

	<b>DIRECCIÓN EJECUTIVA DE PRERROGATIVAS Y PARTIDOS POLÍTICOS</b>	
	FORMULARIO PARA LA PRESENTACIÓN DE LA INFORMACIÓN MÍNIMA NECESARIA PARA LA ATENCIÓN DE LAS CONSULTAS TÉCNICAS RELACIONADAS CON LAS EXCEPCIONES PREVISTAS PARA LA DIFUSIÓN DE PROPAGANDA GUBERNAMENTAL	FORM/DEPPP/DAI/001
	Versión 1.0	

INSTITUCIÓN / ORGANISMO RESPONSABLE DE LA CAMPAÑA DE DIFUSIÓN*	FECHA**
Secretaría General del Consejo Nacional de Población	19/12/2016

\* Utilice un formato para cada una de las campañas o programas que requiera consultar.

\*\* La solicitud de consulta técnica deberá presentarse al menos 20 días previos al inicio de transmisión de la campaña que se pretenda difundir.

I. DATOS GENERALES DE LA CAMPAÑA DE DIFUSIÓN	
NOMBRE COMPLETO DE LA CAMPAÑA	
PREVENCIÓN DEL EMBARAZO NO PLANEADO E INFECCIONES DE TRANSMISIÓN SEXUAL EN ADOLESCENTES, VERSIÓN "PREVENCIÓN DEL ABUSO SEXUAL INFANTIL"	
FECHA DE INICIO DE LAS TRANSMISIONES	FECHA DE TÉRMINO DE LAS TRANSMISIONES
01/01/2017	31/12/2017
DESCRIPCIÓN, ALCANCE Y POBLACIÓN OBJETIVO DE LA CAMPAÑA ***	
<p>La campaña del CONAPO Prevención del embarazo no planeado e infecciones de transmisión sexual en adolescentes, versión "Prevención del abuso sexual infantil", tiene como objetivo ayudar a prevenir y erradicar la violencia sexual hacia las niñas, niños y adolescentes puede tener consecuencias físicas, psicológicas y sociales graves a corto y largo plazo. Esto incluye los riesgos de padecer infecciones de transmisión sexual, embarazos no deseados, trastornos psicológicos, estigma, discriminación, entre otros.</p>	
OBJETIVO DEL PROGRAMA GUBERNAMENTAL QUE SE DIFUNDIRÁ	
<p>La campaña del "CONAPO" está alineada la Meta 2 México Incluyente del Plan Nacional de Desarrollo (2013-2018) y al Objetivo 5 del Programa Nacional de Población (2014-2018): Ampliar el desarrollo de una cultura demográfica basada en valores de prevención, participación social, tolerancia y vigencia de derechos humanos y a la Estrategia 5.1 Instrumentar programas de comunicación y divulgación para difundir información sociodemográfica para la toma de decisiones libres y responsables.</p>	

\*\*\* Adjunte los promocionales, propaganda o materiales que pretenda difundir.

II. ELEMENTOS JUSTIFICATORIOS DE LA EXCEPCIÓN A LA CAMPAÑA		
SÚPUESTO DE EXCEPCIÓN APLICABLE (Marque con una "X")	INDIQUE LAS RAZONES QUE MOTIVAN LA EXCEPCIÓN EN ESTE CASO	
Educación	( )	<p>La prevención del embarazo no planeado e infecciones de transmisión sexual en adolescentes son temas prioritarios en la agenda pública ya que se encuentran aunados a la Estrategia Nacional para la Prevención del Embarazo en Adolescentes (ENAPEA) anunciada en el año 2015 por el presidente Enrique Peña Nieto.</p>
Salud	( X )	
Protección civil	( )	

	<b>DIRECCIÓN EJECUTIVA DE PRERROGATIVAS Y PARTIDOS POLÍTICOS</b>	
	<b>FORMULARIO PARA LA PRESENTACIÓN DE LA INFORMACIÓN MÍNIMA NECESARIA PARA LA ATENCIÓN DE LAS CONSULTAS TÉCNICAS RELACIONADAS CON LAS EXCEPCIONES PREVISTAS PARA LA DIFUSIÓN DE PROPAGANDA GUBERNAMENTAL</b>	<b>FORM/DEPPP/DAI/001</b>
	<b>Versión 1.0</b>	

**INDIQUE LOS ARGUMENTOS PARA DIFUNDIR ESTA CAMPAÑA DURANTE EL PROCESO ELECTORAL**

La Campaña de Comunicación Social del CONAPO entra en las excepciones que marca el Artículo 209 de La Ley General de Instituciones y Procedimientos Electorales sobre la suspensión de propaganda, ya que no tiene relación alguna con temas que puedan influir en las preferencias electorales de los ciudadanos.

**INDIQUE LOS FUNDAMENTOS DE LAS FACULTADES DEL ÓRGANO PARA DIFUNDIR PROGRAMAS GUBERNAMENTALES**

La campaña del CONAPO se relaciona con el Art. 4° Constitucional: Toda persona tiene derecho a decidir de manera libre, responsable e informada sobre el número y el espaciamiento de sus hijos; así como con la Línea de acción 3 de la ENAPEA: Implementar y sostener a lo largo del tiempo campañas de comunicación sobre los derechos sexuales y reproductivos, así como de los servicios amigables con perspectiva de género, visión intercultural y adaptada a las etapas de la adolescencia; Asimismo, dicha campaña está alineada la Meta 2 *México Incluyente* del Plan Nacional de Desarrollo (2013-2018) y al Objetivo 5 del Programa Nacional de Población (2014-2018): Ampliar el desarrollo de una cultura demográfica basada en valores de prevención, participación social, tolerancia y vigencia de derechos humanos y a la Estrategia 5.1 Instrumentar programas de comunicación y divulgación para difundir información sociodemográfica para la toma de decisiones libres y responsables.

<b>III. DATOS DEL CONTACTO</b>	
<b>NOMBRE COMPLETO</b>	
Mtro. Abraham Rojas Joyner	
<b>CARGO</b>	
Director General de Programas de Población y Asuntos Internacionales	
<b>TELÉFONO</b>	<b>CORREO ELECTRÓNICO</b>
51280000	abraham.rojas@conapo.gob.mx

**INFORMACIÓN ADICIONAL**

(Agregue toda aquella información adicional que considere necesaria para sustentar su solicitud de consulta técnica)

	<b>DIRECCIÓN EJECUTIVA DE PRERROGATIVAS Y PARTIDOS POLÍTICOS</b>	
	<b>FORMULARIO PARA LA PRESENTACIÓN DE LA INFORMACIÓN MÍNIMA NECESARIA PARA LA ATENCIÓN DE LAS CONSULTAS TÉCNICAS RELACIONADAS CON LAS EXCEPCIONES PREVISTAS PARA LA DIFUSIÓN DE PROPAGANDA GUBERNAMENTAL</b>	<b>FORM/DEPPP/DAI/001</b>
	<b>Versión 1.0</b>	

INSTITUCIÓN / ORGANISMO RESPONSABLE DE LA CAMPAÑA DE DIFUSIÓN*	FECHA**
Secretaría General del Consejo Nacional de Población / Secretaría de Gobernación	16/01/2017

\* Utilice un formato para cada una de las campañas o programas que requiera consultar.

\*\* La solicitud de consulta técnica deberá presentarse al menos 20 días previos al inicio de transmisión de la campaña que se pretenda difundir.

I. DATOS GENERALES DE LA CAMPAÑA DE DIFUSIÓN	
<b>NOMBRE COMPLETO DE LA CAMPAÑA</b>	
<b>PREVENCIÓN DEL EMBARAZO NO PLANEADO E INFECCIONES DE TRANSMISIÓN SEXUAL EN ADOLESCENTES, VERSIÓN "ES TU VIDA, ES TU FUTURO; HAZLO SEGURO (4)".</b>	
<b>FECHA DE INICIO DE LAS TRANSMISIONES</b>	<b>FECHA DE TÉRMINO DE LAS TRANSMISIONES</b>
01/01/2017	31/12/2017
<b>DESCRIPCIÓN, ALCANCE Y POBLACIÓN OBJETIVO DE LA CAMPAÑA ***</b>	
<p>La campaña del CONAPO Prevención del embarazo no planeado e infecciones de transmisión sexual en adolescentes, versión "Es tu vida, es tu futuro; hazlo seguro (4)", tiene como objetivo Prevenir el embarazo no planeado y las infecciones de transmisión sexual en adolescentes y jóvenes; contribuir en la toma de decisiones libres, responsables e informadas en torno a la salud sexual y reproductiva.</p>	
<b>OBJETIVO DEL PROGRAMA GUBERNAMENTAL QUE SE DIFUNDIRÁ</b>	
<p>La campaña del "CONAPO" está alineada a la Meta 2 México Incluyente del Plan Nacional de Desarrollo (2013-2018) y al Objetivo 5 del Programa Nacional de Población (2014-2018): Ampliar el desarrollo de una cultura demográfica basada en valores de prevención, participación social, tolerancia y vigencia de derechos humanos y a la Estrategia 5.1 Instrumentar programas de comunicación y divulgación para difundir información sociodemográfica para la toma de decisiones libres y responsables.</p>	

\*\*\* Adjunte los promocionales, propaganda o materiales que pretenda difundir.

II. ELEMENTOS JUSTIFICATORIOS DE LA EXCEPCIÓN A LA CAMPAÑA		
SUPUESTO DE EXCEPCIÓN APLICABLE (Marque con una "X")	INDIQUE LAS RAZONES QUE MOTIVAN LA EXCEPCIÓN EN ESTE CASO	
Educación	( )	<p>La prevención del embarazo no planeado e infecciones de transmisión sexual en adolescentes son temas prioritarios en la agenda pública ya que se encuentran aunados a la Estrategia Nacional para la Prevención del Embarazo en Adolescentes (ENAPEA) anunciada en el año 2015 por el presidente Enrique Peña Nieto.</p>
Salud	( X )	
Protección civil	( )	



DIRECCIÓN EJECUTIVA DE PRERROGATIVAS Y PARTIDOS POLÍTICOS

FORMULARIO PARA LA PRESENTACIÓN DE LA INFORMACIÓN MÍNIMA  
NECESARIA PARA LA ATENCIÓN DE LAS CONSULTAS TÉCNICAS RELACIONADAS  
CON LAS EXCEPCIONES PREVISTAS PARA LA DIFUSIÓN DE PROPAGANDA  
GUBERNAMENTAL

FORM/DEPPP/DAI/001

Versión 1.0

INDIQUE LOS ARGUMENTOS PARA DIFUNDIR ESTA CAMPAÑA DURANTE EL PROCESO ELECTORAL

La Campaña de Comunicación Social del CONAPO entra en las excepciones que marca el Artículo 209 de La Ley General de Instituciones y Procedimientos Electorales sobre la suspensión de propaganda, ya que no tiene relación alguna con temas que puedan influir en las preferencias electorales de los ciudadanos.

INDIQUE LOS FUNDAMENTOS DE LAS FACULTADES DEL ÓRGANO PARA DIFUNDIR PROGRAMAS GUBERNAMENTALES

La campaña del CONAPO se relaciona con el Art. 4º Constitucional: Toda persona tiene derecho a decidir de manera libre, responsable e informada sobre el número y el espaciamiento de sus hijos; así como con la Línea de acción 3 de la ENAPEA: Implementar y sostener a lo largo del tiempo campañas de comunicación sobre los derechos sexuales y reproductivos, así como de los servicios amigables con perspectiva de género, visión intercultural y adaptada a las etapas de la adolescencia; Asimismo, dicha campaña está alineada la Meta 2 México Incluyente del Plan Nacional de Desarrollo (2013-2018) y al Objetivo 5 del Programa Nacional de Población (2014-2018): Ampliar el desarrollo de una cultura demográfica basada en valores de prevención, participación social, tolerancia y vigencia de derechos humanos y a la Estrategia 5.1 Instrumentar programas de comunicación y divulgación para difundir información sociodemográfica para la toma de decisiones libres y responsables.

III. DATOS DEL CONTACTO

NOMBRE COMPLETO

Mtro. Abraham Rojas Joyner

CARGO

Director General de Programas de Población y Asuntos Internacionales

TELÉFONO

51280000

CORREO ELECTRÓNICO

abraham.rojas@conapo.gob.mx

INFORMACIÓN ADICIONAL

Los materiales de la presente campaña se pueden consular en: <http://ow.ly/hWYy3083S0o>

	<b>DIRECCIÓN EJECUTIVA DE PRERROGATIVAS Y PARTIDOS POLÍTICOS</b>	
	<b>FORMULARIO PARA LA PRESENTACIÓN DE LA INFORMACIÓN MÍNIMA NECESARIA PARA LA ATENCIÓN DE LAS CONSULTAS TÉCNICAS RELACIONADAS CON LAS EXCEPCIONES PREVISTAS PARA LA DIFUSIÓN DE PROPAGANDA GUBERNAMENTAL</b>	<b>FORM/DEPPP/DAI/001</b>
	<b>Versión 1.0</b>	

INSTITUCIÓN/ ORGANISMO RESPONSABLE DE LA CAMPAÑA DE DIFUSIÓN*	FECHA**
CONSEJO NACIONAL PARA PREVENIR LA DISCRIMINACIÓN	04/ENERO/2017

\* Utilice un formato para cada una de las campañas o programas que requiera consultar.

\*\* La solicitud de consulta técnica deberá presentarse al menos 20 días previos al inicio de transmisión de la campaña que se pretenda difundir.

I. DATOS GENERALES DE LA CAMPAÑA DE DIFUSIÓN	
NOMBRE COMPLETO DE LA CAMPAÑA	
SIN DISCRIMINACIÓN VERSIÓN BUENAS PRÁCTICAS	
FECHA DE INICIO DE LAS TRANSMISIONES	FECHA DE TÉRMINO DE LAS TRANSMISIONES
01 de marzo de 2017	31 de mayo de 2017
DESCRIPCIÓN, ALCANCE Y POBLACIÓN OBJETIVO DE LA CAMPAÑA ***	
<p>Sensibilizar a las diferentes audiencias para combatir los elementos discriminadores normalizados como el prejuicio y los estereotipos para lograr un cambio cultural donde la sociedad modifique sus actitudes a favor de la igualdad y la No Discriminación, modificando tanto los valores como las prácticas discriminatorias en el terreno de las relaciones interpersonales, comunitarias, sociales e institucionales a favor de la No Discriminación para lograr con ello un México sin discriminación, donde todas las personas tienen los mismos derechos.</p>	
OBJETIVO DEL PROGRAMA GUBERNAMENTAL QUE SE DIFUNDIRÁ	
<p>Programa Nacional para la Igualdad y la No Discriminación 2014-2018. Objetivo 5. Fortalecer el cambio cultural en favor de la igualdad, diversidad, inclusión y no discriminación con participación ciudadana. Estrategia 5.1. Impulsar acciones a favor de la igualdad y en contra de la discriminación sustantiva e interseccional. Metas nacionales del PND: México en Paz y México incluyente. Estrategia transversal: Gobierno cercano y moderno y Perspectiva de Género</p>	

\*\*\* Adjunte los promocionales, propaganda o materiales que pretenda difundir.

II. ELEMENTOS JUSTIFICATORIOS DE LA EXCEPCIÓN A LA CAMPAÑA		
SÚBJETO DE EXCEPCIÓN APLICABLE (Marque con una "X")	INDIQUE LAS RAZONES QUE MOTIVAN LA EXCEPCIÓN EN ESTE CASO	
Educación	(X)	<p>El objetivo de nuestros mensajes comunicacionales de las campañas es sensibilizar a la población sobre las problemáticas de la discriminación con el fin de promover el derecho a la no discriminación e incidir en la prevención y eliminación de la misma para generar una cultura de la igualdad, incluyente y de respeto, con fundamento en la Sección Segunda, de las atribuciones en sus fracciones XX que dice: "Generar y promover políticas, programas, proyectos o acciones cuyo objetivo o resultado esté encaminado a la prevención y eliminación de la discriminación"; XXIX la cual establece: "Promover el derecho a la no discriminación mediante campañas de difusión y divulgación"; y la fracción que es: "Elaborar, difundir y promover que en los medios de comunicación se incorporen contenidos orientados a prevenir y eliminar las prácticas discriminatorias"; de la Ley Federal para Prevenir y Eliminar la Discriminación y el Objetivo 5 "Fortalecer el cambio cultural en favor de la igualdad, diversidad, inclusión y no discriminación con participación ciudadana" del Programa Nacional para la Igualdad y No Discriminación 2014-2018.</p>
Salud	( )	
Protección civil	( )	
INDIQUE LOS ARGUMENTOS PARA DIFUNDIR ESTA CAMPAÑA DURANTE EL PROCESO ELECTORAL		



**DIRECCIÓN EJECUTIVA DE PRERROGATIVAS Y PARTIDOS POLÍTICOS**

**FORMULARIO PARA LA PRESENTACIÓN DE LA INFORMACIÓN MÍNIMA  
NECESARIA PARA LA ATENCIÓN DE LAS CONSULTAS TÉCNICAS RELACIONADAS  
CON LAS EXCEPCIONES PREVISTAS PARA LA DIFUSIÓN DE PROPAGANDA  
GUBERNAMENTAL**

FORM/DEPPP/DAI/001

Versión 1.0

Esta campaña propiciará un cambio cultural que permita a la sociedad en general no reproducir estereotipos o prejuicios que conllevan a comportamientos y acciones discriminatorias ya que como sabemos la cultura no sólo tiene un aspecto social, también tiene un aspecto individual. sobre la base de esos aprendizajes de la socialización, las personas vamos diferenciando, nuestro gustos, nuestro valores relativos, nuestra forma de ver la vida y nuestro propia escala de valores, aunque este último cambia con el tiempo y la sociedad, o sea formamos nuestra individualización cultural.

Las campañas de difusión del Consejo tienen la finalidad de sensibilizar a las y los jóvenes sobre la estigmatización como forma de discriminación que general intolerancia y violencia para generar un cambio cultural en favor de la igualdad, diversidad, inclusión y no discriminación. a través de la sensibilización la sociedad en general transforma todo aquello que toman en el aspecto social, es decir reproducen lo que aprenden. de esta manera se van transformando en seres diferentes de los demás. esto también es un aspecto de la cultura, gracias a esta ella cambia. por ese motivo al impulsar acciones a favor de la no discriminación, trato digno y acceso a las oportunidades se logrará que la sociedad modifique sus pautas o patrones de conducta, es decir aquellas actitudes relativamente uniformes que le sirven de modelo. De ahí radica la importancia que todas y cada una de las Campañas del CONAPRED cuenten con la Excepción de Veda Electoral.

**INDIQUE LOS FUNDAMENTOS DE LAS FACULTADES DEL ÓRGANO PARA DIFUNDIR PROGRAMAS GUBERNAMENTALES**

Con fundamento en la Ley Federal para Prevenir y Eliminar la Discriminación en la Sección Segunda, de las atribuciones en sus fracciones XX que dice: "Generar y promover políticas, programas, proyectos o acciones cuyo objetivo o resultado esté encaminado a la prevención y eliminación de la discriminación"; XXIX la cual establece: "Promover el derecho a la no discriminación mediante campañas de difusión y divulgación"; y la fracción que es: "Elaborar, difundir y promover que en los medios de comunicación se incorporen contenidos orientados a prevenir y eliminar las prácticas discriminatorias"; de la Ley Federal para Prevenir y Eliminar la Discriminación y el Objetivo 5 "Fortalecer el cambio cultural en favor de la igualdad, diversidad, inclusión y no discriminación con participación ciudadana" del Programa Nacional para la Igualdad y No Discriminación 2014-2018.

**III. DATOS DEL CONTACTO**

**NOMBRE COMPLETO**

MTTRA. BRISA MAYA SOLIS VENTURA

**CARGO**

COORDINADORA DE COMUNICACIÓN SOCIAL

**TELÉFONO**

5262-1490 EXT. 5108

**CORREO ELECTRÓNICO**

bsolisv@conapred.org.mx

**INFORMACIÓN ADICIONAL**

	<b>DIRECCIÓN EJECUTIVA DE PRERROGATIVAS Y PARTIDOS POLÍTICOS</b>	
	<b>FORMULARIO PARA LA PRESENTACIÓN DE LA INFORMACIÓN MÍNIMA NECESARIA PARA LA ATENCIÓN DE LAS CONSULTAS TÉCNICAS RELACIONADAS CON LAS EXCEPCIONES PREVISTAS PARA LA DIFUSIÓN DE PROPAGANDA GUBERNAMENTAL</b>	<b>FORM/DEPPP/DAI/001</b>
	<b>Versión 1.0</b>	

INSTITUCIÓN / ORGANISMO RESPONSABLE DE LA CAMPAÑA DE DIFUSIÓN*	FECHA**
CONSEJO NACIONAL PARA PREVENIR LA DISCRIMINACIÓN	04/ENERO/2017

\* Utilice un formato para cada una de las campañas o programas que requiera consultar.

\*\* La solicitud de consulta técnica deberá presentarse al menos 20 días previos al inicio de transmisión de la campaña que se pretenda difundir.

