19

La estrategia y el Programa anual de Comunicación Social 2018 del Centro Nacional de Control de Energía fueron autorizados por esta Dirección General mediante oficio SNM/DGNC/0606/18 de fecha 13 de marzo de 2018, así como las modificaciones al mismo autorizado mediante oficios SNM/DGNC/1231/18 de fecha 16 de julio de 2018 y SNM/DGNC/1493/18 de fecha 27 de agosto de 2018.

Sin otro particular, le envío un cordial saludo.

**ATENTAMENTE**

**JONATHAN ZENTENO MARTÍNEZ**  
**DIRECTOR DE EVALUACIÓN DE CAMPAÑAS GUBERNAMENTALES**

Firma en suplencia por ausencia del Titular de la Dirección General de Normatividad de Comunicación, con fundamento en los artículos 2, Apartado B, fracción XXX, 3, 8, 10 y 132 del Reglamento Interior de la Secretaría de Gobernación.

C.c.p. - Dr. Clicerio Coello Garcés, Titular de la Unidad de Normatividad de Medios, SEGOB.- Presente.  
Archivo de DGNC, SEGOB.  
JZMJRM/GMG

# PROGRAMA ANUAL DE COMUNICACIÓN SOCIAL PARA EL EJERCICIO FISCAL 2018

Dependencia o Entidad:

Centro Nacional de Control de Energía

Fecha de elaboración:

20 de febrero de 2019

miles de pesos /

I.V.A. incluido

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

1180.28

ACUMULADO EN CAMPAÑAS:

1180.21

| Datos Generales           |   | Medios Utiliza     |                    | Recursos programados por tipo medio |
|---------------------------|---|--------------------|--------------------|-------------------------------------|
|                           |   | Medios comerciales | Medios comerciales |                                     |
|                           |   | TV<br>Radio        | TV<br>Radio        |                                     |
| Nombre de la campaña:     | Impulsando el mercado eléctrico mexicano  |                    |                    | 0,00                                |
| Versión(es):              | El sector eléctrico y el CENACE   |                    |                    | 8,12                                |
| Tema específico:          | Que los usuarios y participantes de la industria eléctrica conozcan de manera proactiva la importancia del Mercado Eléctrico Mayorista y del Sistema Eléctrico Nacional operados y administrados por el CENACE. |                    |                    | 0,00                                |
| Objetivo de comunicación: | Mostrar a los usuarios y participantes de la industria eléctrica la importancia del desarrollo del mercado eléctrico mexicano.  |                    |                    | 0,00                                |
| Clasificación de campaña: | Cultura ciudadana y valores   |                    |                    | 0,00                                |
| Coemisor:                 |   |                    |                    | 114,84                              |
| Población objetivo:       | HOMBRES Y MUJERES POBLACIÓN: URBANA   |                    |                    | 0,00                                |
|                           | 25 A 34, 35 A 44, 45 A 64 AÑOS  |                    |                    | 372,92                              |
|                           | NSE: AB, C+, C  |                    |                    | 116,00                              |
| Vigencia de la campaña:   |   |                    |                    | 290,00                              |
|                           |   |                    |                    | 278,40                              |
|                           |   |                    |                    | 1.180,28                            |
|                           |   |                    |                    | 100,00%                             |

Mtra. María Cruz Vázquez Guízar

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

Lic. Emma Noemi Vázquez Martínez

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



# Modificación a Campaña de Comunicación Social 2018

**SEGOB**  
SECRETARÍA DE GOBERNACIÓN

Cabeza de Sector SECRETARÍA DE ENERGÍA

Naturaleza Jurídica: ORGANISMO DESCENTRALIZADO

Entidad o Dependencia CENTRO NACIONAL DE CONTROL DE ENERGÍA

Fecha de elaboración 20 de febrero de 2019

## INFORMACIÓN GENERAL DE LA CAMPANA

**Nombre de la Campaña:**

IMPULSANDO EL MERCADO ELÉCTRICO MEXICANO

**Versión (es):**

EL SECTOR ELÉCTRICO Y EL CENACE

**Clasificación de Campaña:**

CULTURA CIUDADANA Y VALORES

**Coemisor (es):**

**Objetivo institucional:**

OPERAR Y CONTROLAR EL SISTEMA ELÉCTRICO NACIONAL Y ADMINISTRAR EL MERCADO ELÉCTRICO MAYORISTA

**Objetivo de comunicación:**

MOSTRAR A LOS USUARIOS Y PARTICIPANTES DE LA INDUSTRIA ELÉCTRICA LA IMPORTANCIA DEL DESARROLLO DEL MERCADO ELÉCTRICO MEXICANO

