

SEGOB

SECRETARÍA DE
GOBERNACIÓN



SUBSECRETARÍA DE
NORMATIVIDAD DE MEDIOS
DIRECCIÓN GENERAL DE NORMATIVIDAD DE
COMUNICACIÓN

"Año del Centenario de la Promulgación de la Constitución Política
de los Estados Unidos Mexicanos"



Oficio No. SNM/DGNC/1524/17

Ciudad de México, a 11 de agosto de 2017

ASUNTO: Se autorizan las modificaciones al Programa Anual de Promoción y Publicidad 2017 del Instituto del Fondo Nacional para el Consumo de los Trabajadores.

LIC. LUIS BENITO OLGUÍN ARELLANO
DIRECTOR GENERAL DE COMUNICACIÓN SOCIAL
SECRETARÍA DEL TRABAJO Y PREVISIÓN SOCIAL

~~DANTE OMAR PINAL IBARRA~~
DIRECTOR DE COMUNICACIÓN SOCIAL
INSTITUTO DEL FONDO NACIONAL PARA EL CONSUMO DE LOS TRABAJADORES

Me refiero a su oficio 111/07-08-2017/102A de fecha 7 de agosto de 2017, de la Secretaría del Trabajo y Previsión Social, mediante el cual se remiten las modificaciones al Programa Anual de Promoción y Publicidad del Instituto del Fondo Nacional para el Consumo de los Trabajadores, correspondiente al Ejercicio Fiscal 2017.

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; 17 del Presupuesto de Egresos de la Federación para el Ejercicio Fiscal 2017, 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 2017, publicado el 29 de diciembre de 2016, esta Dirección General autoriza, en el ámbito de su competencia, las modificaciones al Programa Anual de Promoción y Publicidad del Instituto del Fondo Nacional para el Consumo de los Trabajadores correspondiente al Ejercicio Fiscal 2017.

CONCEPTO DE MODIFICACIÓN	CAMPAÑA	TIPO DE MODIFICACIÓN	VIGENCIA 2017
Reasignación de recursos por campaña, tipo de medio y cambio de vigencia	Nombre de Campaña: Beneficios del Crédito Fonacot Versión (es): Vacaciones y Regreso a Clases, Buen Fin, Navidad	Incremento de recursos en: medios complementarios, diseño, producción, post- producción y copiado Decremento de recursos en: cine, revistas, y medios digitales	14 de agosto al 15 de septiembre



"Año del Centenario de la Promulgación de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos"

Oficio No. SNM/DGNC/1524/17

CONCEPTO DE MODIFICACIÓN	CAMPAÑA	TIPO DE MODIFICACIÓN	VIGENCIA 2017
Reasignación de recursos por campaña y tipo de medio	<p>Nombre de Campaña: Créditos Fonacot</p> <p>Versión (es): <i>Créditos con descuento vía nómina</i></p>	<p>Asignación de recursos en: televisoras</p> <p>Incremento de recursos en: radiodifusoras, diarios editados en los Estados y medios complementarios</p> <p>Decremento de recursos en: diarios editados en la Ciudad de México, revistas y medios digitales</p> <p>Cancelación de recursos en: post-estudios, diseño, producción, post-producción y copiado</p>	6 al 31 de marzo

CONCEPTO DE MODIFICACIÓN	CAMPAÑA	MEDIOS SELECCIONADOS	VIGENCIA 2017
Inclusión de campaña	<p>Nombre de Campaña: 5to Informe de Gobierno</p> <p>Versión (es): <i>Informe Nacional 2, Informe Nacional 4, Informe Nacional 5, Informe Nacional 6 e Informe Nacional 8</i></p>	<ul style="list-style-type: none"> • Televisoras 	25 de agosto al 6 de septiembre

Cabe señalar que se autorizaron la Estrategia y el Programa Anual de Promoción y Publicidad 2017 del Instituto del Fondo Nacional para el Consumo de los Trabajadores, mediante oficio SNM/DGNC/0709/17 de fecha 21 de marzo de 2017.