<b>I. DATOS GENERALES DE LA CAMPAÑA DE DIFUSIÓN</b>	
<b>NOMBRE COMPLETO DE LA CAMPAÑA</b>	
CAMPAÑA JOVENES VERSIÓN SIN TAGS 1	
<b>FECHA DE INICIO DE LAS TRANSMISIONES</b>	<b>FECHA DE TÉRMINO DE LAS TRANSMISIONES</b>
01 DE ABRIL DE 2017	30 DE JUNIO DE 2017
<b>DESCRIPCIÓN, ALCANCE Y POBLACIÓN OBJETIVO DE LA CAMPAÑA ***</b>	
<p>Sensibilizar a las y los jóvenes sobre la estigmatización como una forma de discriminación que genera intolerancia y violencia con la finalidad de contribuir al cambio cultural promoviendo contenidos a favor de la igualdad, y la no discriminación, frente al discurso de odio en redes sociales dirigido principalmente a las juventudes.</p>	
<b>OBJETIVO DEL PROGRAMA GUBERNAMENTAL QUE SE DIFUNDIRÁ</b>	
<p>Programa Nacional para la Igualdad y la No Discriminación 2014-2018. Objetivo 5. Fortalecer el cambio cultural en favor de la igualdad, diversidad, inclusión y no discriminación con participación ciudadana. Estrategia 5.1. Impulsar acciones a favor de la igualdad y en contra de la discriminación sustantiva e interseccional. Metas nacionales del PND: México en Paz y México incluyente Estrategia transversal: Gobierno cercano y moderno y Perspectiva de Género</p>	

\*\*\* Adjunte los promocionales, propaganda o materiales que pretenda difundir.

<b>II. ELEMENTOS JUSTIFICATORIOS DE LA EXCEPCIÓN A LA CAMPAÑA</b>	
<b>SUPUESTO DE EXCEPCIÓN APLICABLE</b> (Marque con una "X")	<b>INDIQUE LAS RAZONES QUE MOTIVAN LA EXCEPCIÓN EN ESTE CASO</b>
Educación (X)	<p>El objetivo de nuestros mensajes comunicacionales de las campañas que se realizan es sensibilizar a la población sobre las problemáticas de la discriminación con el fin de promover el derecho a la no discriminación e incidir en la prevención y eliminación de la misma para generar una cultura de la igualdad, incluyente y de respeto, con fundamento en la Sección Segunda, de las atribuciones en sus fracciones XX que dice: "Generar y promover políticas, programas, proyectos o acciones cuyo objetivo o resultado esté encaminado a la prevención y eliminación de la discriminación"; XXIX la cual establece: "Promover el derecho a la no discriminación mediante campañas de difusión y divulgación"; y la fracción que es: "Elaborar, difundir y promover que en los medios de comunicación se incorporen contenidos orientados a prevenir y eliminar las prácticas discriminatorias"; de la Ley Federal para Prevenir y Eliminar la Discriminación y el Objetivo 5 "Fortalecer el cambio cultural en favor de la igualdad, diversidad, inclusión y no discriminación con participación ciudadana" del Programa Nacional para la Igualdad y No Discriminación 2014-2018.</p>
Salud ( )	
Protección civil ( )	
<b>INDIQUE LOS ARGUMENTOS PARA DIFUNDIR ESTA CAMPAÑA DURANTE EL PROCESO ELECTORAL</b>	

	<b>DIRECCIÓN EJECUTIVA DE PRERROGATIVAS Y PARTIDOS POLÍTICOS</b>	
	<b>FORMULARIO PARA LA PRESENTACIÓN DE LA INFORMACIÓN MÍNIMA NECESARIA PARA LA ATENCIÓN DE LAS CONSULTAS TÉCNICAS RELACIONADAS CON LAS EXCEPCIONES PREVISTAS PARA LA DIFUSIÓN DE PROPAGANDA GUBERNAMENTAL</b>	<b>FORM/DEPPP/DAI/001</b>
	<b>Versión 1.0</b>	

Los espacios virtuales han servido para que los jóvenes puedan expresarse sin censura, aunque esta libertad no siempre se ejerce de manera responsable o en un marco de respeto. el discurso de odio entre los jóvenes en las redes sociales es la muestra más palpable. el peligro es que este discurso puede escalar a acciones de odio que transgredan la integridad y derechos de las personas. los niños y los jóvenes también reproducen comportamientos y acciones discriminatorias. la gran mayoría reflejadas con sus pares y en sus entornos cotidianos. en México cada vez más personas tienen acceso a internet. esto lo convierte en un aliado natural en la prevención de la discriminación por tal motivo la campaña busca sensibilizar a las y los jóvenes de entre 13 hasta 29 años de edad sobre la estigmatización como una forma de discriminación que genera intolerancia y violencia para generar un cambio cultural en favor de la igualdad, diversidad, inclusión y no discriminación con participación ciudadana. los pilares temáticos de la campaña definidos desde 2014 son: discriminación, bullying, racismo, clasismo, xenofobia, homofobia y transfobia, trabajadoras del hogar, prevención de la violencia. De ahí radica la importancia que todas y cada una de las Campañas del CONAPRED cuenten con la Excepción de Veda Electoral.

**INDIQUE LOS FUNDAMENTOS DE LAS FACULTADES DEL ÓRGANO PARA DIFUNDIR PROGRAMAS GUBERNAMENTALES**

Con fundamento en la Ley Federal para Prevenir y Eliminar la Discriminación en la Sección Segunda, de las atribuciones en sus fracciones XX que dice: "Generar y promover políticas, programas, proyectos o acciones cuyo objetivo o resultado esté encaminado a la prevención y eliminación de la discriminación"; XXIX la cual establece: "Promover el derecho a la no discriminación mediante campañas de difusión y divulgación"; y la fracción que es: "Elaborar, difundir y promover que en los medios de comunicación se incorporen contenidos orientados a prevenir y eliminar las prácticas discriminatorias"; de la Ley Federal para Prevenir y Eliminar la Discriminación y el Objetivo 5 "Fortalecer el cambio cultural en favor de la igualdad, diversidad, inclusión y no discriminación con participación ciudadana" del Programa Nacional para la Igualdad y No Discriminación 2014-2018.

<b>III. DATOS DEL CONTACTO</b>	
<b>NOMBRE COMPLETO</b>	
MTTRA. BRISA MAYA SOLIS VENTURA	
<b>CARGO</b>	
COORDINADORA DE COMUNICACIÓN SOCIAL	
<b>TELÉFONO</b>	<b>CORREO ELECTRÓNICO</b>
5262-1490 EXT. 5108	bsolivs@conapred.org.mx

<b>INFORMACIÓN ADICIONAL</b>
(Agregue toda aquella información adicional que considere necesaria para sustentar su solicitud de consulta técnica)

	<b>DIRECCIÓN EJECUTIVA DE PRERROGATIVAS Y PARTIDOS POLÍTICOS</b>	
	<b>FORMULARIO PARA LA PRESENTACIÓN DE LA INFORMACIÓN MÍNIMA NECESARIA PARA LA ATENCIÓN DE LAS CONSULTAS TÉCNICAS RELACIONADAS CON LAS EXCEPCIONES PREVISTAS PARA LA DIFUSIÓN DE PROPAGANDA GUBERNAMENTAL</b>	FORM/DEPPP/DAI/001
	Versión 1.0	

INSTITUCIÓN / ORGANISMO RESPONSABLE DE LA CAMPAÑA DE DIFUSIÓN*	FECHA**
CONSEJO NACIONAL PARA PREVENIR LA DISCRIMINACIÓN	04/ENERO/2017

\* Utilice un formato para cada una de las campañas o programas que requiera consultar.

\*\* La solicitud de consulta técnica deberá presentarse al menos 20 días previos al inicio de transmisión de la campaña que se pretenda difundir.

I. DATOS GENERALES DE LA CAMPAÑA DE DIFUSIÓN	
NOMBRE COMPLETO DE LA CAMPAÑA	
Soy Afro ¡Me reconozco y cuento!	
FECHA DE INICIO DE LAS TRANSMISIONES	FECHA DE TÉRMINO DE LAS TRANSMISIONES
01 de julio de 2017	30 de septiembre de 2017
DESCRIPCIÓN, ALCANCE Y POBLACIÓN OBJETIVO DE LA CAMPAÑA***	
<p>La campaña pretende crear orgullo de ser parte de una de las raíces de la cultura de México, de tener no sólo un tono de piel o rasgos físicos específicos, sino una historia, gastronomía, bailes y costumbres propios, y de ser la cuna de personajes célebres. Todo bajo el concepto Soy Afro. No se trata de fomentar estereotipos, sino de derribarlos al llevar con un sentido positivo la frase. Queremos que todos los afroamericanos digan con orgullo: Soy Afro, me reconozco y cuento.</p>	
OBJETIVO DEL PROGRAMA GUBERNAMENTAL QUE SE DIFUNDIRÁ	
<p>Programa Nacional para la Igualdad y la No Discriminación 2014-2018. Objetivo 5. Fortalecer el cambio cultural en favor de la igualdad, diversidad, inclusión y no discriminación con participación ciudadana. Estrategia 5.1. Impulsar acciones a favor de la igualdad y en contra de la discriminación sustantiva e interseccional. Metas nacionales del PND: México en Paz y México incluyente Estrategia transversal: Gobierno cercano y moderno y Perspectiva de Género</p>	

\*\*\* Adjunte los promocionales, propaganda o materiales que pretenda difundir.

II. ELEMENTOS JUSTIFICATORIOS DE LA EXCEPCIÓN A LA CAMPAÑA	
SUPUESTO DE EXCEPCIÓN APLICABLE (Marque con una "X")	INDIQUE LAS RAZONES QUE MOTIVAN LA EXCEPCIÓN EN ESTE CASO
Educación	(X)
Salud	( )
Protección civil	( )
<p>El objetivo de nuestros mensajes comunicacionales de las campañas que se realizan es sensibilizar a la población sobre las problemáticas de la discriminación con el fin de promover el derecho a la no discriminación e incidir en la prevención y eliminación de la misma para generar una cultura de la igualdad, incluyente y de respeto, con fundamento en la Sección Segunda, de las atribuciones en sus fracciones XX que dice: "Generar y promover políticas, programas, proyectos o acciones cuyo objetivo o resultado esté encaminado a la prevención y eliminación de la discriminación"; XXIX la cual establece: "Promover el derecho a la no discriminación mediante campañas de difusión y divulgación"; y la fracción que es: "Elaborar, difundir y promover que en los medios de comunicación se incorporen contenidos orientados a prevenir y eliminar las prácticas discriminatorias"; de la Ley Federal para Prevenir y Eliminar la Discriminación y el Objetivo 5 "Fortalecer el cambio cultural en favor de la igualdad, diversidad, inclusión y no discriminación con participación ciudadana" del Programa Nacional para la Igualdad y No Discriminación 2014-2018.</p>	
INDIQUE LOS ARGUMENTOS PARA DIFUNDIR ESTA CAMPAÑA DURANTE EL PROCESO ELECTORAL	

	<b>DIRECCIÓN EJECUTIVA DE PRERROGATIVAS Y PARTIDOS POLÍTICOS</b>	
	<b>FORMULARIO PARA LA PRESENTACIÓN DE LA INFORMACIÓN MÍNIMA NECESARIA PARA LA ATENCIÓN DE LAS CONSULTAS TÉCNICAS RELACIONADAS CON LAS EXCEPCIONES PREVISTAS PARA LA DIFUSIÓN DE PROPAGANDA GUBERNAMENTAL</b>	<b>FORM/DEPPP/DAI/001</b>
	<b>Versión 1.0</b>	

Esta campaña propiciará un cambio cultural que permita a la sociedad en general no reproducir estereotipos o prejuicios que conllevan a comportamientos y acciones discriminatorias ya que como sabemos la cultura no sólo tiene un aspecto social, también tiene un aspecto individual sobre la base de esos aprendizajes de la socialización, las personas vamos diferenciando, nuestro gustos, nuestro valores relativos, nuestra forma de ver la vida y nuestro propia escala de valores, aunque este último cambia con el tiempo y la sociedad, o sea formamos nuestra individualización cultural.

Las campañas de difusión del Consejo tienen la finalidad de sensibilizar a la sociedad en general sobre la estigmatización como forma de discriminación que general intolerancia y violencia para generar un cambio cultural en favor de la igualdad, diversidad, inclusión y no discriminación. A través de la sensibilización la sociedad en general transforma todo aquello que toman en el aspecto social, es decir reproducen lo que aprenden. de esta manera se van transformando en seres diferentes de los demás. esto también es un aspecto de la cultura, gracias a esta ella cambia. Por ese motivo al impulsar acciones a favor de la no discriminación, trato digno y acceso a las oportunidades se logrará que la sociedad modifique sus pautas o patrones de conducta, es decir aquellas actitudes relativamente uniformes que le sirven de modelo. De ahí radica la importancia que todas y cada una de las Campañas del CONAPRED cuenten con la Excepción de Veda Electoral.

**INDIQUE LOS FUNDAMENTOS DE LAS FACULTADES DEL ÓRGANO PARA DIFUNDIR PROGRAMAS GUBERNAMENTALES**

Con fundamento en la Ley Federal para Prevenir y Eliminar la Discriminación en la Sección Segunda, de las atribuciones en sus fracciones XX que dice: "Generar y promover políticas, programas, proyectos o acciones cuyo objetivo o resultado esté encaminado a la prevención y eliminación de la discriminación"; XXIX la cual establece: "Promover el derecho a la no discriminación mediante campañas de difusión y divulgación"; y la fracción que es: "Elaborar, difundir y promover que en los medios de comunicación se incorporen contenidos orientados a prevenir y eliminar las prácticas discriminatorias"; de la Ley Federal para Prevenir y Eliminar la Discriminación y el Objetivo 5 "Fortalecer el cambio cultural en favor de la igualdad, diversidad, inclusión y no discriminación con participación ciudadana" del Programa Nacional para la Igualdad y No Discriminación 2014-2018.

<b>III. DATOS DEL CONTACTO</b>	
<b>NOMBRE COMPLETO</b>	
MTTRA. BRISA MAYA SOLIS VENTURA	
<b>CARGO</b>	
COORDINADORA DE COMUNICACIÓN SOCIAL	
<b>TELÉFONO</b>	<b>CORREO ELECTRÓNICO</b>
5262-1490 EXT. 5108	bsolisv@conapred.org.mx

<b>INFORMACIÓN ADICIONAL</b>
(Agregue toda aquella información adicional que considere necesaria para sustentar su solicitud de consulta técnica)

	<b>DIRECCIÓN EJECUTIVA DE PRERROGATIVAS Y PARTIDOS POLÍTICOS</b>	
	<b>FORMULARIO PARA LA PRESENTACIÓN DE LA INFORMACIÓN MÍNIMA NECESARIA PARA LA ATENCIÓN DE LAS CONSULTAS TÉCNICAS RELACIONADAS CON LAS EXCEPCIONES PREVISTAS PARA LA DIFUSIÓN DE PROPAGANDA GUBERNAMENTAL</b>	<b>FORM/DEPPP/DAI/001</b>
	<b>Versión 1.0</b>	

INSTITUCIÓN / ORGANISMO RESPONSABLE DE LA CAMPAÑA DE DIFUSIÓN*	FECHA**
Comisión Nacional para Prevenir y Erradicar la Violencia contra las Mujeres	13-ene-2017

\* Utilice un formato para cada una de las campañas o programas que requiera consultar.

\*\* La solicitud de consulta técnica deberá presentarse al menos 20 días previos al inicio de transmisión de la campaña que se pretenda difundir.

<b>I. DATOS GENERALES DE LA CAMPAÑA DE DIFUSIÓN</b>	
<b>NOMBRE COMPLETO DE LA CAMPAÑA</b>	
No todos los hombres somos iguales	
<b>FECHA DE INICIO DE LAS TRANSMISIONES</b>	<b>FECHA DE TÉRMINO DE LAS TRANSMISIONES</b>
15 junio 2017	15 agosto 2017
<b>DESCRIPCIÓN, ALCANCE Y POBLACIÓN OBJETIVO DE LA CAMPAÑA ***</b>	
<p>Esta campaña busca cuestionar las creencias, valores, y normas sociales que aceptan la desigualdad entre géneros y la violencia, a través de la construcción de un nuevo modelo de masculinidad que fomente el respeto, la igualdad y la equidad de género. Está dirigida a: hombres; población urbana y rural; edades 25 a 64 años; NSE AB (alta), C+ (media alta), C (media); D+ (media baja); D (baja).</p>	
<b>OBJETIVO DEL PROGRAMA GUBERNAMENTAL QUE SE DIFUNDIRÁ</b>	
<p>PND 2013-2018 1.5. Garantizar el respeto y protección de los derechos humanos y la erradicación de la discriminación. 1.5.1 Instrumentar una política de Estado en derechos humanos. PSG 2013 - 2018 3. Garantizar el respeto y protección de los derechos humanos, reducir la discriminación y la violencia contra las mujeres. 3.6. Coordinar la política nacional de prevención, atención y sanción para la erradicación de la violencia contra las mujeres.</p>	

\*\*\* Adjunte los promocionales, propaganda o materiales que pretenda difundir.

<b>II. ELEMENTOS JUSTIFICATORIOS DE LA EXCEPCIÓN A LA CAMPAÑA</b>		
SUPUESTO DE EXCEPCIÓN APLICABLE (Marque con una "X")	INDIQUE LAS RAZONES QUE MOTIVAN LA EXCEPCIÓN EN ESTE CASO	
Educación	( x )	<p>La calificación de la violencia de género como una cuestión de salud pública y seguridad ciudadana ha sido ya ampliamente reconocida por instancias nacionales e internacionales, documentándose las afectaciones a nivel mundial que conlleva este fenómeno.</p> <p>De acuerdo con la Organización Mundial de la Salud (OMS), la violencia cometida en contra de las mujeres tiene graves consecuencias inmediatas y a largo plazo para el desarrollo psicológico y social de las personas, las familias, las comunidades y los países, ante lo cual ha instado a los Estados a evaluar este problema como una prioridad de salud pública y a tomar medidas para prevenirlo y resolverlo.</p> <p>El Informe "Estimaciones mundiales y regionales de la violencia contra la mujer:</p>
Salud	( x )	
Protección civil	( )	

	<b>DIRECCIÓN EJECUTIVA DE PRERROGATIVAS Y PARTIDOS POLÍTICOS</b>	
	<b>FORMULARIO PARA LA PRESENTACIÓN DE LA INFORMACIÓN MÍNIMA NECESARIA PARA LA ATENCIÓN DE LAS CONSULTAS TÉCNICAS RELACIONADAS CON LAS EXCEPCIONES PREVISTAS PARA LA DIFUSIÓN DE PROPAGANDA</b>	<b>FORM/DEPPP/DAI/001</b>
	<b>GUBERNAMENTAL</b>	
		<b>Versión 1.0</b>

	<p>prevalencia y efectos de la violencia conyugal y de la violencia sexual no conyugal en la salud" (2013) de la OMS reiteró esta calificación, señalando que la violencia física o sexual contra las mujeres es un problema de salud pública que afecta a más de un tercio de todas las mujeres a nivel mundial.</p> <p>De igual manera, en cuanto a la seguridad ciudadana, es de subrayarse que si bien éste es un problema que afecta a la población en general, las mujeres viven la violencia, la trata y otros problemas de seguridad de una manera distinta a los hombres, por lo que la incorporación de una perspectiva de derechos y de igualdad de género en la promoción y la protección de la seguridad es esencial para asegurar que las mujeres gocen de esta seguridad de una manera plena e igualitaria.</p> <p>La Entidad de las Naciones Unidas para la Igualdad de Género y Empoderamiento de las Mujeres (ONU Mujeres) ha señalado que las campañas para poner fin a la violencia de género han contribuido significativamente a intensificar la conciencia respecto de que ésta es una cuestión pública y una violación a los derechos humanos que afecta a la sociedad general, además de constituirse como un medio para informar y educar a las supervivientes de violencia acerca de su derecho a recibir apoyo y reparación, y la forma en que pueden hacer valer estos derechos.</p> <p>En ese sentido, la campaña <i>No todos los hombres somos iguales</i>, vinculada con la campaña <i>HeForShe</i> (Nosotros por ellas) de la Organización de las Naciones Unidas, abona al propósito de prevenir y erradicar el grave problema de salud pública y seguridad que representa la violencia de género, al buscar generar un cuestionamiento sobre las creencias, valores, y normas sociales que aceptan la desigualdad entre géneros y la violencia, así como alentar a un cambio de ideas sobre la masculinidad a favor de la justicia entre los géneros.</p>
--	--

<b>INDIQUE LOS ARGUMENTOS PARA DIFUNDIR ESTA CAMPANA DURANTE EL PROCESO ELECTORAL</b>	
	<p>La campaña <i>No todos los hombres somos iguales</i>, cumple con lo establecido en el artículo 134, párrafos séptimo y octavo de la Constitución, y se vincula a la campaña <i>HeForShe</i> (Nosotros por ellas), desarrollada por ONU Mujeres y lanzada en México en marzo de 2015. Esta campaña representa un movimiento solidario en favor de la igualdad de género, que busca implicar a hombres de todas las edades y procedencias como defensores y agentes del cambio, a fin de hacer realidad los derechos de las mujeres y niñas y lograr la igualdad de género.</p> <p>Es de destacarse que para erradicar la violencia de género contra las mujeres no basta con dirigir las políticas públicas a las mujeres, sino que además es necesario dirigirse a los hombres, es decir, hablarles a aquellos que han violentado o pueden violentar a las mujeres. Para ello, es necesario modificar las actitudes sexistas y desarrollar pautas de comportamiento que respeten la igualdad de género, para así disminuir la probabilidad de reincidencia de estos actos, creando una cultura de la no violencia, y buscando que permee el mensaje sobre que la igualdad nos beneficia todas y todos.</p> <p>Los roles y estereotipos de género que con frecuencia se reproducen en los medios de comunicación y la publicidad, así como el lenguaje y tratamiento que se le da a la información y a los contenidos relacionados con la mujer repercuten directamente en la forma de ver y pensar a cerca de las mujeres y de los hombres, reforzando o legitimando conductas y acciones que en muchas ocasiones justifican e invisibilizan los distintos tipos de violencia que existen.</p> <p>De ahí la importancia de difundir y darle la debida continuidad a la campaña de <i>No todos los hombres somos iguales</i>, al estar dirigida a cambiar los patrones culturales y fomentar nuevos y más sanos modelos de masculinidades, lo que repercute</p>

	<b>DIRECCIÓN EJECUTIVA DE PRERROGATIVAS Y PARTIDOS POLÍTICOS</b>	
	<b>FORMULARIO PARA LA PRESENTACIÓN DE LA INFORMACIÓN MÍNIMA NECESARIA PARA LA ATENCIÓN DE LAS CONSULTAS TÉCNICAS RELACIONADAS CON LAS EXCEPCIONES PREVISTAS PARA LA DIFUSIÓN DE PROPAGANDA GUBERNAMENTAL</b>	<b>FORM/DEPPP/DAI/001</b>
	<b>Versión 1.0</b>	

directamente en la prevención y erradicación de la violencia contra las mujeres y niñas, y en el gran proyecto educativo, social y cultural que implican la promoción y difusión de estas nuevas masculinidades.