**Meta a alcanzar:**

30% DE LA POBLACIÓN QUE SON USUARIOS Y PARTICIPANTES DE LA INDUSTRIA ELÉCTRICA

**Cobertura**

NACIONAL Y ESTATAL / AGUASCALIENTES, BAJA CALIFORNIA SUR, BAJA CALIFORNIA, CAMPECHE, CHIAPAS, CHIHUAHUA, COAHUILA, COLIMA, CIUDAD DE MEXICO, DURANGO, ESTADO DE MEXICO, GUANAJUATO, GUERRERO, HIDALGO, JALISCO, MICHOACAN, MORELOS, NAYARIT, NUEVO LEON, OAXACA, PUEBLA, QUERETARO, QUINTANA ROO, SAN LUIS POTOSI, SINALOA, SONORA, TABASCO, TAMAULIPAS, TLAXCALA, VERACRUZ, YUCATAN, ZACATECAS

**Vigencia general de la campaña**

FECHA DE INICIO: 01/09/2018 FECHA DE TÉRMINO: 11/11/2018

|                            | Tipo   | Sexo              | Edad                          | NSE           |
|----------------------------|--------|-------------------|-------------------------------|---------------|
| <b>Población Objetivo:</b> | URBANA | MUJERES Y HOMBRES | 25 A 34 / 35 A 44 / 45 A 64 / | AB / C+ / C / |

**Señalar características específicas :**

USUARIOS Y PARTICIPANTES DE LA INDUSTRIA ELÉCTRICA



# Modificación a Campaña de Comunicación Social 2018

**SEGOB**  
SECRETARÍA DE GOBERNACIÓN

Cabeza de Sector

SECRETARÍA DE ENERGÍA

Naturaleza Jurídica:

ORGANISMO  
DESCENTRALIZADO

Entidad o Dependencia

CENTRO NACIONAL DE CONTROL DE ENERGÍA

Fecha de elaboración

20 de febrero de 2019

## PLAN DE MEDIOS A UTILIZAR

| Medios de difusión a utilizar                                    | Tiempos oficiales / comerciales | Recursos a erogar<br>(miles de pesos / I.V.A. incluido) | Vigencia por tipo de medio                             | Formato del mensaje      |
|--|---------------------------------|---|--|--------------------------|
| Televisoras  |                                 |   |  |                          |
| Radiodifusoras   | TIEMPOS FISCALES/               | 8.12  | DEL 8 DE OCTUBRE DE 2018 AL 7 DE<br>NOVIEMBRE DE 2018  | SPOT(30")                |
| Diarios Editados en la Cd. de México                             |                                 |   |  |                          |
| Diarios Editados en los Estados                                  |                                 |   |  |                          |
| Revistas   |                                 |   |  |                          |
| Medios Complementarios   |                                 |   |  |                          |
| - Cine   |                                 |   |  |                          |
| Medios Impresos y Electronicos<br>Internacionales                |                                 |   |  |                          |
| Medios Digitales   |                                 | 372.93  | DEL 8 DE OCTUBRE DE 2018 AL 11 DE<br>NOVIEMBRE DE 2018 | DISPLAY, PROMOTED TREND, |
| Estudios (pre-campaña, post-campaña)                             |                                 |   |  |                          |
| Diseño, Producción, Preproducción, Post-<br>producción y Copiado |                                 |   |  |                          |
| <b>TOTAL DE RECURSOS A EROGAR</b>                                |                                 | <b>381.05</b>   |  |                          |

Clave de Identificación:

128/18-2004-MC10-18003



**SEGOB**

SECRETARÍA DE GOBERNACIÓN

# Modificación a Campaña de Comunicación Social 2018

**Cabeza de Sector** SECRETARÍA DE ENERGÍA

**Naturaleza Jurídica:** ORGANISMO DESCENTRALIZADO

**Entidad o Dependencia** CENTRO NACIONAL DE CONTROL DE ENERGÍA

**Fecha de elaboración** 20 de febrero de 2019

**N° de Oficio de Autorización:** SNM/DGNC/1656/18

**Actividades Complementarias:** DESDE LAS CUENTAS EN REDES SOCIALES DEL CENACE TAMBIÉN SE DIFUNDIRÁN LOS MATERIALES DE LA CAMPAÑA

**Razones para la Utilización de estos Medios:** AMPLIARÁ LA DIFUSIÓN DE LOS MATERIALES DE LA CAMPAÑA

## AUTORIZACIONES

**Autorización de la Coordinadora Sectorial**

**Autorización del Titular del Área de Comunicación Social**

MTRA. MARÍA CRUZ VÁZQUEZ GUIZAR

MTRA. EMMA NOEMÍ VÁZQUEZ MARTÍNEZ

Nombre y Firma

Nombre y Firma