SEGOB

SECRETARÍA DE
GOBERNACIÓN



SUBSECRETARÍA DE
NORMATIVIDAD DE MEDIOS
DIRECCIÓN GENERAL DE NORMATIVIDAD DE
COMUNICACIÓN

*"Año del Centenario de la Promulgación de la Constitución Política de
los Estados Unidos Mexicanos"*

Oficio No. SNM/DGNC/1524/17

De conformidad con el artículo 3º. Fracción VIII del Acuerdo *"Las erogaciones de dichos recursos y las contrataciones respectivas deberán sujetarse a los criterios 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 2017, así como a lo dispuesto en la Ley de Admisiciones, Arrendamientos y Servicios del Sector Público, su Reglamento, y demás disposiciones de aplicación supletoria. Las contrataciones deben llevarse a cabo bajo la estricta responsabilidad de las Dependencias o entidad contratante"*.

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.

JEM/LLGT/AAMN
79. A

Dependencia o Entidad: Instituto del Fondo Nacional para el Consumo de los Trabajadores
 Naturaleza Jurídica: Organismo Descentralizado
 Cabeza de sector: Secretaría del Trabajo y Previsión Social
 Fecha de elaboración: 07 de agosto de 2017

Misión:

Apoyar a los trabajadores de Centros de Trabajo afiliados al garantizar el acceso a créditos, otorgar financiamiento y promover el ahorro, para su bienestar social y el de su familia, soportado en la sustentabilidad financiera del Instituto Fonacot.

Visión:

Ser la entidad financiera líder de los trabajadores mexicanos con una estructura sólida, eficiente y competitiva que presta servicios de excelencia para el otorgamiento de créditos.

Objetivo Institucional:

El Instituto Fonacot tendrá como objetivo promover el ahorro a los trabajadores, otorgarles financiamiento y garantizar su acceso a créditos para la adquisición de bienes y pago de servicios. Asimismo, el Instituto deberá actuar bajo criterios que favorezcan el desarrollo social y las condiciones de vida de los trabajadores y sus familias.

Objetivo de la estrategia de comunicación:

Difundir los beneficios que ofrece el Instituto Fonacot a través de sus productos y servicios financieros.

	Entorno del mercado	Metas generales	Temas específicos de promoción y publicidad y/o ventajas competitivas
1.-	Existe una gran diversidad de Instituciones que ofrecen créditos en el mercado, principalmente tiendas departamentales especializadas y bancos. Sin embargo, representan altos costos para los trabajadores, por tal motivo el Instituto Fonacot presenta mejores opciones de crédito ya que los descuentos son vía nómina y las tasas de interés son las más bajas del mercado. Con el fin de apoyar al trabajador en su economía familiar.	Continuar con la labor de afiliación de Centros de Trabajo y promover el ahorro de los trabajadores, otorgando financiamiento y garantizando los mejores créditos para la obtención de bienes y pagos de servicios con un alcance de recordación de campaña del 32%	Crecimiento en la colocación de créditos y número de trabajadores beneficiados
2.-	Existe una gran diversidad de instituciones que ofrecen créditos en el mercado, principalmente tiendas departamentales especializadas y bancos. Sin embargo, representan altos costos para los trabajadores, por tal motivo el Instituto Fonacot presenta mejores opciones de crédito ya que los descuentos son vía nómina y las tasas de interés son las más bajas del mercado. Con el fin de apoyar al trabajador en su economía familiar.	Continuar con la labor de afiliación de centros de trabajo y promover el ahorro de los trabajadores, otorgando financiamiento y garantizando los mejores créditos para la obtención de bienes y pagos de servicio con un alcance de recordación de campaña de 32%	Rendición de Cuentas