En este sentido, esta campaña de comunicación social de la Conavim permite dar cumplimiento a los compromisos internacionales del Estado mexicano en materia de derechos humanos de las mujeres, al apuntar, desde una óptica innovadora, a la prevención del grave fenómeno de la violencia de género cometida en contra de las mujeres y niñas en México, y sin que ello constituya un riesgo de incumplimiento a la legislación en materia electoral.

**INDIQUE LOS FUNDAMENTOS DE LAS FACULTADES DEL ÓRGANO PARA DIFUNDIR PROGRAMAS GUBERNAMENTALES**

La Comisión Nacional para Prevenir y Erradicar la Violencia contra las Mujeres (Conavim) es un órgano desconcentrado de la Secretaría de Gobernación que tiene por mandato coordinar en los tres órdenes de gobierno la política nacional en materia de prevención, atención, sanción y erradicación de la violencia contra las mujeres.

Las atribuciones legales de la Conavim están previstas en su Decreto de Creación, publicado en el Diario Oficial de la Federación el 1º de junio de 2009, en la Ley General de Acceso de las Mujeres a una Vida Libre de Violencia, y en la Ley General para la Igualdad entre Mujeres y Hombres, entre otras disposiciones.

De conformidad con el artículo cuarto, fracciones III y IV de su Decreto de Creación, la Conavim tiene el mandato de formular las bases de coordinación entre las autoridades federales, locales y municipales en materia de prevención, atención, sanción y erradicación de la violencia contra las mujeres. Asimismo, tiene a su cargo el seguimiento de las acciones del Programa Integral para Prevenir, Atender, Sancionar y Erradicar la Violencia contra las Mujeres (Programa Integral), con la finalidad de evaluar su eficacia y rediseñar las acciones y medidas pertinentes para avanzar en la eliminación de la violencia contra las mujeres.

<b>III. DATOS DEL CONTACTO</b>	
<b>NOMBRE COMPLETO</b>	
Katya Nallely Vera Morales	
<b>CARGO</b>	
Directora General Adjunta de la Conavim	
<b>TELÉFONO</b>	<b>CORREO ELECTRÓNICO</b>
52098800 ext. 30340	kvera@segob.gob.mx

<b>INFORMACIÓN ADICIONAL</b>
<b>Encuesta Nacional sobre la Dinámica de las Relaciones en los Hogares 2011 (ENDIREH 2011)<sup>1</sup>.</b>  Según la Encuesta Nacional sobre la Dinámica de las Relaciones en los Hogares 2011 (ENDIREH 2011), a nivel nacional: <ul style="list-style-type: none"> <li>62.7% de las mujeres de 15 años o más han padecido, al menos, un incidente de violencia en cualquier ámbito y momento de su vida;</li> </ul>

<sup>1</sup><http://www.inegi.org.mx/est/contenidos/proyectos/encuestas/hogares/especiales/endireh/endireh2011/default.aspx>

	<b>DIRECCIÓN EJECUTIVA DE PRERROGATIVAS Y PARTIDOS POLÍTICOS</b>	
	<b>FORMULARIO PARA LA PRESENTACIÓN DE LA INFORMACIÓN MÍNIMA NECESARIA PARA LA ATENCIÓN DE LAS CONSULTAS TÉCNICAS RELACIONADAS CON LAS EXCEPCIONES PREVISTAS PARA LA DIFUSIÓN DE PROPAGANDA GUBERNAMENTAL</b>	<b>FORM/DEPPP/DAI/001</b>
	<b>Versión 1.0</b>	

- 47% de las mujeres de 15 años o más que han tenido al menos una pareja han sido agredidas por la actual o última pareja en algún momento de su vida marital o durante su relación o noviazgo.

De acuerdo con la ENDIREH 2011 las entidades federativas con mayor prevalencia de violencia de pareja a lo largo de la relación son:

1. Estado de México, con 57.6%;
2. Nayarit (54.5%);
3. Sonora (54.0%);
4. Distrito Federal (52.3%), y
5. Colima (51.0%)

De acuerdo con la Estadísticas Vitales de Mortalidad 2013 del INEGI, durante ese año los estados con mayor índice de homicidios de mujeres fueron:

1. Estado de México (469)
2. Guerrero (232)
3. Chihuahua (186)
4. Distrito Federal (145)
5. Jalisco (130)

**Informe “La violencia feminicida en México, aproximaciones y tendencias 1985-2014” de ONU Mujeres<sup>2</sup>.**

Este estudio es el resumen de la actualización de dos publicaciones previas realizadas por ONU Mujeres México, la Comisión Especial para el Seguimiento de los Feminicidios y el Instituto Nacional de las Mujeres: Feminicidio en México: aproximación, tendencias y cambios 1985-2009 y Violencia feminicida en México. Características, tendencias y nuevas expresiones en las entidades federativas, 1985-2010.

La información presentada muestra la tendencia de las defunciones femeninas con presunción de homicidio (DFPH), ocurridas en el periodo 1985-2014 en México, tanto en a nivel nacional como estatal, y da cuenta de algunas de sus principales características.

**i. Número de casos de defunciones femeninas con presunción de homicidio.**

En 2014 ocurrieron 2,289 casos de DFPH en México, es decir, en ese año, en el país **hubieron en promedio 6.3 DFPH al día**, una tasa de 3.7 de estas muertes por cada 100,000 mujeres. En el año anterior, 2013, las estadísticas señalan la ocurrencia de 2,594 casos de DFPH, lo que se traduce en un promedio de siete DFPH al día y en una tasa de 4.3 por cada 100,000 mujeres.

Entre 1985 y 2014, se registró un total de 47,178 DFPH en el país. A lo largo de este periodo de 30 años (1985-2014) se aprecian tres momentos en la tendencia de los asesinatos de mujeres: en el primero, una tendencia francamente descendente de la tasa de DFPH entre 1985 y 2007. En este último año se registra el valor más bajo, tanto en el número de defunciones como en las tasas: 1,087 DFPH y una tasa de 1.9 DFPH por cada 100,000 mujeres.

En un segundo momento, entre 2008 y 2012, tiene lugar un incremento importante que alcanza su cúspide en 2012 (con una tasa de 4.6 de DFPH por 100,000 mujeres, es decir 2,761 DFPH). Para 2013 se observa una reducción de 7% respecto al año previo, alcanzando una tasa de 4.3 y 2,594 DFPH y para 2014 la reducción fue de 13% para alcanzar una tasa de 3.7 con 2,289 DFPH.

<sup>2</sup>[http://www.gob.mx/cms/uploads/attachment/file/84740/La\\_Violencia\\_Feminicida\\_en\\_Mexico\\_aproximaciones\\_y\\_tendencias\\_1985\\_-2014.pdf](http://www.gob.mx/cms/uploads/attachment/file/84740/La_Violencia_Feminicida_en_Mexico_aproximaciones_y_tendencias_1985_-2014.pdf)

	<b>DIRECCIÓN EJECUTIVA DE PRERROGATIVAS Y PARTIDOS POLÍTICOS</b>	
	<b>FORMULARIO PARA LA PRESENTACIÓN DE LA INFORMACIÓN MÍNIMA NECESARIA PARA LA ATENCIÓN DE LAS CONSULTAS TÉCNICAS RELACIONADAS CON LAS EXCEPCIONES PREVISTAS PARA LA DIFUSIÓN DE PROPAGANDA GUBERNAMENTAL</b>	<b>FORM/DEPPP/DAI/001</b>
	<b>Versión 1.0</b>	

En síntesis, después de una reducción a la mitad en la tasa de DFPH entre 1985 y 2007, entre este último año y 2012 hubo un repunte de 138%; es decir, no solamente se perdió el avance que se había alcanzado en los 23 años previos, sino que, además, se llegó a niveles nunca antes registrados. Entre 2010 y 2011 se observó una desaceleración de esta tendencia al alza; en 2012 cambia esta tendencia, y en 2013 dicha desaceleración se convierte en un descenso que se acentúa en 2014. Los últimos datos disponibles (2014) muestran una disminución de 305 casos en términos absolutos y una reducción de 0.55 en el valor de la tasa, igual a la de 1986, pero sin llegar aún al nivel alcanzado en 2009.

La información que dio origen a estas cifras proviene de las siguientes instituciones: Inmujeres, ONU Mujeres, PGR y SEGOB a partir de las Estadísticas vitales de mortalidad del INEGI y las Proyecciones de la población de México 2005-2050, Estimaciones de Población 1990-2010 y Proyecciones de la población de México 2010-2050 de la Conapo.

Por otra parte, la calificación de la violencia de género como una cuestión de salud pública ha sido ya ampliamente reconocida por instancias nacionales e internacionales, documentándose las afectaciones a nivel mundial que conlleva este fenómeno.

De acuerdo con la Organización Mundial de la Salud (OMS), la violencia cometida en contra de las mujeres tiene graves consecuencias inmediatas y a largo plazo para el desarrollo psicológico y social de las personas, las familias, las comunidades y los países, ante lo cual ha instado a los Estados a evaluar este problema como una prioridad de salud pública y a tomar medidas para prevenirlo y resolverlo.

El Informe *Estimaciones mundiales y regionales de la violencia contra la mujer: prevalencia y efectos de la violencia conyugal y de la violencia sexual no conyugal en la salud (2013)* de la OMS<sup>3</sup>, reiteró esta calificación, señalando que la violencia física o sexual contra las mujeres es un problema de salud pública que afecta a más de un tercio de todas las mujeres a nivel mundial.

<sup>3</sup>[http://apps.who.int/iris/bitstream/10665/85239/1/9789241564625\\_eng.pdf?ua=1](http://apps.who.int/iris/bitstream/10665/85239/1/9789241564625_eng.pdf?ua=1)

	<b>DIRECCIÓN EJECUTIVA DE PRERROGATIVAS Y PARTIDOS POLÍTICOS</b>	
	<b>FORMULARIO PARA LA PRESENTACIÓN DE LA INFORMACIÓN MÍNIMA NECESARIA PARA LA ATENCIÓN DE LAS CONSULTAS TÉCNICAS RELACIONADAS CON LAS EXCEPCIONES PREVISTAS PARA LA DIFUSIÓN DE PROPAGANDA GUBERNAMENTAL</b>	<b>FORM/DEPPP/DAI/001</b>
	<b>Versión 1.0</b>	

INSTITUCIÓN/ ORGANISMO RESPONSABLE DE LA CAMPAÑA DE DIFUSIÓN*	FECHA **
Comisión Nacional para Prevenir y Erradicar la Violencia contra las Mujeres	13-ene-2017

\* Utilice un formato para cada una de las campañas o programas que requiera consultar.

\*\* La solicitud de consulta técnica deberá presentarse al menos 20 días previos al inicio de transmisión de la campaña que se pretenda difundir.

<b>I. DATOS GENERALES DE LA CAMPAÑA DE DIFUSIÓN</b>	
<b>NOMBRE COMPLETO DE LA CAMPAÑA</b>	
Prevención de la violencia contra las mujeres	
<b>FECHA DE INICIO DE LAS TRANSMISIONES</b>	<b>FECHA DE TÉRMINO DE LAS TRANSMISIONES</b>
01 febrero 2017	30 abril 2017
<b>DESCRIPCIÓN, ALCANCE Y POBLACIÓN OBJETIVO DE LA CAMPAÑA ***</b>	
<p>Esta campaña busca visibilizar las diversas manifestaciones de violencia de género a través de mensajes claves de prevención. Tiene por propósito que la población objetivo identifique la violencia hacia el cuerpo de las mujeres, así como dónde encontrar ayuda en caso de situaciones de violencia. Está dirigida a: Hombres y Mujeres; población urbana y rural; edades 13 a 34 años; NSE C+ (media alta); C (media); D+ (media baja).</p>	
<b>OBJETIVO DEL PROGRAMA GUBERNAMENTAL QUE SE DIFUNDIRÁ</b>	
<p>PND 2013-2018 1.5. Garantizar el respeto y protección de los derechos humanos y la erradicación de la discriminación. 1.5.1 Instrumentar una política de Estado en derechos humanos. PSG 2013 - 2018 3. Garantizar el respeto y protección de los derechos humanos, reducir la discriminación y la violencia contra las mujeres. 3.6. Coordinar la política nacional de prevención, atención y sanción para la erradicación de la violencia contra las mujeres.</p>	

\*\*\* Adjunte los promocionales, propaganda o materiales que pretenda difundir.

<b>II. ELEMENTOS JUSTIFICATORIOS DE LA EXCEPCIÓN A LA CAMPAÑA</b>		
SUPUESTO DE EXCEPCIÓN APLICABLE (Marque con una 'X')	INDIQUE LAS RAZONES QUE MOTIVAN LA EXCEPCIÓN EN ESTE CASO	
Educación ( )	( )	<p>La calificación de la violencia de género como una cuestión de salud pública y seguridad ciudadana ha sido ya ampliamente reconocida por instancias nacionales e internacionales, documentándose las afectaciones a nivel mundial que conlleva este fenómeno.</p> <p>De acuerdo con la Organización Mundial de la Salud (OMS), la violencia cometida en contra de las mujeres tiene graves consecuencias inmediatas y a largo plazo para el desarrollo psicológico y social de las personas, las familias, las comunidades y los países, ante lo cual ha instado a los Estados a evaluar este problema como una prioridad de salud pública y a tomar medidas para prevenirlo y resolverlo.</p> <p>El Informe "Estimaciones mundiales y regionales de la violencia contra la mujer:</p>
Salud (x)	(x)	
Protección civil ( )	( )	

 <b>INE</b> Instituto Nacional Electoral	<b>DIRECCIÓN EJECUTIVA DE PRERROGATIVAS Y PARTIDOS POLÍTICOS</b>	
	<b>FORMULARIO PARA LA PRESENTACIÓN DE LA INFORMACIÓN MÍNIMA          NECESARIA PARA LA ATENCIÓN DE LAS CONSULTAS TÉCNICAS RELACIONADAS          CON LAS EXCEPCIONES PREVISTAS PARA LA DIFUSIÓN DE PROPAGANDA          GUBERNAMENTAL</b>	<b>FORM/DEPPP/DAI/001</b>
	<b>Versión 1.0</b>	

	<p>prevalencia y efectos de la violencia conyugal y de la violencia sexual no conyugal en la salud” (2013) de la OMS reiteró esta calificación, señalando que la violencia física o sexual contra las mujeres es un problema de salud pública que afecta a más de un tercio de todas las mujeres a nivel mundial.</p> <p>De igual manera, la Encuesta Nacional sobre la Dinámica de las Relaciones en los Hogares 2011 (ENDIREH 2011), indica que a nivel nacional 62.7% de las mujeres de 15 años o más han padecido, al menos, un incidente de violencia en cualquier ámbito y momento de su vida y 47% de las mujeres de 15 años o más que han tenido al menos una pareja han sido agredidas por la actual o última pareja en algún momento de su vida marital o durante su relación o noviazgo.</p> <p>En cuanto a la seguridad ciudadana, es de subrayarse que si bien éste es un problema que afecta a la población en general, las mujeres viven la violencia, la trata y otros problemas de seguridad de una manera distinta a los hombres, por lo que la incorporación de una perspectiva de derechos y de igualdad de género en la promoción y la protección de la seguridad es esencial para asegurar que las mujeres gocen de esta seguridad de una manera plena e igualitaria.</p> <p>Por otro lado, de acuerdo con el estudio “El Costo de la Violencia contra las Mujeres en México” realizado por la Conavim, con cifras del Banco Interamericano de Desarrollo se encontró que “los costos de la violencia contra las mujeres están cerca al 2% del Producto Interno Bruto (PIB) de los países de América Latina y el Caribe, y sin embargo los países de la región sólo invierten entre 0.01 % y 0.1 % del PIB en programas para prevenir, atender y sancionar esta violencia, lo cual indica que no estamos poniendo suficientes recursos para este tema”.</p> <p>La Entidad de las Naciones Unidas para la Igualdad de Género y Empoderamiento de las Mujeres (ONU Mujeres) ha señalado que las campañas para poner fin a la violencia de género contribuyen significativamente a intensificar la conciencia respecto de que ésta es una cuestión pública y una violación a los derechos humanos que afecta a la sociedad general, además de constituirse como un medio para informar y educar a las supervivientes de violencia acerca de su derecho a recibir apoyo y reparación, y la forma en que pueden hacer valer estos derechos.</p> <p>En ese sentido, resulta pertinente realizar acciones de prevención de la violencia contra las mujeres y las niñas, tal y como lo es esta campaña de comunicación social, la cual busca atender un problema de salud y seguridad, además de garantizarles el derecho de las mujeres a una vida libre de violencia.</p> <p>Los derechos para la difusión de esta campaña están vigentes hasta el 1° de mayo de 2017.</p>
--	--

**INDIQUE LOS ARGUMENTOS PARA DIFUNDIR ESTA CAMPAÑA DURANTE EL PROCESO ELECTORAL**

La campaña de *Prevención de la violencia contra las mujeres* cumple con lo establecido en el artículo 134, párrafos séptimo y octavo de la Constitución. Esta campaña busca visibilizar las diversas manifestaciones de violencia de género a través de mensajes claves de prevención, así como fomentar el respeto al cuerpo de las mujeres. Su principal objetivo es que la población identifique la violencia hacia el cuerpo de las mujeres, así como dónde encontrar ayuda.

Debe destacarse que la violencia contra las mujeres y las niñas es una de las violaciones a los derechos humanos más

	<b>DIRECCIÓN EJECUTIVA DE PRERROGATIVAS Y PARTIDOS POLÍTICOS</b>	
	<b>FORMULARIO PARA LA PRESENTACIÓN DE LA INFORMACIÓN MÍNIMA NECESARIA PARA LA ATENCIÓN DE LAS CONSULTAS TÉCNICAS RELACIONADAS CON LAS EXCEPCIONES PREVISTAS PARA LA DIFUSIÓN DE PROPAGANDA GUBERNAMENTAL</b>	<b>FORM/DEPPP/DAI/001</b>
	<b>Versión 1.0</b>	

sistemáticas e invisibilizadas en el mundo, lo cual significa que está arraigada en patrones, actitudes y comportamientos que han pasado de generación en generación y que propician situaciones de desigualdad y discriminación entre mujeres y hombres que inevitablemente conducen a la violencia.

Muchos de los tipos de violencia contra las mujeres que existen se han naturalizado en la cultura y en la sociedad. Son vistos como "normales" y para muchas personas ni siquiera son considerados como violencia. Ejemplo de ello es el acoso callejero, incluyendo los piropos no deseados en la calle, así como la violencia verbal o psicológica, que como no está tipificada en nuestras leyes y es difícil de identificar y medir pues causa un daño silencioso pero latente en la vida de millones de mujeres.

Sin embargo, a pesar de esta invisibilización, es necesario entender que la violencia contra las mujeres y las niñas es un grave problema social de carácter público y privado, el cual impide el progreso, la paz y el desarrollo, y representa una barrera en nuestro crecimiento económico.

En este sentido, esta campaña de comunicación social de la Conavim permite dar cumplimiento a los compromisos internacionales del Estado mexicano en materia de derechos humanos de las mujeres, al apuntar a la prevención del grave y persistente fenómeno de la violencia de género cometida en contra de las mujeres y, por tanto, sin constituir un riesgo de incumplimiento a la legislación en materia electoral.

**INDIQUE LOS FUNDAMENTOS DE LAS FACULTADES DEL ÓRGANO PARA DIFUNDIR PROGRAMAS GUBERNAMENTALES**

La Comisión Nacional para Prevenir y Erradicar la Violencia contra las Mujeres (Conavim) es un órgano desconcentrado de la Secretaría de Gobernación que tiene por mandato coordinar en los tres órdenes de gobierno la política nacional en materia de prevención, atención, sanción y erradicación de la violencia contra las mujeres.

