

SEGOB

SECRETARÍA DE
GOBERNACIÓN



SUBSECRETARÍA DE
NORMATIVIDAD DE MEDIOS
DIRECCIÓN GENERAL DE NORMATIVIDAD
DE COMUNICACIÓN

Oficio No. SNM/DGNC/0606/18

Ciudad de México, C. a 13 de marzo de 2018



ASUNTO: Autorización de la Estrategia y el Programa
Anual de Comunicación Social 2018 del Centro
Nacional de Control de Energía.

LIC. VICTOR MANUEL AVILÉS CASTRO
DIRECTOR GENERAL DE COMUNICACIÓN SOCIAL
SECRETARÍA DE ENERGÍA

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

Me refiero a su oficio DGCS/112.137/18 de fecha 2 de marzo de 2018, mediante el cual se solventan las observaciones emitidas por esta Dirección General mediante oficio SNM/DGNC/0327/18 respecto de la Estrategia y 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 XXXIX de la Ley Orgánica de la Administración Pública Federal; 32 del Reglamento Interior de la Secretaría de Gobernación; 15 del Presupuesto de Egresos de la Federación para el Ejercicio Fiscal 2018, así como por lo dispuesto en el *Acuerdo por el que se establecen los Lineamientos Generales para las Campañas de Comunicación Social de las dependencias y entidades de la Administración Pública Federal para el ejercicio fiscal 2018*, publicado en el Diario Oficial de la Federación el 29 de diciembre de 2017 (*en lo sucesivo el "Acuerdo"*), esta Dirección General autoriza, en el ámbito de su competencia, la Estrategia y el Programa Anual de Comunicación Social 2018 del Centro Nacional de Control de Energía.

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

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

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

SEGOB

SECRETARÍA DE
GOBERNACIÓN



SUBSECRETARÍA DE
NORMATIVIDAD DE MEDIOS
DIRECCIÓN GENERAL DE NORMATIVIDAD
DE COMUNICACIÓN

Oficio No. SNM/DGNC/0606/18

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

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

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

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

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

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

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

SEGOB

SECRETARÍA DE
GOBERNACIÓN



**SUBSECRETARÍA DE
NORMATIVIDAD DE MEDIOS
DIRECCIÓN GENERAL DE NORMATIVIDAD
DE COMUNICACIÓN**

Oficio No. SNM/DGNC/0606/18

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

Sin otro particular, le envío un cordial saludo.

ATENTAMENTE

**NORMA ANGÉLICA MORALES LEDESMA
DIRECTORA GENERAL**

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

SNM/JRM/GMG



ESTRATEGIA ANUAL DE COMUNICACIÓN SOCIAL PARA EL EJERCICIO FISCAL 2018

Dependencia o Entidad:

Centro Nacional de Control de Energía

Naturaleza Jurídica:

Organismo Descentralizado

Cabeza de sector:

Secretaría de Energía

Fecha de elaboración:

19 de febrero de 2018

Misión:

Sustentar eficientemente las transacciones de los productos de la electricidad entre generadores y consumidores, operando confiablemente el Sistema Eléctrico Nacional, realizando una operación eficiente y no discriminatoria del Mercado Eléctrico Mayorista y planeando una expansión eficiente de la red eléctrica nacional.

Visión:

Proporcionar a los usuarios y participantes de la industria eléctrica en México la confiabilidad eficiente de un suministro de electricidad sustentable en el entorno ambiental, social y económico, mediante: un recurso humano de alta calidad, una organización inteligente y el uso de tecnologías de información y control.

Objetivo Institucional:

Operar y controlar el Sistema Eléctrico Nacional y administrar el Mercado Eléctrico Mayorista.

Objetivo de la estrategia de comunicación:

Informar a los usuarios y participantes de la industria eléctrica los medios y beneficios que ofrece el Mercado Eléctrico Mayorista operado y administrado por el CENACE.

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

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

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

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

MÉXICO PROSPERO,

Lic. Víctor Manuel Avilés Castro

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

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

1.- Democratizar la Productividad

3.- Perspectiva de Género

2.- Gobierno Cercano y Moderno

Estrategia (s) transversal (es) que regirán el programa de comunicación:

Gobierno Cercano y Moderno,

Programa Sectorial y/o Especial	Objetivos Estratégicos y/o Transversales	Temas Específicos Derivadores de los Objetivos Estratégicos y/o Transversales
1.- Plan Nacional de Desarrollo 2013-2018; Meta Nacional; México Próspero (Objetivo 4.6.2.)	Promover la diversificación de la composición del parque de generación de electricidad considerando las expectativas de precios de los energéticos a mediano y largo plazos, además del uso eficiente de la energía, así como el aprovechamiento de fuentes renovables, mediante la adopción de nuevas tecnologías y la implementación de mejores prácticas.	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.

MEDIOS ELECTRÓNICOS	<u>312,50</u>
MEDIOS IMPRESOS	<u>200,00</u>
MEDIOS COMPLEMENTARIOS	<u>0,00</u>

ESTUDIOS	<u>250,00</u>
DISEÑO, PRODUCCIÓN, POST-PRODUCCIÓN	<u>487,50</u>
TOTAL	<u>1.250,00</u>

Lic. Víctor Manuel Avilés Castro

N _____ 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

PROGRAMA ANUAL DE COMUNICACIÓN SOCIAL PARA EL EJERCICIO FISCAL 2018

Dependencia o Entidad:

Centro Nacional de Control de Energía

Fecha de elaboración:

19 de febrero de 2018

miles de pesos /

I.V.A. incluido

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

1250.00

ACUMULADO EN CAMPANAS:

1250.00

CAMPANA 1

Datos generales	Medios a utilizar				Recursos programados por tipo medio
	Tiempos oficiales		Tiempos comerciales		
	TV	Radio	TV	Radio	
Nombre de la campaña:	Impulsando el mercado eléctrico mexicano				0,00
Versión(es):	El sector eléctrico y el CENACE				12,50
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:					200,00
Población objetivo:	HOMBRES Y MUJERES		POBLACIÓN: URBANA		0,00
	25 A 34, 35 A 44, 45 A 64 AÑOS				300,00
	NSE: AB, C+, C				100,00
Vigencia de la campaña:					150,00
	Etapas	Fechas			487,50
	1	16 de julio de 2018 al 01 de octubre de 2018			1.250,00
Presupuesto asignado a la campaña:					1.250,00
Porcentaje que representa la campaña de la partida 36101:					100,00%

Lic. Víctor Manuel Avilés Castro

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

Lic. Emma Noemí Vázquez Martínez

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