Lic. Luis Benito Olgún Arellano

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

Dante Pinal Ibarra

Nombre y firma del titular de mercadotecnia de la dependencia/entidad

MEDIOS ELECTRÓNICOS	<u>91,048.09</u>
MEDIOS IMPRESOS	<u>38,839.68</u>
MEDIOS COMPLEMENTARIOS	<u>39,272.23</u>

ESTUDIOS	<u>1,160.00</u>
DISEÑO, PRODUCCIÓN, POST-PRODUCCIÓN	<u>50,080.00</u>
TOTAL	<u>220,400.00</u>

Lic. Luis Benito Olgúin Arellano

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

Dante Pinal Ibarra

Nombre y firma del titular de mercadotecnia de la dependencia/entidad

CAMPAÑA 2

Datos generales		Medios a utilizar		Recursos programados por tipo medio	
		Tiempos comerciales			
		TV	X		
Nombre de la campaña:	Beneficios del Crédito Fonacot	Radio	X		
Versión(es):	Vacaciones y Regreso a Clases , Buen Fin , Navidad			Televisoras	15,080.00
Tema específico y/o ventaja competitiva:	Crecimiento en la colocación de créditos y número de trabajadores beneficiados			Radiodifusoras	18,560.00
Meta a alcanzar:	Superar la colocación de créditos del Ejercicio 2016 a través de los beneficios que otorga los productos y servicios del Crédito FONACOT.			Cine	13,560.00
Objetivo de comunicación:	Consolidar al Instituto Fonacot como la mejor Entidad Financiera del Estado que otorga a los trabajadores formales diversos créditos con los mayores beneficios y las mejores tasas del mercado.			Diarios Editados en el D.F.	13,920.00
Coemisor:	HOMBRES Y MUJERES POBLACIÓN: URBANA Y RURAL			Diarios Editados en los Estados	12,760.00
	19 A 24, 25 A 34, 35 A 44, 45 A 64 AÑOS			Diarios Editados en el Extranjero	0.00
Población objetivo:	NSE: C+, C			Revistas	2,464.36
				Medios Complementarios	19,560.00
				Medios Digitales	10,600.00
				Pre-Estudios	0.00
				Post-Estudios	1,160.00
				Diseño, Producción, Preproducción, Post-producción y	50,080.00
				Presupuesto asignado a la campaña:	157,744.36
				Porcentaje que representa la campaña de la partida 36201:	71.57 %

Etapas	Fechas
1	14 de agosto de 2017 al 15 de septiembre de 2017
2	06 de noviembre de 2017 al 20 de noviembre de 2017
3	01 de diciembre de 2017 al 31 de diciembre de 2017

Lic. Luis Benito Olgúin Arellano

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

Dante Pinal Ibarra

Nombre y firma del titular de mercadotecnia de la dependencia/entidad

CAMPAÑA 3

Datos generales		Medios a utilizar		Recursos programados por tipo medio
		Tiempos comerciales		
		TV	X	
		Radio		
Nombre de la campaña:	5to Informe de Gobierno	Televisoras		5,800.00
Versión(es):	Informe Nacional 2, Informe Nacional 4, Informe Nacional 5, Informe Nacional 6, Informe Nacional 8	Radiodifusoras		0.00
Tema específico y/o ventaja competitiva:	Rendición de Cuentas	Cine		0.00
Meta a alcanzar:	Informar a la población mexicana sobre las acciones y logros.	Diarios Editados en el D.F.		0.00
Objetivo de comunicación:	Informar a la población mexicana sobre los logros obtenidos y las acciones realizadas durante el quinto año de gobierno.	Diarios Editados en los Estados		0.00
Coemisor:	PRESIDENCIA DE LA REPÚBLICA, IMPI, PGR, SRE, CONADE, SEDENA	Diarios Editados en el Extranjero		0.00
	HOMBRES Y MUJERES POBLACIÓN: URBANA Y RURAL	Revistas		0.00
Población objetivo:	19 A 24, 25 A 34, 35 A 44, 45 A 64 AÑOS	Medios Complementarios		0.00
	NSE: AB, C+, C, D+, D, E	Medios Digitales		0.00
		Pre-Estudios		0.00
		Post-Estudios		0.00
		Diseño, Producción, Preproducción, Post-producción y		0.00
Vigencia de la campaña:	1 25 de agosto de 2017 al 06 de septiembre de 2017	Presupuesto asignado a la campaña:		5,800.00
		Porcentaje que representa la campaña de la partida 36201:		2.63 %

Lic. Luis Benito Olgún Arellano

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

Dante Pinal Ibarra

Nombre y firma del titular de mercadotecnia de la dependencia/entidad

Arose

STPS

SECRETARÍA DEL TRABAJO Y PREVISIÓN SOCIAL



DIRECCIÓN GENERAL DE COMUNICACIÓN SOCIAL

2017 - "AÑO DEL CENTENARIO DE LA PROMULGACIÓN DE LA CONSTITUCIÓN POLÍTICA DE LOS ESTADOS UNIDOS MEXICANOS"

OFICIO NO. 111/11-12-2017/167
ASUNTO: ENVÍO LA JUSTIFICACIÓN DEL INCREMENTO DE RECURSOS Y MODIFICACIÓN DEL PROGRAMA DEL INFONACOT 2017

CIUDAD DE MÉXICO, 11 DE DICIEMBRE DE 2017.