Las atribuciones legales de la Conavim están previstas en su Decreto de Creación, publicado en el Diario Oficial de la Federación el 1º de junio de 2009, en la Ley General de Acceso de las Mujeres a una Vida Libre de Violencia, y en la Ley General para la Igualdad entre Mujeres y Hombres, entre otras disposiciones.

De conformidad con el artículo cuarto, fracciones III y IV de su Decreto de Creación, la Conavim tiene el mandato de formular las bases de coordinación entre las autoridades federales, locales y municipales en materia de prevención, atención, sanción y erradicación de la violencia contra las mujeres. Asimismo, tiene a su cargo el seguimiento de las acciones del Programa Integral para Prevenir, Atender, Sancionar y Erradicar la Violencia contra las Mujeres (Programa Integral), con la finalidad de evaluar su eficacia y rediseñar las acciones y medidas pertinentes para avanzar en la eliminación de la violencia contra las mujeres.

<b>III. DATOS DEL CONTACTO</b>	
<b>NOMBRE COMPLETO</b>	
Katya Nallely Vera Morales	
<b>CARGO</b>	
Directora General Adjunta de la Conavim	
<b>TELÉFONO</b>	<b>CORREO ELECTRÓNICO</b>
52098800 ext. 30340	kvera@segob.gob.mx

	<b>DIRECCIÓN EJECUTIVA DE PRERROGATIVAS Y PARTIDOS POLÍTICOS</b>	
	<b>FORMULARIO PARA LA PRESENTACIÓN DE LA INFORMACIÓN MÍNIMA NECESARIA PARA LA ATENCIÓN DE LAS CONSULTAS TÉCNICAS RELACIONADAS CON LAS EXCEPCIONES PREVISTAS PARA LA DIFUSIÓN DE PROPAGANDA GUBERNAMENTAL</b>	FORM/DEPPP/DAI/001
	Versión 1.0	

INFORMACIÓN ADICIONAL
<p><b>Encuesta Nacional sobre la Dinámica de las Relaciones en los Hogares 2011 (ENDIREH 2011)<sup>1</sup>.</b></p> <p>Según la Encuesta Nacional sobre la Dinámica de las Relaciones en los Hogares 2011 (ENDIREH 2011), a nivel nacional:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• 62.7% de las mujeres de 15 años o más han padecido, al menos, un incidente de violencia en cualquier ámbito y momento de su vida;</li> <li>• 47% de las mujeres de 15 años o más que han tenido al menos una pareja han sido agredidas por la actual o última pareja en algún momento de su vida marital o durante su relación o noviazgo.</li> </ul> <p>De acuerdo con la ENDIREH 2011 las entidades federativas con mayor prevalencia de violencia de pareja a lo largo de la relación son:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Estado de México, con 57.6%;</li> <li>2. Nayarit (54.5%);</li> <li>3. Sonora (54.0%);</li> <li>4. Distrito Federal (52.3%), y</li> <li>5. Colima (51.0%)</li> </ol> <p>De acuerdo con la Estadísticas Vitales de Mortalidad 2013 del INEGI, durante ese año los estados con mayor índice de homicidios de mujeres fueron:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Estado de México (469)</li> <li>2. Guerrero (232)</li> <li>3. Chihuahua (186)</li> <li>4. Distrito Federal (145)</li> <li>5. Jalisco (130)</li> </ol> <p><b>Informe “La violencia feminicida en México, aproximaciones y tendencias 1985-2014” de ONU Mujeres<sup>2</sup>.</b></p> <p>Este estudio es el resumen de la actualización de dos publicaciones previas realizadas por ONU Mujeres México, la Comisión Especial para el Seguimiento de los Feminicidios y el Instituto Nacional de las Mujeres: Feminicidio en México: aproximación, tendencias y cambios 1985-2009 y Violencia feminicida en México. Características, tendencias y nuevas expresiones en las entidades federativas, 1985-2010.</p> <p>La información presentada muestra la tendencia de las defunciones femeninas con presunción de homicidio (DFPH), ocurridas en el periodo 1985-2014 en México, tanto en a nivel nacional como estatal, y da cuenta de algunas de sus principales características.</p> <p><b>i. Número de casos de defunciones femeninas con presunción de homicidio.</b></p> <p>En 2014 ocurrieron 2,289 casos de DFPH en México, es decir, en ese año, en el país <b>hubieron en promedio 6.3 DFPH al día</b>, una tasa de 3.7 de estas muertes por cada 100,000 mujeres. En el año anterior, 2013, las estadísticas señalan la ocurrencia de 2,594 casos de DFPH, lo que se traduce en un promedio de siete DFPH al día y en una tasa de 4.3 por cada 100,000 mujeres.</p> <p>Entre 1985 y 2014, se registró un total de 47,178 DFPH en el país. A lo largo de este periodo de 30 años (1985-2014)</p>

<sup>1</sup>[http://www.inegi.org.mx/est/contenidos/proyectos/encuestas/hogares/especiales/endireh/endir\\_2011/default.aspx](http://www.inegi.org.mx/est/contenidos/proyectos/encuestas/hogares/especiales/endireh/endir_2011/default.aspx)

<sup>2</sup>[http://www.gob.mx/cms/uploads/attachment/file/84740/La\\_Violencia\\_Feminicida\\_en\\_Mexico\\_aproximaciones\\_y\\_tendencias\\_1985\\_-2014.pdf](http://www.gob.mx/cms/uploads/attachment/file/84740/La_Violencia_Feminicida_en_Mexico_aproximaciones_y_tendencias_1985_-2014.pdf)

	<b>DIRECCIÓN EJECUTIVA DE PRERROGATIVAS Y PARTIDOS POLÍTICOS</b>	
	<b>FORMULARIO PARA LA PRESENTACIÓN DE LA INFORMACIÓN MÍNIMA NECESARIA PARA LA ATENCIÓN DE LAS CONSULTAS TÉCNICAS RELACIONADAS CON LAS EXCEPCIONES PREVISTAS PARA LA DIFUSIÓN DE PROPAGANDA GUBERNAMENTAL</b>	<b>FORM/DEPPP/DAI/001</b>
	<b>Versión 1.0</b>	

se aprecian tres momentos en la tendencia de los asesinatos de mujeres: en el primero, una tendencia francamente descendente de la tasa de DFPH entre 1985 y 2007. En este último año se registra el valor más bajo, tanto en el número de defunciones como en las tasas: 1,087 DFPH y una tasa de 1.9 DFPH por cada 100,000 mujeres.

En un segundo momento, entre 2008 y 2012, tiene lugar un incremento importante que alcanza su cúspide en 2012 (con una tasa de 4.6 de DFPH por 100,000 mujeres, es decir 2,761 DFPH). Para 2013 se observa una reducción de 7% respecto al año previo, alcanzando una tasa de 4.3 y 2,594 DFPH y para 2014 la reducción fue de 13% para alcanzar una tasa de 3.7 con 2,289 DFPH.

En síntesis, después de una reducción a la mitad en la tasa de DFPH entre 1985 y 2007, entre este último año y 2012 hubo un repunte de 138%; es decir, no solamente se perdió el avance que se había alcanzado en los 23 años previos, sino que, además, se llegó a niveles nunca antes registrados. Entre 2010 y 2011 se observó una desaceleración de esta tendencia al alza; en 2012 cambia esta tendencia, y en 2013 dicha desaceleración se convierte en un descenso que se acentúa en 2014. Los últimos datos disponibles (2014) muestran una disminución de 305 casos en términos absolutos y una reducción de 0.55 en el valor de la tasa, igual a la de 1986, pero sin llegar aún al nivel alcanzado en 2009.

La información que dio origen a estas cifras proviene de las siguientes instituciones: Inmujeres, ONU Mujeres, PGR y SEGOB a partir de las Estadísticas vitales de mortalidad del INEGI y las Proyecciones de la población de México 2005-2050, Estimaciones de Población 1990-2010 y Proyecciones de la población de México 2010-2050 de la Conapo.

Por otra parte, la calificación de la violencia de género como una cuestión de salud pública ha sido ya ampliamente reconocida por instancias nacionales e internacionales, documentándose las afectaciones a nivel mundial que conlleva este fenómeno.

De acuerdo con la Organización Mundial de la Salud (OMS), la violencia cometida en contra de las mujeres tiene graves consecuencias inmediatas y a largo plazo para el desarrollo psicológico y social de las personas, las familias, las comunidades y los países, ante lo cual ha instado a los Estados a evaluar este problema como una prioridad de salud pública y a tomar medidas para prevenirlo y resolverlo.

El Informe *Estimaciones mundiales y regionales de la violencia contra la mujer: prevalencia y efectos de la violencia conyugal y de la violencia sexual no conyugal en la salud (2013)* de la OMS<sup>3</sup>, reiteró esta calificación, señalando que la violencia física o sexual contra las mujeres es un problema de salud pública que afecta a más de un tercio de todas las mujeres a nivel mundial.

<sup>3</sup>[http://apps.who.int/iris/bitstream/10665/85239/1/9789241564625\\_eng.pdf?ua=1](http://apps.who.int/iris/bitstream/10665/85239/1/9789241564625_eng.pdf?ua=1)

	<b>DIRECCIÓN EJECUTIVA DE PRERROGATIVAS Y PARTIDOS POLÍTICOS</b>	
	FORMULARIO PARA LA PRESENTACIÓN DE LA INFORMACIÓN MÍNIMA NECESARIA PARA LA ATENCIÓN DE LAS CONSULTAS TÉCNICAS RELACIONADAS CON LAS EXCEPCIONES PREVISTAS PARA LA DIFUSIÓN DE PROPAGANDA GUBERNAMENTAL	FORM/DEPPP/DAI/001
	Versión 1.0	

INSTITUCIÓN / ORGANISMO RESPONSABLE DE LA CAMPAÑA DE DIFUSIÓN*	FECHA**
Comisión Nacional para Prevenir y Erradicar la Violencia contra las Mujeres	13-ene-2017

\* Utilice un formato para cada una de las campañas o programas que requiera consultar.

\*\* La solicitud de consulta técnica deberá presentarse al menos 20 días previos al inicio de transmisión de la campaña que se pretenda difundir.

I. DATOS GENERALES DE LA CAMPAÑA DE DIFUSIÓN	
NOMBRE COMPLETO DE LA CAMPAÑA	
Centros de Justicia para las Mujeres	
FECHA DE INICIO DE LAS TRANSMISIONES	FECHA DE TÉRMINO DE LAS TRANSMISIONES
01 febrero 2017	30 abril 2017
DESCRIPCIÓN, ALCANCE Y POBLACIÓN OBJETIVO DE LA CAMPAÑA***	
<p>Esta campaña busca difundir los servicios integrales que otorgan los Centros de Justicia para las Mujeres víctimas de violencia, a fin de que las mujeres en situación de violencia los conozcan y acudan a solicitar apoyo y atención. Está dirigida a: mujeres; población urbana y rural; edades 13 a 64 años; NSE C+ (media alta), C (media); D+(media baja); D (baja).</p>	
OBJETIVO DEL PROGRAMA GUBERNAMENTAL QUE SE DIFUNDIRÁ	
<p>PND 2013-2018 1.5. Garantizar el respeto y protección de los derechos humanos y la erradicación de la discriminación. 1.5.1 Instrumentar una política de Estado en derechos humanos. PSG 2013 - 2018 3. Garantizar el respeto y protección de los derechos humanos, reducir la discriminación y la violencia contra las mujeres. 3.6. Coordinar la política nacional de prevención, atención y sanción para la erradicación de la violencia contra las mujeres.</p>	

\*\*\* Adjunte los promocionales, propaganda o materiales que pretenda difundir.

II. ELEMENTOS JUSTIFICATORIOS DE LA EXCEPCIÓN A LA CAMPAÑA		
SUPUESTO DE EXCEPCIÓN APLICABLE (Marque con una "X")	INDIQUE LAS RAZONES QUE MOTIVAN LA EXCEPCIÓN EN ESTE CASO	
Educación	( )	<p>La calificación de la violencia de género como una cuestión de salud pública y seguridad ciudadana ha sido ya ampliamente reconocida por instancias nacionales e internacionales, documentándose las afectaciones a nivel mundial que conlleva este fenómeno.</p> <p>De acuerdo con la Organización Mundial de la Salud (OMS), la violencia cometida en contra de las mujeres tiene graves consecuencias inmediatas y a largo plazo para el desarrollo psicológico y social de las personas, las familias, las comunidades y los países, ante lo cual ha instado a los Estados a evaluar este problema como una prioridad de salud pública y a tomar medidas para prevenirlo y resolverlo.</p> <p>El Informe "Estimaciones mundiales y regionales de la violencia contra la mujer:</p>
Salud.	(x)	
Protección civil	( )	

	<b>DIRECCIÓN EJECUTIVA DE PRERROGATIVAS Y PARTIDOS POLÍTICOS</b>	
	<b>FORMULARIO PARA LA PRESENTACIÓN DE LA INFORMACIÓN MÍNIMA NECESARIA PARA LA ATENCIÓN DE LAS CONSULTAS TÉCNICAS RELACIONADAS CON LAS EXCEPCIONES PREVISTAS PARA LA DIFUSIÓN DE PROPAGANDA GUBERNAMENTAL</b>	<b>FORM/DEPPP/DAI/001</b>
		<b>Versión 1.0</b>

	<p>prevalencia y efectos de la violencia conyugal y de la violencia sexual no conyugal en la salud” (2013) de la OMS reiteró esta calificación, señalando que la violencia física o sexual contra las mujeres es un problema de salud pública que afecta a más de un tercio de todas las mujeres a nivel mundial.</p> <p>De igual manera, la Encuesta Nacional sobre la Dinámica de las Relaciones en los Hogares 2011 (ENDIREH 2011), indica que a nivel nacional 62.7% de las mujeres de 15 años o más han padecido, al menos, un incidente de violencia en cualquier ámbito y momento de su vida y 47% de las mujeres de 15 años o más que han tenido al menos una pareja han sido agredidas por la actual o última pareja en algún momento de su vida marital o durante su relación o noviazgo.</p> <p>En cuanto a la seguridad ciudadana, es de subrayarse que si bien éste es un problema que afecta a la población en general, las mujeres viven la violencia, la trata y otros problemas de seguridad de una manera distinta a los hombres, por lo que la incorporación de una perspectiva de derechos y de igualdad de género en la promoción y la protección de la seguridad es esencial para asegurar que las mujeres gocen de esta seguridad de una manera plena e igualitaria.</p> <p>Por otro lado, de acuerdo con el estudio “El Costo de la Violencia contra las Mujeres en México” realizado por la Conavim, con cifras del Banco Interamericano de Desarrollo se encontró que “los costos de la violencia contra las mujeres están cerca al 2% del Producto Interno Bruto (PIB) de los países de América Latina y el Caribe, y sin embargo los países de la región sólo invierten entre 0.01 % y 0.1 % del PIB en programas para prevenir, atender y sancionar esta violencia, lo cual indica que no estamos poniendo suficientes recursos para este tema”.</p> <p>La Entidad de las Naciones Unidas para la Igualdad de Género y Empoderamiento de las Mujeres (ONU Mujeres) ha señalado que las campañas para poner fin a la violencia de género contribuyen significativamente a intensificar la conciencia respecto de que ésta es una cuestión pública y una violación a los derechos humanos que afecta a la sociedad general, además de constituirse como un medio para informar y educar a las supervivientes de violencia acerca de su derecho a recibir apoyo y reparación, y la forma en que pueden hacer valer estos derechos.</p> <p>En ese sentido, resulta pertinente realizar acciones de prevención de la violencia contra las mujeres, como esta campaña de comunicación social, a fin de atender un problema de salud, seguridad y economía como lo es la violencia contra las mujeres, además de garantizarles el derecho a una vida libre de violencia.</p>
<b>INDIQUE LOS ARGUMENTOS PARA DIFUNDIR ESTA CAMPAÑA DURANTE EL PROCESO ELECTORAL</b>	
<p>La campaña de <i>Centros de Justicia para las Mujeres</i> cumple con lo establecido en el artículo 134, párrafos séptimos y octavo de la Constitución, al difundir los servicios integrales que otorgan esos centros a las mujeres víctimas de violencia.</p> <p>Debe destacarse que la violencia contra las mujeres y las niñas es una de las violaciones a los derechos humanos más sistemáticas e invisibilizadas en el mundo, lo cual significa que está arraigada en patrones, actitudes y comportamientos que han pasado de generación en generación y que propician situaciones de desigualdad y discriminación entre mujeres y hombres que inevitablemente conducen a la violencia.</p>	

	<b>DIRECCIÓN EJECUTIVA DE PRERROGATIVAS Y PARTIDOS POLÍTICOS</b>	
	<b>FORMULARIO PARA LA PRESENTACIÓN DE LA INFORMACIÓN MÍNIMA NECESARIA PARA LA ATENCIÓN DE LAS CONSULTAS TÉCNICAS RELACIONADAS CON LAS EXCEPCIONES PREVISTAS PARA LA DIFUSIÓN DE PROPAGANDA GUBERNAMENTAL</b>	<b>FORM/DEPPP/DAI/001</b>
	<b>Versión 1.0</b>	

Muchos de los tipos de violencia contra las mujeres que existen se han naturalizado en la cultura y en la sociedad. Son vistos como "normales" y para muchas personas ni siquiera son considerados como violencia. Sin embargo, a pesar de esta invisibilización, es necesario entender que la violencia contra las mujeres y las niñas es un grave problema social de carácter público y privado, el cual impide el progreso, la paz y el desarrollo, y representa una barrera en nuestro crecimiento económico.

En este sentido, esta campaña de comunicación social de la Conavim permite dar cumplimiento a los compromisos internacionales del Estado mexicano en materia de derechos humanos de las mujeres, al apuntar a la prevención del grave fenómeno de la violencia de género cometida en contra de las mujeres y niñas en México, y sin que ello constituya un riesgo de incumplimiento a la legislación en materia electoral.

**INDIQUE LOS FUNDAMENTOS DE LAS FACULTADES DEL ÓRGANO PARA DIFUNDIR PROGRAMAS GUBERNAMENTALES**

La Comisión Nacional para Prevenir y Erradicar la Violencia contra las Mujeres (Conavim) es un órgano desconcentrado de la Secretaría de Gobernación que tiene por mandato coordinar en los tres órdenes de gobierno la política nacional en materia de prevención, atención, sanción y erradicación de la violencia contra las mujeres.

Las atribuciones legales de la Conavim están previstas en su Decreto de Creación, publicado en el Diario Oficial de la Federación el 1º de junio de 2009, en la Ley General de Acceso de las Mujeres a una Vida Libre de Violencia, y en la Ley General para la Igualdad entre Mujeres y Hombres, entre otras disposiciones.

De conformidad con el artículo cuarto, fracciones III y IV de su Decreto de Creación, la Conavim tiene el mandato de formular las bases de coordinación entre las autoridades federales, locales y municipales en materia de prevención, atención, sanción y erradicación de la violencia contra las mujeres. Asimismo, tiene a su cargo el seguimiento de las acciones del Programa Integral para Prevenir, Atender, Sancionar y Erradicar la Violencia contra las Mujeres (Programa Integral), con la finalidad de evaluar su eficacia y rediseñar las acciones y medidas pertinentes para avanzar en la eliminación de la violencia contra las mujeres.

<b>III. DATOS DEL CONTACTO</b>	
<b>NOMBRE COMPLETO</b>	
Katya Nallely Vera Morales	
<b>CARGO</b>	
Directora General Adjunta de la Conavim	
<b>TELÉFONO</b>	<b>CORREO ELECTRÓNICO</b>
52098800 ext. 30340	kvera@segob.gob.mx

<b>INFORMACIÓN ADICIONAL</b>
Encuesta Nacional sobre la Dinámica de las Relaciones en los Hogares 2011 (ENDIREH 2011) <sup>1</sup> .

<sup>1</sup>[http://www.inegi.org.mx/est/contenidos/proyectos/encuestas/hogares/especiales/endireh/endir\\_eh2011/default.aspx](http://www.inegi.org.mx/est/contenidos/proyectos/encuestas/hogares/especiales/endireh/endir_eh2011/default.aspx)

	<b>DIRECCIÓN EJECUTIVA DE PRERROGATIVAS Y PARTIDOS POLÍTICOS</b>	
	<b>FORMULARIO PARA LA PRESENTACIÓN DE LA INFORMACIÓN MÍNIMA NECESARIA PARA LA ATENCIÓN DE LAS CONSULTAS TÉCNICAS RELACIONADAS CON LAS EXCEPCIONES PREVISTAS PARA LA DIFUSIÓN DE PROPAGANDA GUBERNAMENTAL</b>	<b>FORM/DEPPP/DAI/001</b>
	<b>Versión 1.0</b>	

Según la Encuesta Nacional sobre la Dinámica de las Relaciones en los Hogares 2011 (ENDIREH 2011), a nivel nacional:

- 62.7% de las mujeres de 15 años o más han padecido, al menos, un incidente de violencia en cualquier ámbito y momento de su vida;
- 47% de las mujeres de 15 años o más que han tenido al menos una pareja han sido agredidas por la actual o última pareja en algún momento de su vida marital o durante su relación o noviazgo.