LIC. NORMA ANGÉLICA MORALES LEDESMA
DIRECTORA GENERAL DE NORMATIVIDAD DE COMUNICACIÓN
SECRETARÍA DE GOBERNACIÓN
PRESENTE

De conformidad con el artículo 15 del 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 2017, publicado en el Diario Oficial de la Federación, el 29 de diciembre de 2016, le envío la Justificación del incremento de recursos del Programa anual del Instituto del Fondo Nacional para el Consumo de los Trabajadores (INFONACOT) 2017, así como la modificación del Programa.

Para tal efecto adjunto:

- La justificación del incremento de recursos.
- El formato impreso con la modificación del Programa de Promoción y Publicidad del INFONACOT 2017.

Sin más por el momento, aprovecho la oportunidad para enviarle un cordial saludo.

ATENTAMENTE

[Handwritten signature]

SECRETARÍA DEL TRABAJO Y PREVISIÓN SOCIAL STPS

12 DIC 2017

RECIBIDO

DIRECCIÓN GENERAL DE COMUNICACIÓN SOCIAL

LIC. LUIS B. OLGUÍN ARELLANO
DIRECTOR GENERAL

SEGOB SECRETARÍA DE GOBERNACIÓN

DIRECCIÓN GENERAL DE NORMATIVIDAD DE COMUNICACIÓN

12 DIC 2017

original y copia

RECIBIDO

OFICINA DE PARTES

- C.c.p. Lic. Jonathan Zenteno Martínez, Director de Evaluación de Campañas Gubernamentales de la DGNC de la SEGOB. Presente.
 Lic. Dante Omar Pinal Ibarra, Director de Comunicación Social del INFONACOT. Presente.
 Lic. Ma. Estela Colín Chávez, Directora Operativa de Comunicación de la DGCS de la STPS. Presente.
 Lic. Alejandra Tiro Sánchez, Subdirectora de Comunicación Interna y Difusión de Medios de la DGCS de la STPS. Presente.

[Handwritten signature]

12-12-2017



ESTRATEGIA ANUAL DE PROMOCIÓN Y PUBLICIDAD PARA
EL EJERCICIO FISCAL 2017

Dependencia o Entidad:

Instituto del Fondo Nacional para el Consumo de los Trabajadores

Naturaleza Jurídica:

Organismo Descentralizado

Cabeza de sector:

Secretaría del Trabajo y Previsión Social

Fecha de elaboración:

06 de diciembre de 2017

Misión:

Apoyar a los trabajadores de Centros de Trabajo afiliados al garantizar el acceso a créditos, otorgar financiamiento y promover el ahorro, para su bienestar social y el de su familia, soportado en la sustentabilidad financiera del Instituto Fonacot.

Visión:

Ser la entidad financiera líder de los trabajadores mexicanos con una estructura sólida, eficiente y competitiva que presta servicios de excelencia para el otorgamiento de créditos.

Objetivo Institucional:

El Instituto Fonacot tendrá como objetivo promover el ahorro a los trabajadores, garantizar su acceso a créditos para la adquisición de bienes y pago de servicios. Asimismo, el Instituto deberá actuar bajo criterios que favorezcan el desarrollo social y las condiciones de vida de los trabajadores y sus familias.

Objetivo de la estrategia de comunicación:

Divulgar los beneficios que ofrece el Instituto Fonacot a través de sus productos y servicios financieros.

Entorno del mercado	Mesas generales	Temas específicos de promoción y publicidad y/o ventajas competitivas
<p>Existe una gran diversidad de instituciones que ofrecen créditos en el mercado, principalmente tiendas departamentales especializadas y bancos. Sin embargo, representan altos costos para los trabajadores, por tal motivo el Instituto Fonacot presenta mejores opciones de crédito ya que los descuentos son vía nómina y las tasas de interés son las más bajas del mercado. Con el fin de apoyar al trabajador en su economía familiar.</p> <p>Existe una gran diversidad de instituciones que ofrecen créditos en el mercado, principalmente tiendas departamentales especializadas y bancos. Sin embargo, representan altos costos para los trabajadores, por tal motivo el Instituto Fonacot presenta mejores opciones de crédito ya que los descuentos son vía nómina y las tasas de interés son las más bajas del mercado. Con el fin de apoyar al trabajador en su economía familiar.</p>	<p>Continuar con la labor de afiliación de Centros de Trabajo y promover el ahorro de los trabajadores, otorgando financiamiento y garantizando los mejores créditos para la obtención de bienes y pagos de servicios con un alcance de recordación de campaña del 32%</p> <p>Continuar con la labor de afiliación de centros de trabajo y promover el ahorro de los trabajadores, otorgando financiamiento y garantizando los mejores créditos para la obtención de bienes y pagos de servicio con un alcance de recordación de campaña del 32%</p>	<p>Crecimiento en la colocación de créditos y número de trabajadores beneficiados</p> <p>Rendición de Cuentas</p>

Hic. Luis Benito Olguín Arellano

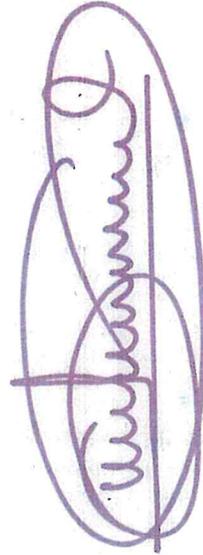
Dante Pinal Ibarra

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

Nombre y firma del titular de mercadotecnia de la dependencia/entidad

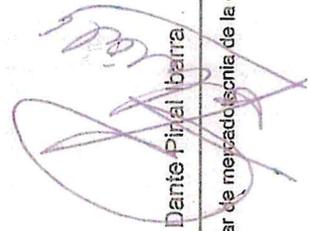
MEDIOS ELECTRÓNICOS 163,048.09
MEDIOS IMPRESOS 75,959.68
MEDIOS COMPLEMENTARIOS 66,272.23

ESTUDIOS 2,320.00
DISEÑO, PRODUCCIÓN, POST-PRODUCCIÓN 55,016.00
TOTAL 362,616.00



Lic. Luis Benito Olguín Arellano

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



Dante Pinal Barra

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

PROGRAMA ANUAL DE PROMOCIÓN Y PUBLICIDAD PARA EL EJERCICIO FISCAL 2017

Dependencia o Entidad:

Instituto del Fondo Nacional para el Consumo de los Trabajadores

Fecha de elaboración:

06 de diciembre de 2017

miles de pesos /
I.V.A. incluido

Presupuesto anual de la dependencia o entidad destinado a la partida 36201:

362,616.00
ACUMULADO EN CAMPAÑAS: 362,616.00

Medios a utilizar		Recursos programados por medio	
Temas comerciales		TV	Radio
Telesoras		X	X
Radiodifusoras		X	X
Cine			
Diarios Editados en el D.F.			
Diarios Editados en los Estados			
Diarios Editados en el Extranjero			
Revistas			
Medios Complementarios			
Medios Digitales			
Pre-Estudios			
Post-Estudios			
Diseño, Producción, Preproducción, Post-producción y			
Presupuesto asignado a la campaña		56,855.64	
Porcentaje que representa la campaña de la partida 36201		15.68 %	

CAMPAÑA 1

Datos generales

Nombre de la campaña: Créditos Fonacot

Versión(es): Créditos con descuento vía nómina

Tema específico y/o ventaja competitiva: Crecimiento en la colocación de créditos y número de trabajadores beneficiados

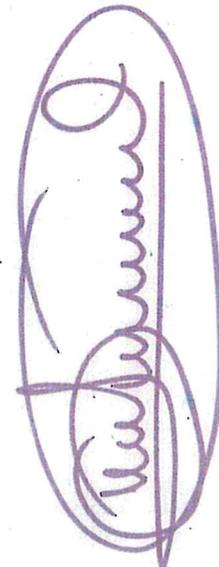
Meta a alcanzar:

Objetivo de comunicación: Comunicar al público objetivo los beneficios del Crédito Fonacot así como los productos y servicios que se pueden adquirir con el crédito en efectivo

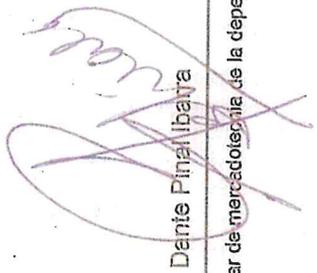
Coemisor:

Población objetivo: HOMBRES Y MUJERES POBLACIÓN: URBANA Y RURAL
19 A 24, 25 A 34, 35 A 44, 45 A 64 AÑOS
NSE: C+, C