De acuerdo con la ENDIREH 2011 las entidades federativas con mayor prevalencia de violencia de pareja a lo largo de la relación son:

1. Estado de México, con 57.6%;
2. Nayarit (54.5%);
3. Sonora (54.0%);
4. Distrito Federal (52.3%), y
5. Colima (51.0%)

De acuerdo con la Estadísticas Vitales de Mortalidad 2013 del INEGI, durante ese año los estados con mayor índice de homicidios de mujeres fueron:

1. Estado de México (469)
2. Guerrero (232)
3. Chihuahua (186)
4. Distrito Federal (145)
5. Jalisco (130)

**Informe “La violencia feminicida en México, aproximaciones y tendencias 1985-2014” de ONU Mujeres<sup>2</sup>.**

Este estudio es el resumen de la actualización de dos publicaciones previas realizadas por ONU Mujeres México, la Comisión Especial para el Seguimiento de los Feminicidios y el Instituto Nacional de las Mujeres: Feminicidio en México: aproximación, tendencias y cambios 1985-2009 y Violencia feminicida en México. Características, tendencias y nuevas expresiones en las entidades federativas, 1985-2010.

La información presentada muestra la tendencia de las defunciones femeninas con presunción de homicidio (DFPH), ocurridas en el periodo 1985-2014 en México, tanto en a nivel nacional como estatal, y da cuenta de algunas de sus principales características.

**i. Número de casos de defunciones femeninas con presunción de homicidio.**

En 2014 ocurrieron 2,289 casos de DFPH en México, es decir, en ese año, en el país **hubieron en promedio 6.3 DFPH al día**, una tasa de 3.7 de estas muertes por cada 100,000 mujeres. En el año anterior, 2013, las estadísticas señalan la ocurrencia de 2,594 casos de DFPH, lo que se traduce en un promedio de siete DFPH al día y en una tasa de 4.3 por cada 100,000 mujeres.

Entre 1985 y 2014, se registró un total de 47,178 DFPH en el país. A lo largo de este periodo de 30 años (1985-2014) se aprecian tres momentos en la tendencia de los asesinatos de mujeres: en el primero, una tendencia francamente descendente de la tasa de DFPH entre 1985 y 2007. En este último año se registra el valor más bajo, tanto en el número de defunciones como en las tasas: 1,087 DFPH y una tasa de 1.9 DFPH por cada 100,000 mujeres.

En un segundo momento, entre 2008 y 2012, tiene lugar un incremento importante que alcanza su cúspide en 2012

<sup>2</sup>[http://www.gob.mx/cms/uploads/attachment/file/84740/La\\_Violencia\\_Feminicida\\_en\\_México\\_aproximaciones\\_y\\_tendencias\\_1985-2014.pdf](http://www.gob.mx/cms/uploads/attachment/file/84740/La_Violencia_Feminicida_en_México_aproximaciones_y_tendencias_1985-2014.pdf)

	<b>DIRECCIÓN EJECUTIVA DE PRERROGATIVAS Y PARTIDOS POLÍTICOS</b>	
	<b>FORMULARIO PARA LA PRESENTACIÓN DE LA INFORMACIÓN MÍNIMA NECESARIA PARA LA ATENCIÓN DE LAS CONSULTAS TÉCNICAS RELACIONADAS CON LAS EXCEPCIONES PREVISTAS PARA LA DIFUSIÓN DE PROPAGANDA GUBERNAMENTAL</b>	FORM/DEPPP/DAI/001
	Versión 1.0	

(con una tasa de 4.6 de DFPH por 100,000 mujeres, es decir 2,761 DFPH). Para 2013 se observa una reducción de 7% respecto al año previo, alcanzando una tasa de 4.3 y 2,594 DFPH y para 2014 la reducción fue de 13% para alcanzar una tasa de 3.7 con 2,289 DFPH.

En síntesis, después de una reducción a la mitad en la tasa de DFPH entre 1985 y 2007, entre este último año y 2012 hubo un repunte de 138%; es decir, no solamente se perdió el avance que se había alcanzado en los 23 años previos, sino que, además, se llegó a niveles nunca antes registrados. Entre 2010 y 2011 se observó una desaceleración de esta tendencia al alza; en 2012 cambia esta tendencia, y en 2013 dicha desaceleración se convierte en un descenso que se acentúa en 2014. Los últimos datos disponibles (2014) muestran una disminución de 305 casos en términos absolutos y una reducción de 0.55 en el valor de la tasa, igual a la de 1986, pero sin llegar aún al nivel alcanzado en 2009.

La información que dio origen a estas cifras proviene de las siguientes instituciones: Inmujeres, ONU Mujeres, PGR y SEGOB a partir de las Estadísticas vitales de mortalidad del INEGI y las Proyecciones de la población de México 2005-2050, Estimaciones de Población 1990-2010 y Proyecciones de la población de México 2010-2050 de la Conapo.

Por otra parte, la calificación de la violencia de género como una cuestión de salud pública ha sido ya ampliamente reconocida por instancias nacionales e internacionales, documentándose las afectaciones a nivel mundial que conlleva este fenómeno.

De acuerdo con la Organización Mundial de la Salud (OMS), la violencia cometida en contra de las mujeres tiene graves consecuencias inmediatas y a largo plazo para el desarrollo psicológico y social de las personas, las familias, las comunidades y los países, ante lo cual ha instado a los Estados a evaluar este problema como una prioridad de salud pública y a tomar medidas para prevenirlo y resolverlo.

El Informe *Estimaciones mundiales y regionales de la violencia contra la mujer: prevalencia y efectos de la violencia conyugal y de la violencia sexual no conyugal en la salud (2013)* de la OMS<sup>3</sup>, reiteró esta calificación, señalando que la violencia física o sexual contra las mujeres es un problema de salud pública que afecta a más de un tercio de todas las mujeres a nivel mundial.

<sup>3</sup>[http://apps.who.int/iris/bitstream/10665/85239/1/9789241564625\\_eng.pdf?ua=1](http://apps.who.int/iris/bitstream/10665/85239/1/9789241564625_eng.pdf?ua=1)

	<b>DIRECCIÓN EJECUTIVA DE PRERROGATIVAS Y PARTIDOS POLÍTICOS</b>	
	<b>FORMULARIO PARA LA PRESENTACIÓN DE LA INFORMACIÓN MÍNIMA NECESARIA PARA LA ATENCIÓN DE LAS CONSULTAS TÉCNICAS RELACIONADAS CON LAS EXCEPCIONES PREVISTAS PARA LA DIFUSIÓN DE PROPAGANDA GUBERNAMENTAL</b>	FORM/DEPPP/DAI/001
	Versión 1.0	

INSTITUCIÓN / ORGANISMO RESPONSABLE DE LA CAMPAÑA DE DIFUSIÓN*	FECHA**
Comisión Nacional para Prevenir y Erradicar la Violencia contra las Mujeres	13-ene-2017

\* Utilice un formato para cada una de las campañas o programas que requiera consultar.

\*\* La solicitud de consulta técnica deberá presentarse al menos 20 días previos al inicio de transmisión de la campaña que se pretenda difundir.

### I. DATOS GENERALES DE LA CAMPAÑA DE DIFUSIÓN

NOMBRE COMPLETO DE LA CAMPAÑA	
Prevención de la trata en adolescentes	
FECHA DE INICIO DE LAS TRANSMISIONES	FECHA DE TÉRMINO DE LAS TRANSMISIONES
01 junio 2017	31 agosto 2017
DESCRIPCIÓN, ALCANCE Y POBLACIÓN OBJETIVO DE LA CAMPAÑA ***	
<p>La campaña busca informar a las usuarias de redes sociales sobre los riesgos de no proteger la información personal en los espacios digitales, así como sobre los riesgos de un enamoramiento virtual peligroso que puede dejar a mujeres y niñas expuestas a la trata de personas. Está dirigida a: adolescentes, mujeres. (NSE : C, C+, D+, D) 13 a 18 años Población urbana y rural, segmentada a estados fronterizos y del sur este.</p>	
OBJETIVO DEL PROGRAMA GUBERNAMENTAL QUE SE DIFUNDIRÁ	
<p>PND 2013-2018 1.5. Garantizar el respeto y protección de los derechos humanos y la erradicación de la discriminación. 1.5.1 Instrumentar una política de Estado en derechos humanos. PSG 2013 - 2018 3. Garantizar el respeto y protección de los derechos humanos, reducir la discriminación y la violencia contra las mujeres. 3.6. Coordinar la política nacional de prevención, atención y sanción para la erradicación de la violencia contra las mujeres.</p>	

\*\*\* Adjunte los promocionales, propaganda o materiales que pretenda difundir.

### II. ELEMENTOS JUSTIFICATORIOS DE LA EXCEPCIÓN A LA CAMPAÑA

SUPUESTO DE EXCEPCIÓN APLICABLE (Marque con una 'X')	INDIQUE LAS RAZONES QUE MOTIVAN LA EXCEPCIÓN EN ESTE CASO
Educación ( x )	<p>La trata de personas es la unión de una serie de actividades en la que una o varias personas utilizan determinados recursos para "conseguir" o "adquirir" a otra con el objetivo de que sea explotada.</p> <p>Según la Organización Internacional del Trabajo, el negocio de la trata de personas mueve más de 32,000 millones de dólares por año en el mundo, además de que más de 12.3 millones de personas sufren situaciones laborales similares a la esclavitud.</p> <p>Cifras de UNICEF señalan que cada año, cuatro millones de personas alrededor del mundo son víctimas de la trata, la mayor parte de ellas son niñas, niños y mujeres. Entre el 10 y el 30% de mujeres víctimas de trata son menores de edad. En América Latina, 2 millones de niñas, niños y adolescentes son víctimas de explotación sexual, comercial o laboral.</p>
Salud ( x )	
Protección civil ( )	

	<b>DIRECCIÓN EJECUTIVA DE PRERROGATIVAS Y PARTIDOS POLÍTICOS</b>	
	<b>FORMULARIO PARA LA PRESENTACIÓN DE LA INFORMACIÓN MÍNIMA NECESARIA PARA LA ATENCIÓN DE LAS CONSULTAS TÉCNICAS RELACIONADAS CON LAS EXCEPCIONES PREVISTAS PARA LA DIFUSIÓN DE PROPAGANDA GUBERNAMENTAL</b>	<b>FORM/DEPPP/DAI/001</b>
	<b>Versión 1.0</b>	

	<p>Existen nuevas herramientas como el Internet que pueden potenciar el modus operandi de los tratantes y facilitar el reclutamiento de víctimas. Muchos de los jóvenes usuarios, principalmente mujeres, pueden ser contactadas en cualquier momento por un desconocido fingiendo ser quien no es y generando empatía y aceptación, y siendo posteriormente víctimas de tratantes de personas.</p> <p>De acuerdo con el 12º Estudio sobre los Hábitos de los Usuarios de Internet en México 2016<sup>1</sup>, la red de social de referencia en nuestro país sigue siendo Facebook con 92% de las/os internautas. Sin embargo, a la fecha la población no tiene presente que por ese medio se puede coaccionar a las personas para ser presas de delitos como la trata y la violencia sexual.</p> <p>En el mundo online, como sucede en el offline, se naturalizan las desigualdades sociales entre hombres y mujeres, por lo cual la trata se vincula directamente a la violencia de género en contra de las mujeres, volviéndose un tema de salud pública que ha sido ya ampliamente reconocido por instancias nacionales e internacionales, documentándose las afectaciones a nivel mundial que conlleva este fenómeno.</p> <p>Es importante mencionar que de acuerdo con la Organización Mundial de la Salud (OMS), la violencia cometida en contra de las mujeres tiene graves consecuencias inmediatas y a largo plazo para el desarrollo psicológico y social de las personas, las familias, las comunidades y los países, ante lo cual ha instado a los Estados a evaluar este problema como una prioridad de salud pública y a tomar medidas para prevenirlo y resolverlo.</p> <p>El Informe "Estimaciones mundiales y regionales de la violencia contra la mujer: prevalencia y efectos de la violencia conyugal y de la violencia sexual no conyugal en la salud" (2013) de la OMS reiteró esta calificación, señalando que la violencia física o sexual contra las mujeres es un problema de salud pública que afecta a más de un tercio de todas las mujeres a nivel mundial.</p> <p>De igual manera, en cuanto a la seguridad ciudadana, es de subrayarse que si bien éste es un problema que afecta a la población en general, las mujeres viven la violencia, la trata y otros problemas de seguridad de una manera distinta a los hombres, por lo que la incorporación de una perspectiva de derechos y de igualdad de género en la promoción y la protección de la seguridad es esencial para asegurar que las mujeres gocen de esta seguridad de una manera plena e igualitaria.</p> <p>La Entidad de las Naciones Unidas para la Igualdad de Género y Empoderamiento de las Mujeres (ONU Mujeres) ha señalado que las campañas para poner fin a la violencia de género han contribuido significativamente a intensificar la conciencia respecto de que ésta es una cuestión pública y una violación a los derechos humanos que afecta a la sociedad general, además de constituirse como un medio para informar y educar a las supervivientes de violencia acerca de su derecho a recibir apoyo y reparación, y la forma en que pueden hacer valer estos derechos.</p> <p>En ese sentido, resulta pertinente realizar acciones de prevención de la violencia contra las mujeres como esta campaña de comunicación social, a fin de atender un problema</p>
--	---

<sup>1</sup> [https://www.amipci.org.mx/images/Estudio\\_Habitosdel\\_Usuario\\_2016.pdf](https://www.amipci.org.mx/images/Estudio_Habitosdel_Usuario_2016.pdf)

	<b>DIRECCIÓN EJECUTIVA DE PRERROGATIVAS Y PARTIDOS POLÍTICOS</b>	
	<b>FORMULARIO PARA LA PRESENTACIÓN DE LA INFORMACIÓN MÍNIMA NECESARIA PARA LA ATENCIÓN DE LAS CONSULTAS TÉCNICAS RELACIONADAS CON LAS EXCEPCIONES PREVISTAS PARA LA DIFUSIÓN DE PROPAGANDA GUBERNAMENTAL</b>	FORM/DEPPP/DAI/001
	Versión 1.0	

		de salud y seguridad
<b>INDIQUE LOS ARGUMENTOS PARA DIFUNDIR ESTA CAMPANA DURANTE EL PROCESO ELECTORAL</b>		
<p>La campaña de <i>Prevención de la Trata en Adolescentes</i> cumple con lo establecido en el artículo 134, párrafos séptimo y octavo de la Constitución, al tener por objetivo empoderar e informar a las usuarias de internet sobre el uso de las redes sociales, principalmente Facebook, así como advertir acerca de los distintos mecanismos bajo los cuales la trata de personas tiene lugar en las redes sociales y la importancia del monitoreo de la actividad en línea de los y las adolescentes.</p> <p>Se calcula que el 80% de las 800.000 personas que son víctimas cada año de la trata transfronteriza de seres humanos son mujeres y niñas, y que la mayoría de éstas (79%) están destinadas a fines de explotación sexual. A nivel nacional, muchas más mujeres y niñas son víctimas de esta práctica, a menudo con fines de explotación sexual o de esclavitud doméstica</p> <p>A partir de ello, esta campaña de comunicación social de la Conavim permite dar cumplimiento a los compromisos internacionales del Estado mexicano en materia de derechos humanos de las mujeres, al apuntar, desde una óptica innovadora, a la prevención del grave fenómeno de la violencia de género cometida en contra de las mujeres y niñas en México, y sin que ello constituya un riesgo de incumplimiento a la legislación en materia electoral.</p>		
<b>INDIQUE LOS FUNDAMENTOS DE LAS FACULTADES DEL ORGANISMO PARA DIFUNDIR PROGRAMAS GUBERNAMENTALES</b>		
<p>La Comisión Nacional para Prevenir y Erradicar la Violencia contra las Mujeres (Conavim) es un órgano desconcentrado de la Secretaría de Gobernación que tiene por mandato coordinar en los tres órdenes de gobierno la política nacional en materia de prevención, atención, sanción y erradicación de la violencia contra las mujeres.</p> <p>Las atribuciones legales de la Conavim están previstas en su Decreto de Creación, publicado en el Diario Oficial de la Federación el 1º de junio de 2009, en la Ley General de Acceso de las Mujeres a una Vida Libre de Violencia, y en la Ley General para la Igualdad entre Mujeres y Hombres, entre otras disposiciones.</p> <p>De conformidad con el artículo cuarto, fracciones III y IV de su Decreto de Creación, la Conavim tiene el mandato de formular las bases de coordinación entre las autoridades federales, locales y municipales en materia de prevención, atención, sanción y erradicación de la violencia contra las mujeres. Asimismo, tiene a su cargo el seguimiento de las acciones del Programa Integral para Prevenir, Atender, Sancionar y Erradicar la Violencia contra las Mujeres (Programa Integral), con la finalidad de evaluar su eficacia y rediseñar las acciones y medidas pertinentes para avanzar en la eliminación de la violencia contra las mujeres.</p>		

<b>III. DATOS DEL CONTACTO</b>	
<b>NOMBRE COMPLETO</b>	
Katya Nallely Vera Morales	
<b>CARGO</b>	
Directora General Adjunta de la Conavim	
<b>TELÉFONO</b>	<b>CORREO ELECTRÓNICO</b>
52098800 ext. 30340	kvera@segob.gob.mx

<b>INFORMACIÓN ADICIONAL</b>
------------------------------

	<b>DIRECCIÓN EJECUTIVA DE PRERROGATIVAS Y PARTIDOS POLÍTICOS</b>	
	<b>FORMULARIO PARA LA PRESENTACIÓN DE LA INFORMACIÓN MÍNIMA NECESARIA PARA LA ATENCIÓN DE LAS CONSULTAS TÉCNICAS RELACIONADAS CON LAS EXCEPCIONES PREVISTAS PARA LA DIFUSIÓN DE PROPAGANDA GUBERNAMENTAL</b>	<b>FORM/DEPPP/DAI/001</b>
	<b>Versión 1.0</b>	

De acuerdo con el Protocolo para prevenir, reprimir y sancionar la trata de personas, especialmente mujeres y niños, Por “trata de personas” se entenderá la captación, el transporte, el traslado, la acogida o la recepción de personas, recurriendo a la amenaza o al uso de la fuerza u otras formas de coacción, al rapto, al fraude, al engaño, al abuso de poder o de una situación de vulnerabilidad o a la concesión o recepción de pagos o beneficios para obtener el consentimiento de una persona que tenga autoridad sobre otra, con fines de explotación. Esa explotación incluirá, como mínimo, la explotación de la prostitución ajena u otras formas de explotación sexual, los trabajos o servicios forzados, la esclavitud o las prácticas análogas a la esclavitud, la servidumbre o la extracción de órganos. El consentimiento de la víctima no será considerado, cuando se haya recurrido a alguno de los medios (amenazas, engaños, abuso de una situación de vulnerabilidad).

- Se calcula que el 80% de las 800.000 personas que son víctimas cada año de la trata transfronteriza de seres humanos son mujeres y niñas, y que la mayoría de éstas (79%) están destinadas a fines de explotación sexual. A nivel nacional, muchas más mujeres y niñas son víctimas de esta práctica, a menudo con fines de explotación sexual o de esclavitud doméstica<sup>2</sup>.
- Un estudio realizado en Europa reveló que el 60% de las mujeres víctimas de la trata de seres humanos había experimentado violencia física y/o sexual antes de ser objeto de este delito, señalando a la violencia basada en el género como un factor determinante en la trata de mujeres<sup>3</sup>.

Algunas cifras relacionadas a uso de internet:

- Un 88% de las y los jóvenes mexicanos usa principalmente internet para acceder a redes sociales, un porcentaje que se mantiene alto en personas entre los 18 y 24 años de edad, según un sondeo del Instituto Federal de Telecomunicaciones.<sup>4</sup>
- El principal motivo para conectarse por primera vez fue la búsqueda de información en la red. Actualmente la actividad más popular entre los internautas es acceder a redes sociales (cerca de 80%), incluso por encima de enviar/recibir mails y/o mensajes.
- La mayoría de las y los adolescentes usan las redes sociales con el objetivo de convertirse en figuras con influencia.
- La etapa de la adolescencia es muy susceptible para ser víctima de la trata de personas; la ruptura familiar y el distanciamiento entre padres e hijos son factores que hacen a la juventud vulnerable.
- Algunas estimaciones sugieren que más del 50% de los delitos cometidos vía internet se relacionan con la pornografía y la trata de menores de edad con fines de explotación sexual. Se estima que cada mes, al menos 100 niñas/os se vuelven víctimas de las redes dedicadas a estos delitos.<sup>5</sup>
- Si la víctima tiene niveles educativos y socioeconómicos altos, el uso de redes sociales e Internet será una estrategia factible para su captación.<sup>6</sup>
- Se han identificado siete etapas en el proceso de cortejo vía Internet, el cual puede durar aproximadamente seis meses. Estas consisten en: 1) encuentro virtual en sitios que el acosador identifica como populares entre los menores de edad; 2) compartir intereses y desarrollo de amistad; 3) ganar confianza apoyando las ideas de los menores de edad; 4) obtener secretos desarrollando intimidad con el menor de edad; 5) romper barreras; 6) amenazas, por ejemplo, de revelar intimidades y otros secretos que han compartido; y 7) encuentro físico.<sup>7</sup>

<sup>2</sup> Poner fin a la violencia contra mujeres y niñas: los hechos. El Objetivo de Desarrollo del Milenio sin cumplir, recopilación de UNIFEM, 2010

<sup>3</sup> Idem.

<sup>4</sup> IFT (2016)

<sup>5</sup> ECPAT México, Explotación sexual comercial de niñas, niños y adolescentes. Una aproximación nacional (ECPAT México, México, 2009), p.88.

<sup>6</sup> UNODC

<sup>7</sup> Alianza por la Seguridad en la Internet, publicación “Internet en tu familia” (México, 2011), pp. 14-15.

	<b>DIRECCIÓN EJECUTIVA DE PRERROGATIVAS Y PARTIDOS POLÍTICOS</b>	
	<b>FORMULARIO PARA LA PRESENTACIÓN DE LA INFORMACIÓN MÍNIMA NECESARIA PARA LA ATENCIÓN DE LAS CONSULTAS TÉCNICAS RELACIONADAS CON LAS EXCEPCIONES PREVISTAS PARA LA DIFUSIÓN DE PROPAGANDA GUBERNAMENTAL</b>	FORM/DEPPP/DAI/001
		Versión 1.0

- Otro factor que puede jugar un papel facilitador para los tratantes es la presencia continua de videos o fotografías en plataformas de diálogo virtual. El 67% de las personas usuarias han subido un video o fotografía en Internet. De los 22.7 millones de internautas, 1.6 millones tienen entre 6 y 12 años de edad, siendo éstos los que se encuentran en situación de mayor riesgo en la red.<sup>8</sup>  
<http://www.gob.mx/inmujeres/documentos/hablando-claro-mitos-y-realidades?state=published>  
<http://www.gob.mx/conavim/articulos/las-mujeres-menores-de-edad-principales-victimas-de-la-trata-de-personas-en-mexico?idiom=es>

<sup>8</sup> Alianza por la Seguridad en Internet A.C., CENETIC, Reporte de resultados de la encuesta básica de seguridad y privacidad en Internet, 2010. Disponible en: [http://www.asi-mexico.org/joomlaspan/index.php?option=com\\_content&view=article&id=51&Itemid=47](http://www.asi-mexico.org/joomlaspan/index.php?option=com_content&view=article&id=51&Itemid=47)[Fec ha de consulta: 4 de octubre de 2012]

	<b>DIRECCIÓN EJECUTIVA DE PRERROGATIVAS Y PARTIDOS POLÍTICOS</b>	
	<b>FORMULARIO PARA LA PRESENTACIÓN DE LA INFORMACIÓN MÍNIMA NECESARIA PARA LA ATENCIÓN DE LAS CONSULTAS TÉCNICAS RELACIONADAS CON LAS EXCEPCIONES PREVISTAS PARA LA DIFUSIÓN DE PROPAGANDA GUBERNAMENTAL</b>	<b>FORM/DEPPP/DAI/001</b>
	<b>Versión 1.0</b>	

INSTITUCIÓN / ORGANISMO RESPONSABLE DE LA CAMPAÑA DE DIFUSIÓN*	FECHA**
INSTITUTO NACIONAL DE LAS MUJERES	03/01/2017

\* Utilice un formato para cada una de las campañas o programas que requiera consultar.

\*\* La solicitud de consulta técnica deberá presentarse al menos 20 días previos al inicio de transmisión de la campaña que se pretenda difundir.

I. DATOS GENERALES DE LA CAMPAÑA DE DIFUSIÓN	
<b>NOMBRE COMPLETO DE LA CAMPAÑA</b>	
Prevenición del embarazo no planeado e infecciones de transmisión sexual en adolescentes. Versión: es tu vida, es tu futuro. ¡Hazlo seguro!, embarazo.	
<b>FECHA DE INICIO DE LAS TRANSMISIONES</b>	<b>FECHA DE TÉRMINO DE LAS TRANSMISIONES</b>
Febrero 2017 (probable)	Agosto 2017 (probable)
<b>DESCRIPCIÓN, ALCANCE Y POBLACIÓN OBJETIVO DE LA CAMPAÑA ***</b>	
Cobertura nacional; población urbana y rural; mujeres y hombres de todos los grupos de edad; niveles AB/ C+/ C/ D+/ D/ E Los materiales que se adjuntan se ajustarán a los lineamientos establecidos para que puedan difundirse en el periodo señalado, como quitar el logotipo de Gobierno de la República y poner solo el de la Dependencia.	
<b>OBJETIVO DEL PROGRAMA GUBERNAMENTAL QUE SE DIFUNDIRÁ</b>	
Contribuir a que las y los mexicanos participen justa y equitativamente de los beneficios del desarrollo económico y social, mediante la regulación de los fenómenos que afectan a la población en cuanto a su volumen, estructura, dinámica y distribución territorial.	

\*\*\* Adjunte los promocionales, propaganda o materiales que pretenda difundir.

II. ELEMENTOS JUSTIFICATORIOS DE LA EXCEPCIÓN A LA CAMPAÑA		
SUPUESTO DE EXCEPCIÓN APLICABLE (Marque con una "X")	INDIQUE LAS RAZONES QUE MOTIVAN LA EXCEPCIÓN EN ESTE CASO	
Educación	( )	El embarazo en adolescentes se le considera un problema de salud pública, ya que afecta negativamente en la salud de las mujeres jóvenes y en la de sus hijos/hijas, como se menciona en la justificación anexa.
Salud	(X)	
Protección civil	( )	
<b>INDIQUE LOS ARGUMENTOS PARA DIFUNDIR ESTA CAMPAÑA DURANTE EL PROCESO ELECTORAL</b>		
la Línea de acción 3 de la ENAPEA establece para los integrantes del GIPEA: Implementar y sostener a lo largo del tiempo campañas de comunicación sobre los derechos sexuales y reproductivos, así como de los servicios amigables con perspectiva de género, visión intercultural y adaptadas a las etapas de la adolescencia, en medios de comunicación masiva.  El análisis de esta información hace evidente la necesidad de difundir ampliamente mensajes relacionados con las acciones de la Estrategia Nacional para la Prevención del Embarazo en Adolescentes (ENAPEA), para cumplir con el objetivo de comunicación de reducir el número de embarazos en adolescentes en México, con absoluto respeto a los derechos humanos,		

	<b>DIRECCIÓN EJECUTIVA DE PRERROGATIVAS Y PARTIDOS POLÍTICOS</b>	
	<b>FORMULARIO PARA LA PRESENTACIÓN DE LA INFORMACIÓN MÍNIMA NECESARIA PARA LA ATENCIÓN DE LAS CONSULTAS TÉCNICAS RELACIONADAS CON LAS EXCEPCIONES PREVISTAS PARA LA DIFUSIÓN DE PROPAGANDA GUBERNAMENTAL</b>	<b>FORM/DEPPP/DAI/001</b>
	<b>Versión 1.0</b>	

particularmente de los derechos sexuales y reproductivos.

Lo anterior bajo el amparo del artículo 4 de la Constitución el cual establece que “Toda persona tiene derecho a decidir de manera libre, responsable e informada sobre el número y el espaciamiento de sus hijos.” Estos derechos han sido definidos como “aquellos derechos que se basan en el reconocimiento del derecho básico de todas las parejas e individuos a decidir libre y responsablemente el número de hijos, el espaciamiento de los nacimientos y el intervalo entre éstos y a disponer de la información y de los medios para ello y el derecho a alcanzar el nivel más elevado de salud sexual y reproductiva. También incluye su derecho a adoptar decisiones relativas a la reproducción sin sufrir discriminación, coacciones ni violencia, de conformidad con lo establecido en los documentos de derechos humanos.”

Asimismo, el derecho a la salud impone a los Estados la obligación de garantizar el más alto estándar de servicios de salud disponibles. El Comité de Derechos Económicos, Sociales y Culturales (Comité DESC) ha señalado que “La salud es un derecho humano fundamental e indispensable para el ejercicio de los demás derechos humanos. Todo ser humano tiene derecho al disfrute del más alto nivel posible de salud que le permita vivir dignamente”. También ha señalado que “los Estados Partes deben proporcionar a las y los adolescentes un entorno seguro y propicio que les permita participar en la adopción de decisiones que afectan a su salud, adquirir experiencia, tener acceso a la información adecuada, recibir consejos y negociar sobre las cuestiones que afectan a su salud

**INDIQUE LOS FUNDAMENTOS DE LAS FACULTADES DEL ÓRGANO PARA DIFUNDIR PROGRAMAS GUBERNAMENTALES**

El artículo 134 Constitucional establece que los recursos económicos de que dispongan la Federación, los estados, los municipios, el Distrito Federal y los órganos político-administrativos de sus demarcaciones territoriales, se administrarán con eficiencia, eficacia, económica, transparencia y honradez para satisfacer los objetivos a los que estén destinados. El párrafo séptimo de dicho precepto también dispone que la propaganda, bajo cualquier modalidad de comunicación social, que difundan como tales, los poderes públicos, los órganos autónomos, las dependencias y entidades de la administración pública y cualquier otro ente de los tres órdenes de gobierno, deberá tener carácter institucional y fines informativos, educativos o de orientación social, y que en ningún caso esta propaganda incluirá nombres, imágenes, voces o símbolos que impliquen promoción personalizada de cualquier servidor público. Así, la Administración Pública Federal tiene la obligación de informar de manera oportuna sobre sus principales acciones, explicando las razones a las que responden y los valores que las inspiran.

En este tenor, el Instituto Nacional de las Mujeres (INMUJERES) tiene la obligación de informar las acciones que lleva a cabo, entre ellas, lo concerniente a la Estrategia Nacional para la Prevención del Embarazo en Adolescentes (ENAPEA); que fue diseñada y puesta en marcha por el Gobierno de la República, como una respuesta multisectorial de gran alcance, que reúne a las dependencias e instituciones estratégicas en el Grupo Interinstitucional para la Prevención de Embarazo Adolescente (GIPEA) y que tiene la meta establecida para el año 2030 de erradicar los nacimientos en niñas de 10 a 14 años y reducir en un 50% la tasa específica de fecundidad de las adolescentes de 15 a 19 años.

Asimismo, el Instituto como miembro del GIPEA, puede llevar a cabo, en el ámbito de su competencia, las actividades y acciones que establecen las líneas de acción de la ENAPEA. En este sentido, la Línea de acción 3 de la ENAPEA establece para los integrantes del GIPEA: Implementar y sostener a lo largo del tiempo campañas de comunicación sobre los derechos sexuales y reproductivos, así como de los servicios amigables con perspectiva de género, visión intercultural y adaptadas a las etapas de la adolescencia, en medios de comunicación masiva. El objetivo de la campaña es reducir el número de embarazos en adolescentes en México, con absoluto respeto a los derechos humanos, particularmente los derechos sexuales y reproductivos.

De igual forma, las campañas que se realicen están relacionadas al objetivo 5. del Programa Nacional de Desarrollo (2013-2018): Ampliar el desarrollo de una cultura demográfica basada en valores de prevención, participación social, tolerancia y vigencia de derechos humanos. Estrategia 5.1 Instrumentar programas de comunicación y divulgación para difundir información sociodemográfica para la toma de decisiones libres y responsables. Líneas de acción: 5.1.2., 5.1.3. y 5.1.4.

	<b>DIRECCIÓN EJECUTIVA DE PRERROGATIVAS Y PARTIDOS POLÍTICOS</b>	
	<b>FORMULARIO PARA LA PRESENTACIÓN DE LA INFORMACIÓN MÍNIMA NECESARIA PARA LA ATENCIÓN DE LAS CONSULTAS TÉCNICAS RELACIONADAS CON LAS EXCEPCIONES PREVISTAS PARA LA DIFUSIÓN DE PROPAGANDA GUBERNAMENTAL</b>	<b>FORM/DEPPP/DAI/001</b>
	<b>Versión 1.0</b>	

<b>III. DATOS DEL CONTACTO</b>	
<b>NOMBRE COMPLETO</b>	
MTRA. MARTA CABRERA GARCÍA	
<b>CARGO</b>	
DIRECTORA GENERAL ADJUNTA DE COMUNICACIÓN SOCIAL Y CAMBIO CULTURAL	
<b>TÉLEFONO</b>	<b>CORREO ELECTRÓNICO</b>
5322 4200 EXT. 7000	mbcabrera@inmujeres.gob.mx

<b>INFORMACIÓN ADICIONAL</b>
<p>El embarazo en adolescentes es un grave problema de salud pública, que atañe a toda la sociedad, y que pone en riesgo la vida e integridad de las y los adolescentes; además de ser un obstáculo para su progreso personal, social y profesional, y limita el libre desarrollo de sus competencias y habilidades; México, según la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OCDE), ocupa el primer lugar del número de nacimientos en mujeres adolescentes.</p> <p>Durante 2013, en México, 466 mil 900 niñas y adolescentes de entre 10 y 19 años de edad se convirtieron en madres; de ellas, 11 mil 300 tenían entre 10 y 14 años de edad;<sup>1</sup> asimismo, los datos recientes muestran que para el 2014, la tasa de fecundidad adolescente se incrementó de 69.5 en 2009, a 77 nacimientos por cada 1,000 mujeres adolescentes de 15 a 19 años.</p> <p>Al interior del país se observan cambios importantes en la fecundidad de las adolescentes, ya que 20 de las 32 entidades federativas presentan incrementos importantes en las TFA entre 2009 y 2014: sobresalen Zacatecas, Coahuila y Nayarit donde la estimación a partir de la Encuesta Nacional de la Dinámica Demográfica señala que la tasa de fecundidad de las adolescentes aumentó más de 20 por ciento entre 2009 y 2014.</p> <p>En el caso de las adolescentes indígenas, ellas tienen una tasa de fecundidad más alta que las no indígenas. La tasa de fecundidad de las mujeres de 15 a 19 años de edad hablantes de una lengua indígena es de 96.7 por 1,000 mujeres; de las no indígenas, de 68 por 1,000. En el país existen alrededor de 1.4 millones de adolescentes que hablan alguna lengua indígena. Las entidades con mayor porcentaje de adolescentes que son hablantes de lengua indígena son Chiapas (29%) y Guerrero (28%). Chihuahua, San Luis Potosí, Oaxaca, Michoacán, Veracruz, Puebla e Hidalgo tienen un porcentaje mayor a 19% es decir, más del triple del promedio nacional (6.3%). Entre las adolescentes hablantes de lengua indígena existe una menor permanencia en la escuela, ya que cerca del 35% de la población adolescente indígena de 10 a 19 años y casi la mitad que se encuentra entre los 15 y 17 años de edad no asisten a la escuela.</p> <p>Lo anterior es más que preocupante ya que actualmente en México viven cerca de 22.3 millones de adolescentes entre 10 y 19 años de edad que representan 18.2% de la población total; es decir, uno de cada cinco habitantes en el país. Prácticamente la mitad, 11.2 millones tienen de 10 a 14 años, y 11.1 millones de 15 y 19 años de edad. Entre las mujeres en edad fértil, las adolescentes de 15 a 19 años son el grupo con mayor volumen, representan 16.3 por ciento del total.</p> <p>En este contexto, el embarazo a edades tempranas generalmente es un problema con consecuencias graves para las madres y los padres adolescentes y para sus hijos e hijas.</p> <p>Se le considera un problema de salud pública, ya que afecta negativamente en la salud de las jóvenes mujeres y en la de sus</p>

<sup>1</sup> De acuerdo con el Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI), estadísticas vitales de nacimientos registrados, 2013.

	<b>DIRECCIÓN EJECUTIVA DE PRERROGATIVAS Y PARTIDOS POLÍTICOS</b>	
	<b>FORMULARIO PARA LA PRESENTACIÓN DE LA INFORMACIÓN MÍNIMA NECESARIA PARA LA ATENCIÓN DE LAS CONSULTAS TÉCNICAS RELACIONADAS CON LAS EXCEPCIONES PREVISTAS PARA LA DIFUSIÓN DE PROPAGANDA</b>	<b>FORM/DEPPP/DAI/001</b>
	<b>GUBERNAMENTAL</b>	

hijos/hijas; es un problema educativo porque provoca deserción escolar o bajo rendimiento; es económico porque posibilita mano de obra barata y condiciona los ingresos futuros, el acceso a oportunidades laborales especializadas y de calidad y el desarrollo humano sustentable y es, en todo caso un problema de atención al ejercicio de los derechos establecidos en la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos.

Ser madre y padre adolescente suele desencadenar, sin distinciones socio-económicas, condiciones de vulnerabilidad para este sector de la población, que suelen asociarse a: falta de preparación educativa en el tema de salud sexual y reproductiva, a la probable deserción escolar, características del desarrollo cognitivo, físico y psico-socioemocional en esa etapa, la adopción de papeles de género tradicionales, así como a la reducción de vivencias que se generan en la población en este periodo del desarrollo humano considerando su ámbito socio-cultural.

Las madres adolescentes son frecuentemente estigmatizadas y sufren discriminación de género, desaprobación y rechazo familiar, social (en las escuelas, en sectores de salud, en las comunidades, en ámbitos religiosos, por ejemplo).

Un embarazo durante la adolescencia, puede considerarse como dramático, tanto en lo personal como a nivel social, independientemente del estrato social del que procedan, porque:

- Con frecuencia es no planeado y/o no deseado.
- Si lo es, no se tienen muchas alternativas para cubrir de la mejor manera todas las necesidades que requerirá la madre durante el mismo, y del hijo/hija al nacer.
- Llama la atención social, al observar que las y los adolescentes lo ven como una forma de destino de mujeres (y hombres) ante la falta de alternativas.
- Desencadena eventos como uniones o matrimonios prematuros, en los que la pareja puede o no estar de acuerdo.
- Puede reproducir el círculo de pobreza de madres y padres adolescentes, o iniciarlo cuando la economía doméstica no lo podrá proteger por falta de: empleo, redes sociales de apoyo, entre otros.
- Se genera una mayor exposición a situaciones de inseguridad, desprotección y maltrato (las madres jóvenes embarazadas a veces no son aceptadas en la escuela –maltrato–; no son aceptadas en su casa, lo que las lleva a buscar trabajos no adecuados, sufrir maltrato, inseguridad, desprotección y, en ocasiones, ser abandonadas por su pareja, por ejemplo.
- Si se casan, tienen un mayor índice de riesgo de divorcio, con las consecuencias del mismo, ya que muchos padres se niegan a dar pensión alimentaria. Para contextualizar, se ha observado que el divorcio y/o la separación son cuatro veces más altos entre parejas casadas durante la adolescencia que entre los matrimonios consumados a edades más tardías.<sup>2</sup>
- Los embarazos de mujeres adolescentes se vinculan a la muerte materno-infantil, y al aborto.
- La inversión en el trayecto educativo de las niñas y niños adolescentes, tiene repercusiones como abandono escolar y baja calidad en sus estudios al atender otras responsabilidades, entre otras.
- Puede ser utilizado como pretexto para requerir y ofrecer trabajo a menores de edad en condiciones de explotación.

<sup>2</sup> Gaviria A., Silvia Lucia y Roberto Chaskel, "Embarazo en adolescentes de América Latina y el Caribe: impacto psicosocial" CCAP, 12. 3, Web, 2013. [www.scp.com.co/precop/precop\\_files/ano12/TERCERO/embarazo\\_adolescentes.pdf](http://www.scp.com.co/precop/precop_files/ano12/TERCERO/embarazo_adolescentes.pdf) citado en [http://www.gob.mx/cms/uploads/attachment/file/55979/ENAPEA\\_0215.pdf](http://www.gob.mx/cms/uploads/attachment/file/55979/ENAPEA_0215.pdf)

	<b>DIRECCIÓN EJECUTIVA DE PRERROGATIVAS Y PARTIDOS POLÍTICOS</b>	
	<b>FORMULARIO PARA LA PRESENTACIÓN DE LA INFORMACIÓN MÍNIMA NECESARIA PARA LA ATENCIÓN DE LAS CONSULTAS TÉCNICAS RELACIONADAS CON LAS EXCEPCIONES PREVISTAS PARA LA DIFUSIÓN DE PROPAGANDA GUBERNAMENTAL</b>	<b>FORM/DEPPP/DAI/001</b>
	<b>Versión 1.0</b>	

Como lo señaló el Presidente de la República, Enrique Peña Nieto, en enero de 2015: “Hoy, las niñas y niños y adolescentes de México y de todo el mundo, están enfrentando complejos desafíos que pueden poner en riesgo su salud su bienestar inmediato e, incluso, su calidad de vida a largo plazo.

El embarazo no planificado en adolescentes es uno de estos retos, que afecta el desarrollo humano de nuestra población. De acuerdo a cifras dadas a conocer por INEGI, la proporción de nacimientos en madres menores de 20 años, había venido disminuyendo en el país hasta llegar a un mínimo de 16.3 por ciento en 1997. Sin embargo, desde entonces, nuevamente empezó a incrementarse hasta llegar a 19.4 por ciento en 2012.

Como aquí ya se ha señalado, en 2013 prácticamente 467 mil mujeres menores de 20 años, tuvieron un bebé; esto es casi uno de cada cinco nacimientos y más preocupante aún, es que esta cifra incluye cerca de 11 mil niñas de 10 a 14 años de edad, que se convirtieron en madres tan solo en ese año.

Literalmente son niñas criando niños, cuando deberían o podrían estar mejor estudiando, divirtiéndose y disfrutando su infancia. Los embarazos no planificados ponen en riesgo la salud de la madre y de su bebé, y en la gran mayoría de los casos, alteran su proyecto de vida, ya que reducen sus oportunidades de educación, trabajo, ingresos y superación personal.”<sup>3</sup>

El problema del embarazo en adolescentes es complejo, puede ser identificado como causa o consecuencia de sus determinantes y viceversa, como la falta o limitado acceso a educación integral desde los primeros años de la vida que permita tomar decisiones asertivas que favorezcan el bienestar. El uso nulo o inadecuado de métodos anticonceptivos entre la población adolescente y la cultura imperante que se refleja en el no respeto a los derechos y a la autodeterminación, así como en situaciones de violencia y abuso sexual que padecen un alto número de niñas, niños y adolescentes.