Vigencia de la campaña: Elapas 1 Fechas 06 de marzo de 2017 al 31 de marzo de 2017



Lic. Luis Benito Olgún Arellano



Dante Pinal Ibarra

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

Nombre y firma del titular de mercadeo de la dependencia/entidad

Datos generales

Nombre de la campaña: Beneficios del Crédito Fonacot
Version(es): Vacaciones y Regreso a Clases, Buen Fin, Navidad
Tema específico y/o ventaja competitiva: Crecimiento en la colocación de créditos y número de trabajadores beneficiados
Meta a alcanzar: Supera la colocación de créditos del Ejercicio 2016a través de los beneficios que otorga los productos y servicios del Crédito FONACOT.
Objetivo de comunicación: Consolidar al Instituto Fonacot como la mejor Entidad Financiera del Estado que otorga a los trabajadores formales diversos créditos con los mayores beneficios y las mejores tasas del mercado.
Coemisor: HOMBRES Y MUJERES POBLACIÓN: URBANA Y RURAL
 19 A 24, 25 A 34, 35 A 44, 45 A 64 AÑOS
Población objetivo: NSE: C+, C

Etapas	Fechas
1	14 de agosto de 2017 al 15 de septiembre de 2017
2	06 de noviembre de 2017 al 20 de noviembre de 2017
3	01 de diciembre de 2017 al 31 de diciembre de 2017

Vigencia de la campaña:

Lic. Luis Benito Olguín Arellano

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

Dante Pinal Boarita

Nombre y firma del titular de mercadeo de la dependencia/entidad

Medios a utilizar	Requisitos para el plan de medios		Presupuesto asignado a la campaña
	Medios	Requisitos	
Televisoras	TV	X	27,080.00
Radiodifusoras	Radio	X	43,560.00
Cine	Cine	X	43,560.00
Diarios Editados en el D.F.	Diarios Editados en los Estados		34,920.00
Diarios Editados en el Extranjero	Diarios Editados en los Estados		24,760.00
Revistas	Revistas		0.00
Medios Complementarios	Medios Complementarios		6,534.36
Medios Digitales	Medios Digitales		46,560.00
Pre-Estudios	Pre-Estudios		15,600.00
Post-Estudios	Post-Estudios		0.00
Diseño, Producción, Preproducción, Post-producción y	Diseño, Producción, Preproducción, Post-producción y		2,320.00
			55,016.00
Presupuesto asignado a la campaña			239,950.36
Porcentaje que representa la campaña de la partida 36201			82.72 %

Nombre y firma del titular de mercadeo de la dependencia/entidad

Datos generales

Nombre de la campaña: 5to Informe de Gobierno
 Versión(es): Informe Nacional 2, Informe Nacional 4, Informe Nacional 5, Informe Nacional 6, Informe Nacional 8
 Tema específico y/o ventaja competitiva: Rendición de Cuentas
 Meta a alcanzar: Informar a la población mexicana sobre los logros obtenidos y las acciones realizadas durante el quinto año de gobierno.
 Objetivo de comunicación: PRESIDENCIA DE LA REPÚBLICA, IMPI, PGR, SRE, CONADE, SEDENA
 Coemisor: HOMBRES Y MUJERES POBLACIÓN: URBANA Y RURAL
 19 A 24, 25 A 34, 35 A 44, 45 A 64 AÑOS
 NSE: AB, C+, C, D+, D, E

Población objetivo:

Vigencia de la campaña:

Etapas	Fechas
1	25 de agosto de 2017 al 06 de septiembre de 2017

Medios a utilizar	Recursos reclamados por medio	
	TV	Radio
Televisoras	5,800.00	
Radiodifusoras	0.00	
Cine	0.00	
Diarios Editados en el D.F.	0.00	
Diarios Editados en los Estados	0.00	
Diarios Editados en el Extranjero	0.00	
Revistas	0.00	
Medios Complementarios	0.00	
Medios Digitales	0.00	
Pre-Estudios	0.00	
Post-Estudios	0.00	
Diseño, Producción, Preproducción, Post-producción y	0.00	
Presupuesto asignado a la campaña:		5,800.00
Porcentaje que representa la campaña de la partida 36201:		1.80 %

Lic. Luis Benito Olguín Arellano

Dante Pina Ibarra

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

Nombre y firma del titular de mercadeo de la dependencia/entidad