En las familias disfuncionales se tolera y se reproduce la violencia; gran número de adolescentes que tienen estas vivencias tienen prácticas riesgosas como el abandono del hogar, la búsqueda para constituir nuevas familiar, la vivencia de un embarazo y que al final terminan viviendo en condiciones adversas.

De igual forma, la toma de decisiones poco asertivas que afectan el bienestar con base en la percepción de la maternidad como forma de realización personal. También, la violencia sexual aumenta significativamente los problemas de salud reproductiva, ya que se relaciona directamente con embarazo en niñas y adolescentes, embarazos no deseados, problemas ginecológicos, ITS, VIH y problemas de sexualidad, entre otros.

Así como el contexto cultural que fomenta o promueve las uniones a edades tempranas, la tolerancia a matrimonios forzados, son un asunto complejo, con profundas raíces en la desigualdad de género, la tradición y la pobreza, es más común en las áreas rurales, indígenas y empobrecidas, donde las perspectivas de las niñas son limitadas. Las familias pobres dan a sus hijas en matrimonio para reducir la cantidad de niñas y niños que tienen que alimentar, vestir y educar. Hay casos documentados de que un incentivo importante para los padres que arreglan estos matrimonios es el precio que los maridos potenciales pagan (pago de la novia, dote)<sup>4</sup>.

En este sentido, los factores que se asocian a los altos niveles de fecundidad adolescente, en el cual destaca el inicio de relaciones sexuales en esta edad, implica una mayor exposición al riesgo de un embarazo no planeado así como de adquirir infecciones de transmisión sexual.

- De acuerdo a la ENADID 2014, el 50 por ciento de las mujeres entre 25 y 34 años tuvieron relaciones sexuales a una edad más temprana (17.7 años) respecto a las mujeres de 35 a 49 años, de las cuales, la mitad inició a los 18.4 años.
- En Chihuahua, Nayarit, Baja California, Chiapas y Coahuila, la mitad de las mujeres entre 25 y 34 años tuvieron

<sup>3</sup> En: <http://www.gob.mx/presidencia/prensa/palabras-del-presidente-enrique-pena-nieto-durante-presentacion-de-la-estrategia-nacional-de-prevencion-del-embarazo-de-adolescentes?idiom=es>

<sup>4</sup> Proyecto del Milenio de las Naciones Unidas ONU: Grupo de Trabajo sobre Igualdad de Género. Recuperado de: [http://www.un.org/en/development/desa/policy/untaskteam\\_undf/untreport\\_sp.pdf](http://www.un.org/en/development/desa/policy/untaskteam_undf/untreport_sp.pdf)  
UNFPA. Igualdad de género. En: <http://www.unfpa.org.mx/igualdad%20de%20genero.php>

	<b>DIRECCIÓN EJECUTIVA DE PRERROGATIVAS Y PARTIDOS POLÍTICOS</b>	
	<b>FORMULARIO PARA LA PRESENTACIÓN DE LA INFORMACIÓN MÍNIMA NECESARIA PARA LA ATENCIÓN DE LAS CONSULTAS TÉCNICAS RELACIONADAS CON LAS EXCEPCIONES PREVISTAS PARA LA DIFUSIÓN DE PROPAGANDA GUBERNAMENTAL</b>	<b>FORM/DEPPP/DAI/001</b>
		<b>Versión 1.0</b>

<p>relaciones sexuales alrededor de los 17 años.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>En Zacatecas, Guanajuato, Aguascalientes, Yucatán y Michoacán, la mitad de las mujeres entre 25 y 34 años tuvieron relaciones sexuales cerca de los 18 años.</li> </ul> <p>Asimismo, el bajo o nulo uso de métodos anticonceptivos en la primera relación sexual</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Pese al incremento en el uso de métodos anticonceptivos en la primera relación sexual, pasó de 19.9 por ciento en 2009 a 34.4 por ciento en 2014 y, que 54.8 por ciento de las adolescentes en 2014 hicieron uso de anticonceptivos, porcentaje mayor que lo que presenta el resto de mujeres en los demás grupos de edad, todavía cerca de la mitad no previó evitar un embarazo no planeado o una infección de transmisión sexual.</li> <li>Chiapas es la entidad con el menor porcentaje (14.8) de mujeres en edad fértil (MEF) que hicieron uso de métodos anticonceptivos en la primera relación sexual, seguida por Zacatecas con 21.2%, Oaxaca con 23%, Guerrero con 23.8% y Michoacán con 24.7 por ciento.</li> <li>En tanto que en la Ciudad de México uso 49.1 por ciento de las MEF, en Baja California 43%, en Colima 42.9%, en Baja California Sur 42.3% y en Jalisco 40.8 por ciento.</li> <li>Se advierte un incremento de 30 por ciento de adolescentes que ya han tenido al menos una primera relación sexual y que son susceptibles de volver a tener relaciones sexuales en cualquier momento de las mujeres (9.3% en 2009 a 12.1% en 2014).</li> </ul> <p>De igual forma, la baja prevalencia anticonceptiva en mujeres en edad fértil sexualmente activas.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>El porcentaje de mujeres en edad fértil sexualmente activas (MEFSA) actualmente usuarias de métodos anticonceptivos a nivel nacional se estimó en 2009 en 76.5 por ciento para 2014 en 75.6 por ciento.</li> <li>Las entidades federativas con menor prevalencia anticonceptiva de las MEFSA son Chiapas (63.9%), Oaxaca (68.1%) y Tabasco (70.4%).</li> <li>Las entidades federativas con la mayor prevalencia anticonceptiva en las MEFSA son México (81.1%), Tlaxcala (79.0%) y Sinaloa (78.6%).</li> <li>En el caso de las adolescentes sexualmente activas entre 2009 y 2014, aumentaron su prevalencia en 4.4 puntos porcentuales pasando de 54.6 a 59.0 por ciento, sin embargo, continúa siendo el grupo que hace menos uso respecto a las mujeres en los grupos de edad restantes.</li> <li>La prevalencia anticonceptiva de métodos modernos a nivel nacional durante el periodo se mantuvo en 71.3 por ciento; en el caso de las adolescentes sexualmente activas aumentaron en 5.6 puntos porcentuales la prevalencia, pasó de 50.3 a 55.9 por ciento entre 2009 y 2014, cifras todavía por debajo del porcentaje.</li> <li>A nivel nacional el porcentaje de MEFSA que reportaron haber usado métodos anticonceptivos dado que su pareja utiliza la vasectomía, el condón o métodos anticonceptivos tradicionales en 2014 se mantuvo en 18.0 por ciento. En este caso las adolescentes son el grupo con mayor participación masculina en la prevalencia anticonceptiva, 25.4 por ciento.</li> <li>Las adolescentes principalmente usan el condón masculino (38.1%) y el DIU (26.7%), le sigue el uso del implante subdérmico (11.1%) y las inyecciones (10.8%), así como de pastillas (5.6%) y tradicionales (4.9%) aunque en porcentajes más bajos.</li> </ul> <p>Uno de los factores más significativos es el poco acceso a la información y uso de métodos anticonceptivos, el cual deriva en la falta de planificación del embarazo e incluso en la planificación del último hijo nacido vivo.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Entre 2009 y 2014, del grupo de embarazadas al momento de la encuesta se puede observar que hubo un aumento en el porcentaje de mujeres que no habían planeado esta situación, a nivel nacional este porcentaje pasó de 20.1 a 21.0 por ciento respectivamente y el embarazo no deseado pasó de 13.3 a 15.5 por ciento.</li> </ul>
--

	<b>DIRECCIÓN EJECUTIVA DE PREROGATIVAS Y PARTIDOS POLÍTICOS</b>	
	<b>FORMULARIO PARA LA PRESENTACIÓN DE LA INFORMACIÓN MÍNIMA NECESARIA PARA LA ATENCIÓN DE LAS CONSULTAS TÉCNICAS RELACIONADAS CON LAS EXCEPCIONES PREVISTAS PARA LA DIFUSIÓN DE PROPAGANDA GUBERNAMENTAL</b>	<b>FORM/DEPPP/DAI/001</b>
		Versión 1.0

- El incremento en la no planeación del embarazo se presentó principalmente entre las adolescentes, cuyo porcentaje pasó de 27.5 a 30.6, y el embarazo no deseado aumentó de 12.9 a 17.8 por ciento.
- A nivel nacional, en 2014, más de la mitad de las mujeres en edad fértil (59.6%), deseaba o planeaba tener ese último hijo nacido vivo, pero 18.5 por ciento deseaba esperar más tiempo, y 21.9 por ciento no deseaba tenerlo.
- En el caso de las adolescentes, también la mitad (50.1%) quería tener a su último hijo nacido vivo; pero 25.6 por ciento deseaba esperar más tiempo y 24.3 por ciento no quería tenerlo.

Las entidades en donde menos del 40% de las y los adolescentes reportaron haber usado un método anticonceptivo en la última relación fueron, de menor a mayor uso, Coahuila, Jalisco, Tabasco, Michoacán, Oaxaca, Zacatecas, Puebla y Durango. Y las entidades donde más del 50% reportaron haber usado un método anticonceptivo, de mayor a menor uso, Yucatán, Colima, Campeche, Nuevo León, Nayarit, San Luis Potosí, Baja California, Chihuahua, Quintana Roo, Aguascalientes, Querétaro, Distrito Federal, Baja California Sur, Chiapas y Sinaloa.

En cuanto a la fuente de obtención de anticonceptivos por parte de las y los adolescentes, la principal son las farmacias (46.1%), la SS (29.6%), el IMSS (13.7%), consultorio o clínicas privadas (4.8%), otras instituciones del gobierno (3.4%), IMSS Prospera (antes IMSS Oportunidades) (1%), otro lugar (0.8%), ISSSTE estatal (0.4%) e ISSSTE (0.2%).<sup>5</sup> Esta información indica que las instituciones de salud del sector público han de fortalecer las estrategias de acceso de la población adolescente a métodos anticonceptivos y que es relevante establecer una colaboración intersectorial positiva con las asociaciones farmacéuticas con un gran potencial de impacto, en beneficio de la sociedad mexicana y en particular de las y los adolescentes y jóvenes, en concordancia con sus derechos.

Finalmente, la Encuesta Nacional de la Juventud preguntó a las y los adolescentes las razones por las que no habían utilizado métodos anticonceptivos en su primera relación sexual. La primera razón fue que no esperaban tener relaciones (49%); que su pareja no quiso (11.2% en total, 14% entre mujeres); que el entrevistado no había querido (9.3%); que no conocía los métodos (9.3%); el deseo de un embarazo (7%); la vergüenza de conseguir los métodos (5.9%); y que no se sentía igual (3.7%). Estos datos muestran que la falta de planeación, provocada por algunas actitudes negativas respecto a las relaciones sexuales en la adolescencia, es la principal razón que impide el uso de los métodos anticonceptivos y ocasiona el embarazo en adolescentes.

Asimismo, el embarazo en adolescentes está asociado a niveles de mortalidad materna más elevados que en mujeres de mayor edad, y a una alta prevalencia de aborto en condiciones inseguras. Entre 2012 y 2013, el número de muertes maternas disminuyó de 960 a 861, lo que se tradujo en una reducción de la razón de muerte materna de 42.3 a 38.2 por cada 100 mil nacimientos.<sup>6</sup>

Este indicador entre las mujeres de 10 a 14 años de edad es variable de un año a otro y el riesgo de complicaciones maternas y perinatales es sensiblemente mayor que en otros grupos de edad. Entre las adolescentes de 15 a 19 años, la razón de muerte materna se incrementó de 32.0 a 37.3 defunciones por cada 100 mil nacidos vivos, cifra superior a la registrada entre las mujeres de 20 a 24 años.<sup>7</sup>

En relación con el aborto, la Encuesta Nacional de la Dinámica Demográfica (ENADID, 2009) señala que 9.2% de los embarazos en mujeres de 15 a 19 años ocurridos entre 2004 y 2009 terminó en aborto. Otros estudios estiman tasas de aborto de alrededor de 44 por cada mil mujeres de 15 a 19 años a nivel nacional y de 51 por cada mil en los estados fronterizos del norte.<sup>8</sup> La tasa anual de hospitalizaciones por aborto en adolescentes de 15 a 19 años se ha incrementado en el país de 6.1 por cada mil en el año 2000 a 9.5 en el 2010.<sup>9</sup>

<sup>5</sup> ENADID 2009

<sup>6</sup> Secretaría de Salud, Dirección General de información en Salud. Citado en [http://www.gob.mx/cms/uploads/attachment/file/55979/ENAPEA\\_0215.pdf](http://www.gob.mx/cms/uploads/attachment/file/55979/ENAPEA_0215.pdf)

<sup>7</sup> *Ibid.*

<sup>8</sup> Juárez, Fátima y Sushela Singh. "Incidencia del aborto inducido por edad y estado, México, 2009: nuevas estimaciones usando una metodología modificada." *Perspectivas Internacionales en Salud Sexual y Reproductiva* (2013): 25-35. Citado en [http://www.gob.mx/cms/uploads/attachment/file/55979/ENAPEA\\_0215.pdf](http://www.gob.mx/cms/uploads/attachment/file/55979/ENAPEA_0215.pdf)

<sup>9</sup> Schiavon, Raffaella, Erika Troncoso y Gerardo Polo. "Analysis of maternal and abortion-related mortality in Mexico over the last two decades, 1990-2008." *International Journal of Gynecology & Obstetrics*, 118 (2012): S78-S86. Citado en [http://www.gob.mx/cms/uploads/attachment/file/55979/ENAPEA\\_0215.pdf](http://www.gob.mx/cms/uploads/attachment/file/55979/ENAPEA_0215.pdf)

	<b>DIRECCIÓN EJECUTIVA DE PREROGATIVAS Y PARTIDOS POLÍTICOS</b>	
	<b>FORMULARIO PARA LA PRESENTACIÓN DE LA INFORMACIÓN MÍNIMA NECESARIA PARA LA ATENCIÓN DE LAS CONSULTAS TÉCNICAS RELACIONADAS CON LAS EXCEPCIONES PREVISTAS PARA LA DIFUSIÓN DE PROPAGANDA GUBERNAMENTAL</b>	<b>FORM/DEPPP/DAI/001</b>
		<b>Versión 1.0</b>

El embarazo puede truncar la educación de las y los adolescentes, la de ellas con mayor frecuencia: De acuerdo con cifras del 2010, 17.7% de las mujeres menores de 18 años y 30.7% de las menores de 15 años que se embarazaron, dejaron de ir a la escuela después del embarazo.<sup>10</sup> De la misma manera, dejar de ir a la escuela aumenta el riesgo de un embarazo: más del 90% de las mujeres de 12 a 19 años de edad que han tenido un hijo o hija no asisten a la escuela, comparado con 24% en el grupo de edad que no los ha tenido<sup>11</sup>; y 57% de las mujeres mexicanas nacidas entre 1964 y 1984 que no terminaron la primaria tuvieron su primer embarazo antes de cumplir 20 años, comparado con 12% de aquellas de las que alcanzaron al menos el bachillerato.<sup>12</sup>

El embarazo también afecta las oportunidades laborales y los ingresos de las adolescentes. La mayor parte de las madres adolescentes no tiene empleo ni ingreso independiente al momento de tener a sus hijos e hijas. De las adolescentes de 15 a 19 años que tuvieron un hijo/hija en 2011, 8.3% tenían una actividad laboral remunerada. En cuanto a las adolescentes de 10 a 14 años que tuvieron un hijo/hija, tienen mayor probabilidad de estar trabajando en una etapa en la que deberían estar en la escuela, aun y cuando su contratación es contra la ley (7 % reportaron una actividad remunerada) ya que en México no se permite el trabajo a menores de 15 años, y cuando se tiene dicha edad, sólo en determinadas condiciones se autoriza.

Del total de 18.8 millones de adolescentes entre 12 y 19 años que reportó el censo de 2010, había 2.4 millones que no estudiaban ni trabajaban, casi dos tercios de este grupo eran mujeres (1.6 millones); de ellas, más de una cuarta parte tenía hijos o hijas y una de cada tres vivía en pareja.<sup>13</sup> Por su parte, los hombres sin ocupación y casados, o con descendencia ascienden a menos del tres por ciento. Así, la unión y la fecundidad temprana están relacionadas con el bajo nivel de escolaridad y con condiciones que apuntalan a orillar a un trabajo de baja remuneración por falta de estudios. El trabajo de cuidado –de niños, niñas y adultos/as mayores, sobretodo– y otros tipos de trabajo no remunerado suele ser un factor que, asociado a la falta de recursos, contribuye a que las mujeres no se desarrollen profesionalmente; de hecho, casi nueve de cada diez madres de 15 a 19 años reportó dedicarse a las actividades del hogar.<sup>14</sup>

Asimismo, las madres adolescentes llegan a tener mayor descendencia que las que aplazan su primer embarazo a una edad mayor. En México, las mujeres que tuvieron un embarazo en la adolescencia terminan su periodo reproductivo hasta con tres hijos o hijas más que las mujeres que iniciaron su maternidad después de los 19 años.<sup>15</sup> De las menores de 15 años que tuvieron un hijo o hija en 2011, 9% había tenido un hijo/hija previamente y 7.5% dos o más hijos/ hijas. Entre las de 15 a 19 años, 23% ya había tenido uno o más hijos o hijas anteriormente.<sup>16</sup> Los costos sociales se ven magnificados en efectos negativos para las y los hijos de las madres adolescentes.

Lo anterior deja claro el problema que ocasiona el embarazo adolescente y la falta de información sobre dicho tema y el de enfermedades de transmisión sexual, para uno de cada cinco mexicanos. Además de ser un problema de salud pública, educativo, económico y de atención al ejercicio de los derechos establecidos en la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, como ya se explicó en un inicio, es importante atender a esta población ya que son el presente y futuro del país, como lo cita el Presidente de la República:

“Estoy seguro que todos compartimos el deseo de que las niñas, niños y adolescentes de México tengan las mejores condiciones para empezar a construir, desde temprana edad, su propio proyecto de vida.

<sup>10</sup> Echarrí, Carlos. “Sobre la maternidad precoz”, México Social, Web, 01 de mayo de 2014. <http://www.mexicosocial.org> Citado en [http://www.gob.mx/cms/uploads/attachment/file/55979/ENAPEA\\_0215.pdf](http://www.gob.mx/cms/uploads/attachment/file/55979/ENAPEA_0215.pdf)

<sup>11</sup> Instituto Nacional de Estadística y Geografía, “Consulta Interactiva, Conjunto de datos: Población femenina de 12 años y más”, Censo de población y vivienda 2010. [www.inegi.org.mx](http://www.inegi.org.mx) Citado en [http://www.gob.mx/cms/uploads/attachment/file/55979/ENAPEA\\_0215.pdf](http://www.gob.mx/cms/uploads/attachment/file/55979/ENAPEA_0215.pdf)

<sup>12</sup> Welti Chanes, Carlos. “Madres adolescentes y derechos sexuales”. México Social, Web, 01 de mayo de 2014. <http://www.mexicosocial.org> Citado en [http://www.gob.mx/cms/uploads/attachment/file/55979/ENAPEA\\_0215.pdf](http://www.gob.mx/cms/uploads/attachment/file/55979/ENAPEA_0215.pdf)

<sup>13</sup> Tuirán, Rodolfo y José Luis Ávila. “Jóvenes que no estudian ni trabajan: ¿Cuántos son?, ¿quiénes son?, ¿qué hacer?” Este País, 251 (2012): 01–03. Citado en [http://www.gob.mx/cms/uploads/attachment/file/55979/ENAPEA\\_0215.pdf](http://www.gob.mx/cms/uploads/attachment/file/55979/ENAPEA_0215.pdf)

<sup>14</sup> INEGI: Censo de población y vivienda 2010. Citado en [http://www.gob.mx/cms/uploads/attachment/file/55979/ENAPEA\\_0215.pdf](http://www.gob.mx/cms/uploads/attachment/file/55979/ENAPEA_0215.pdf)

<sup>15</sup> Menkes, Catherine y Leticia Suárez. “Sexualidad y embarazo adolescente en México.” Papeles de población, 35 (2003): 233–262. Citado en [http://www.gob.mx/cms/uploads/attachment/file/55979/ENAPEA\\_0215.pdf](http://www.gob.mx/cms/uploads/attachment/file/55979/ENAPEA_0215.pdf)

<sup>16</sup> Calculado a partir del reportaje: Mario Luis Fuentes. “Embarazo Adolescente: Fenómeno Expansivo”, México Social, Web, (7 de mayo de 2013). Citado en [http://www.gob.mx/cms/uploads/attachment/file/55979/ENAPEA\\_0215.pdf](http://www.gob.mx/cms/uploads/attachment/file/55979/ENAPEA_0215.pdf)

	<b>DIRECCIÓN EJECUTIVA DE PRERROGATIVAS Y PARTIDOS POLÍTICOS</b>	
	<b>FORMULARIO PARA LA PRESENTACIÓN DE LA INFORMACIÓN MÍNIMA NECESARIA PARA LA ATENCIÓN DE LAS CONSULTAS TÉCNICAS RELACIONADAS CON LAS EXCEPCIONES PREVISTAS PARA LA DIFUSIÓN DE PROPAGANDA</b>	<b>FORM/DEPPP/DAI/001</b>
	<b>GUBERNAMENTAL</b>	<b>Versión 1.0</b>

Nuestros menores tienen varios años por delante para convertirse en madres y padres, antes debemos alentarlos a prepararse, a estudiar y trabajar para ser independientes y estar en posibilidad, entonces, de formar su propia familia con responsabilidad.”

El análisis de esta información hace evidente la necesidad de difundir ampliamente mensajes relacionados con las acciones de la Estrategia Nacional para la Prevención del Embarazo en Adolescentes (ENAPEA), para cumplir con el objetivo de comunicación de reducir el número de embarazos en adolescentes en México, con absoluto respeto a los derechos humanos, particularmente de los derechos sexuales y reproductivos.

Lo anterior bajo el amparo del artículo 4 de la Constitución el cual establece que “Toda persona tiene derecho a decidir de manera libre, responsable e informada sobre el número y el espaciamiento de sus hijos.” Estos derechos han sido definidos como “aquellos derechos que se basan en el reconocimiento del derecho básico de todas las parejas e individuos a decidir libre y responsablemente el número de hijos, el espaciamiento de los nacimientos y el intervalo entre éstos y a disponer de la información y de los medios para ello y el derecho a alcanzar el nivel más elevado de salud sexual y reproductiva. También incluye su derecho a adoptar decisiones relativas a la reproducción sin sufrir discriminación, coacciones ni violencia, de conformidad con lo establecido en los documentos de derechos humanos.”

Asimismo, el derecho a la salud impone a los Estados la obligación de garantizar el más alto estándar de servicios de salud disponibles. El Comité de Derechos Económicos, Sociales y Culturales (Comité DESC) ha señalado que “La salud es un derecho humano fundamental e indispensable para el ejercicio de los demás derechos humanos. Todo ser humano tiene derecho al disfrute del más alto nivel posible de salud que le permita vivir dignamente”. También ha señalado que “los Estados Partes deben proporcionar a las y los adolescentes un entorno seguro y propicio que les permita participar en la adopción de decisiones que afectan a su salud, adquirir experiencia, tener acceso a la información adecuada, recibir consejos y negociar sobre las cuestiones que afectan a su salud

	<b>DIRECCIÓN EJECUTIVA DE PRERROGATIVAS Y PARTIDOS POLÍTICOS</b>	
	<b>FORMULARIO PARA LA PRESENTACIÓN DE LA INFORMACIÓN MÍNIMA NECESARIA PARA LA ATENCIÓN DE LAS CONSULTAS TÉCNICAS RELACIONADAS CON LAS EXCEPCIONES PREVISTAS PARA LA DIFUSIÓN DE PROPAGANDA GUBERNAMENTAL</b>	FORM/DEPPP/DAI/001
	Versión 1.0	

INSTITUCIÓN / ORGANISMO RESPONSABLE DE LA CAMPAÑA DE DIFUSIÓN*	FECHA**
Secretariado Ejecutivo del Sistema Nacional de Seguridad Pública	20 de febrero de 2017

\* Utilice un formato para cada una de las campañas o programas que requiera consultar.

\*\* La solicitud de consulta técnica deberá presentarse al menos 20 días previos al inicio de transmisión de la campaña que se pretenda difundir.

I. DATOS GENERALES DE LA CAMPAÑA DE DIFUSIÓN	
<b>NOMBRE COMPLETO DE LA CAMPAÑA</b>	
Recuerda, usa y cuida el 911	
<b>FECHA DE INICIO DE LAS TRANSMISIONES</b>	<b>FECHA DE TÉRMINO DE LAS TRANSMISIONES</b>
15 de marzo de 2017	31 de marzo de 2017
<b>DESCRIPCIÓN, ALCANCE Y POBLACIÓN OBJETIVO DE LA CAMPAÑA ***</b>	
Hombres y mujeres, población: urbana y rural / De 0 a 66 años o más / NSE: AB, C+, C, D+, D, E.	
<b>OBJETIVO DEL PROGRAMA GUBERNAMENTAL QUE SE DIFUNDIRÁ</b>	
Difundir en la población el buen uso del Número de atención de llamadas de emergencias 911.	

\*\*\* Adjunte los promocionales, propaganda o materiales que pretenda difundir.

II. ELEMENTOS JUSTIFICATORIOS DE LA EXCEPCIÓN A LA CAMPAÑA		
<b>SUPUESTO DE EXCEPCIÓN APLICABLE</b> (Marque con una "X")	<b>INDIQUE LAS RAZONES QUE MOTIVAN LA EXCEPCIÓN EN ESTE CASO</b>	
Educación	( )	1. Al tratarse de un número nacional para la atención de llamadas de emergencias médicas, de seguridad y protección civil, es de vital importancia difundir en la población el buen uso del Número de atención de llamadas de emergencias 911.  2. Es necesario continuar la difusión de una campaña nacional en medios masivos que favorezca el posicionamiento y recordación del número de emergencias 911.
Salud	(X)	
Protección civil	(X)	
<b>INDIQUE LOS ARGUMENTOS PARA DIFUNDIR ESTA CAMPAÑA DURANTE EL PROCESO ELECTORAL</b>		
Independientemente de los tiempos electorales del país, las emergencias de la población ocurren de manera permanente, por lo que su atención inmediata, no se puede hacer a un lado en ningún tiempo o periodo.		



DIRECCIÓN EJECUTIVA DE PRERROGATIVAS Y PARTIDOS POLÍTICOS

FORMULARIO PARA LA PRESENTACIÓN DE LA INFORMACIÓN MÍNIMA  
NECESARIA PARA LA ATENCIÓN DE LAS CONSULTAS TÉCNICAS RELACIONADAS  
CON LAS EXCEPCIONES PREVISTAS PARA LA DIFUSIÓN DE PROPAGANDA  
GUBERNAMENTAL

FORM/DEPPP/DAI/001

Versión 1.0

INDIQUE LOS FUNDAMENTOS DE LAS FACULTADES DEL ÓRGANO PARA DIFUNDIR PROGRAMAS GUBERNAMENTALES

**XXXVII Sesión del Consejo Nacional de Seguridad Pública**

**Acuerdo 10/XXXVII/14.** El Consejo Nacional de Seguridad Pública aprueba la consolidación de un servicio homologado para la atención de llamadas de emergencia en todo el país, que opere de manera estandarizada a nivel nacional, reduzca los tiempos de atención y mejore la calidad del servicio prestado a la ciudadanía. Para ello, se instruye al Secretariado Ejecutivo del Sistema Nacional de Seguridad Pública a realizar un diagnóstico a nivel nacional y, con base en éste, diseñar el programa que definirá las acciones y metas que las autoridades de los tres órdenes de gobierno deberán cumplir a fin de ejecutar dicho acuerdo, así como las etapas y tiempos para la homologación del servicio y la desaparición progresiva de los números de atención de emergencia actuales.

**XXXVIII SESIÓN DEL CONSEJO NACIONAL DE SEGURIDAD PÚBLICA**

**Acuerdo 12/XXXVIII/15. Catálogo Nacional de Incidentes de Emergencia e Integración de Base Nacional**

En el marco del Acuerdo 10/XXXVII/14, el Consejo Nacional de Seguridad Pública aprueba el Catálogo Nacional de Incidentes de Emergencia y su implementación obligatoria en los Servicios de Atención de Llamadas de Emergencia a nivel nacional, con base en los términos y plazos que determine el Secretariado Ejecutivo del Sistema Nacional de Seguridad Pública.

Asimismo, se instruye a los responsables de los Servicios de Atención de Llamadas de Emergencia, a que proporcionen al Secretariado Ejecutivo del Sistema Nacional de Seguridad Pública, información periódica sobre sus incidentes, con base en dicho Catálogo.

**Acuerdo 15/XXXVIII/15. Proyecto de reforma legislativa para establecer el Sistema Nacional de Llamadas de Emergencias.**

En el marco del Acuerdo 10/XXXVII/14, por el cual se aprueba la consolidación de un servicio homologado para la atención de llamadas de emergencia en todo el país, el Consejo Nacional de Seguridad Pública instruye al Secretariado Ejecutivo de Sistema Nacional de Seguridad Pública elaborar un Proyecto de reforma legislativa que, a partir de la propuesta presentada ante la Comisión Permanente de Información, establezca un Sistema Nacional de Llamadas de Emergencias en su estructura, organización, competencias, obligaciones, responsabilidades y demás elementos necesarios para dotarlo de bases jurídicas.

**III. DATOS DEL CONTACTO**

**NOMBRE COMPLETO**

Lic. Guillermo del Río Hernández

**CARGO**

Director general adjunto del Centro Nacional de Información.

**TELÉFONO**

5522823400 Ext. 39445

**CORREO ELECTRÓNICO**

gdelrio@secretariadoejecutivo.gob.mx

	<b>DIRECCIÓN EJECUTIVA DE PRERROGATIVAS Y PARTIDOS POLÍTICOS</b>	
	<b>FORMULARIO PARA LA PRESENTACIÓN DE LA INFORMACIÓN MÍNIMA NECESARIA PARA LA ATENCIÓN DE LAS CONSULTAS TÉCNICAS RELACIONADAS CON LAS EXCEPCIONES PREVISTAS PARA LA DIFUSIÓN DE PROPAGANDA GUBERNAMENTAL</b>	<b>FORM/DEPPP/DAI/001</b>
	Versión 1.0	

<b>INFORMACIÓN ADICIONAL</b>
<p>Es de vital importancia fomentar en la población en general una cultura del uso adecuado del Número de atención de llamadas de emergencias 911 para la atención eficaz de sus necesidades, ya que de ello dependerá en gran medida su adecuado funcionamiento y el éxito de este esfuerzo.</p>

 <b>INE</b> Instituto Nacional Electoral	<b>DIRECCIÓN EJECUTIVA DE PREROGATIVAS Y PARTIDOS POLÍTICOS</b>	
	FORMULARIO PARA LA PRESENTACIÓN DE LA INFORMACIÓN MÍNIMA NECESARIA PARA LA ATENCIÓN DE LAS CONSULTAS TÉCNICAS RELACIONADAS CON LAS EXCEPCIONES PREVISTAS PARA LA DIFUSIÓN DE PROPAGANDA GUBERNAMENTAL	FORM/DEPPP/DAI/001
	Versión 1.0	

<b>INSTITUCIÓN / ORGANISMO RESPONSABLE DE LA CAMPAÑA DE DIFUSIÓN*</b>	<b>FECHA**</b>
Secretaría de Gobernación.	27 / febrero / 2017

\* Utilice un formato para cada una de las campañas o programas que requiera consultar.

\*\* La solicitud de consulta técnica deberá presentarse al menos 20 días previos al inicio de transmisión de la campaña que se pretenda difundir.

### I. DATOS GENERALES DE LA CAMPAÑA DE DIFUSIÓN

<b>NOMBRE COMPLETO DE LA CAMPAÑA</b>	
Centenario de la Constitución de 1917	
<b>FECHA DE INICIO DE LAS TRANSMISIONES</b>	<b>FECHA DE TÉRMINO DE LAS TRANSMISIONES</b>
15 / marzo / 2017	15 / octubre / 2017
<b>DESCRIPCIÓN, ALCANCE Y POBLACIÓN OBJETIVO DE LA CAMPAÑA ***</b>	
Descripción: Cápsulas animadas que de forma didáctica ilustran el proceso histórico que culminó con la promulgación de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, en el marco del Centenario de su promulgación y entrada en vigor.  Alcance: Nacional  Población objetivo: Población en general.	
<b>OBJETIVO DEL PROGRAMA GUBERNAMENTAL QUE SE DIFUNDIRÁ</b>	
Difundir información y estimular el aprendizaje sobre la historia constitucional de México, así como el proceso histórico que culminó con la promulgación de la Constitución de 1917, así como su contenido y la evolución que ha tenido en sus cien años de vigencia.	

\*\*\* Adjunte los promocionales, propaganda o materiales que pretenda difundir.

### II. ELEMENTOS JUSTIFICATORIOS DE LA EXCEPCIÓN A LA CAMPAÑA

SUPUESTO DE EXCEPCIÓN APLICABLE (Marque con una "X")		INDIQUE LAS RAZONES QUE MOTIVAN LA EXCEPCIÓN EN ESTE CASO
Educación	( X )	La naturaleza de la campaña es estrictamente informativa y no promueve ningún programa gubernamental, por lo que no atenta contra las condiciones de imparcialidad de la contienda en las entidades federativas que tendrán procesos electorales.
Salud	( )	
Protección civil	( )	
<b>INDIQUE LOS ARGUMENTOS PARA DIFUNDIR ESTA CAMPAÑA DURANTE EL PROCESO ELECTORAL</b>		

	<b>DIRECCIÓN EJECUTIVA DE PRERROGATIVAS Y PARTIDOS POLÍTICOS</b>	
	<b>FORMULARIO PARA LA PRESENTACIÓN DE LA INFORMACIÓN MÍNIMA NECESARIA PARA LA ATENCIÓN DE LAS CONSULTAS TÉCNICAS RELACIONADAS CON LAS EXCEPCIONES PREVISTAS PARA LA DIFUSIÓN DE PROPAGANDA GUBERNAMENTAL</b>	<b>FORM/DEPPP/DAI/001</b>
	<b>Versión 1.0</b>	

Como se ha expuesto con anterioridad, estas cápsulas informativas se difundirán en el marco del Centenario de la promulgación y entrada en vigor de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos ocurridas el 5 de febrero y el 1 de mayo de 1917 respectivamente.

**INDIQUE LOS FUNDAMENTOS DE LAS FACULTADES DEL ÓRGANO PARA DIFUNDIR PROGRAMAS GUBERNAMENTALES**

La Secretaría de Gobernación (SEGOB) es una Dependencia de la Administración Pública Federal Centralizada, en los términos de los artículos 90 de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos y 1o, 2o. fracción I, 26 y 27 de la Ley Orgánica de la Administración Pública Federal (LOAPF).

Que de conformidad con lo dispuesto en el artículo 27, fracción X de la LOAPF, corresponde a la SEGOB, entre otras atribuciones, fomentar el desarrollo político; contribuir al fortalecimiento de las instituciones democráticas; promover la activa participación ciudadana, salvo en materia electoral; favorecer las condiciones que permitan la construcción de acuerdos políticos y consensos sociales para que, en los términos de la Constitución y de las leyes, se mantengan las condiciones de unidad nacional, cohesión social, fortalecimiento de las instituciones de gobierno y gobernabilidad democrática.

Que de conformidad con lo dispuesto por el artículo 27, fracciones I, IV, y VII del Reglamento Interior de la Secretaría de Gobernación (RISEGOB), ésta tiene entre sus atribuciones, apoyar en las tareas de planeación del desarrollo político del país para mantener las condiciones de gobernabilidad democrática; fomentar [...] acciones que contribuyan al desarrollo político del país, a la promoción de los valores, principios democráticos y al fortalecimiento del estado de derecho; desarrollar programas para incrementar los niveles y la eficacia de la participación ciudadana en el proceso de transformación política e institucional, así como el respeto a los derechos de terceros, como valor fundamental de convivencia.

**III. DATOS DEL CONTACTO**

<b>NOMBRE COMPLETO</b>	
Fernando Díaz Sánchez	
<b>CARGO</b>	
Director General Adjunto para la Reforma del Estado	
<b>TELÉFONO</b>	<b>CORREO ELECTRÓNICO</b>
(55) 5093 – 3000 ext. 34520	<a href="mailto:fdiazs@segob.gob.mx">fdiazs@segob.gob.mx</a>

**INFORMACIÓN ADICIONAL**

(Agregue toda aquella información adicional que considere necesaria para sustentar su solicitud de consulta técnica)

El 5 de febrero de 2013, los titulares de los Poderes de la Unión suscribieron el Acuerdo para la creación del *Comité para la Conmemoración del Centenario de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos*, con el objeto de establecer en

	<b>DIRECCIÓN EJECUTIVA DE PREROGATIVAS Y PARTIDOS POLÍTICOS</b>	
	<b>FORMULARIO PARA LA PRESENTACIÓN DE LA INFORMACIÓN MÍNIMA NECESARIA PARA LA ATENCIÓN DE LAS CONSULTAS TÉCNICAS RELACIONADAS CON LAS EXCEPCIONES PREVISTAS PARA LA DIFUSIÓN DE PROPAGANDA GUBERNAMENTAL</b>	<b>FORM/DEPPP/DAI/001</b>
	Versión 1.0	

forma coordinada las actividades conmemorativas, homenajes, expresiones y demás acciones que se llevarán a cabo para dicha celebración.

Las actividades que el citado Comité lleva a cabo se encuentran orientadas principalmente a:

- I. Recordar la importancia histórica de la Constitución y su contribución al desarrollo económico, político y social del país;
- II. Difundir su contenido y concientizar sobre la importancia del cumplimiento cabal de sus postulados y
- III. Reflexionar sobre los mejores mecanismos para hacer efectivos los derechos fundamentales en ella consagrados.

Los contenidos de las cápsulas que se propone difundir contribuyen al logro de estos mismos ejes: recordar, difundir y reflexionar.

	<b>DIRECCIÓN EJECUTIVA DE PRERROGATIVAS Y PARTIDOS POLÍTICOS</b>	
	<b>FORMULARIO PARA LA PRESENTACIÓN DE LA INFORMACIÓN MÍNIMA NECESARIA PARA LA ATENCIÓN DE LAS CONSULTAS TÉCNICAS RELACIONADAS CON LAS EXCEPCIONES PREVISTAS PARA LA DIFUSIÓN DE PROPAGANDA GUBERNAMENTAL</b>	FORM/DEPPP/DAI/001
	Versión 1.0	

INSTITUCIÓN / ORGANISMO RESPONSABLE DE LA CAMPAÑA DE DIFUSIÓN*	FECHA**
Instituto Nacional de Ecología y Cambio Climático (INECC)	(6/1/2017)

\* Utilice un formato para cada una de las campañas o programas que requiera consultar.

\*\* La solicitud de consulta técnica deberá presentarse al menos 20 días previos al inicio de transmisión de la campaña que se pretenda difundir.

I. DATOS GENERALES DE LA CAMPAÑA DE DIFUSIÓN	
<b>NOMBRE COMPLETO DE LA CAMPAÑA</b>	
Sé parte del cambio ante el cambio climático	
<b>FECHA DE INICIO DE LAS TRANSMISIONES</b>	<b>FECHA DE TÉRMINO DE LAS TRANSMISIONES</b>
(21/3/2017)	(30/9/2017)
<b>DESCRIPCIÓN, ALCANCE Y POBLACIÓN OBJETIVO DE LA CAMPAÑA ***</b>	
<p>En el marco de la puesta en marcha del Acuerdo de París a finales de 2016, la campaña de comunicación social del INECC 2017 tiene como objeto fomentar y comunicar de manera efectiva el trabajo y liderazgo institucional de México en materia de cambio climático y a su vez generar un sentido de orgullo nacional que motive la participación conjunta entre los diversos sectores de la sociedad para enfrentar con éxito el cambio climático como ciudadanos y como nación, al tiempo de divulgar los compromisos asumidos por México ante la Convención Marco de las Naciones Unidas sobre Cambio Climático.</p> <p>La campaña pretende ser difundida a nivel nacional a través de diferentes plataformas de comunicación, televisión, radio y medios digitales, dirigida a una población objetivo que abarca los principales niveles socioeconómicos y rangos de edad aunque se enfocará en jóvenes de 15 a 25 años y adultos de 25 a 50 años de los sectores productivos y social.</p> <p>El alcance de la campaña dependerá de la obtención de recursos para la misma.</p>	
<b>OBJETIVO DEL PROGRAMA GUBERNAMENTAL QUE SE DIFUNDIRÁ</b>	
<p>La campaña es consistente con los siguientes objetivos:</p> <p><b>Plan Nacional de Desarrollo (PND):</b></p> <p><b>Objetivo 4.4:</b> Impulsar y orientar un crecimiento verde incluyente y facilitador que preserve nuestro patrimonio natural al mismo tiempo que genere riqueza, competitividad y empleo.</p> <p><b>Estrategia 4.4.3:</b> Fortalecer la política nacional de cambio climático y cuidado al medio ambiente para transitar hacia una economía competitiva, sustentable, resiliente y de bajo carbono.</p> <p>Para ello las líneas de acción propuestas en el PND son:</p>	

	<b>DIRECCIÓN EJECUTIVA DE PRERROGATIVAS Y PARTIDOS POLÍTICOS</b>	
	<b>FORMULARIO PARA LA PRESENTACIÓN DE LA INFORMACIÓN MÍNIMA NECESARIA PARA LA ATENCIÓN DE LAS CONSULTAS TÉCNICAS RELACIONADAS CON LAS EXCEPCIONES PREVISTAS PARA LA DIFUSIÓN DE PROPAGANDA GUBERNAMENTAL</b>	<b>FORM/DEPPP/DAI/001</b>
	<b>Versión 1.0</b>	

- . Ampliar la cobertura de infraestructura y programas ambientales que protejan **la salud pública y garanticen la conservación de los ecosistemas y recursos naturales.**
- . Desarrollar las instituciones e instrumentos de política del Sistema Nacional de Cambio Climático.
- . Acelerar el tránsito hacia un desarrollo bajo en carbono en los sectores productivos primarios, industriales y de la construcción, así como en los servicios urbanos, turísticos y de transporte.
- . Promover el uso de sistemas y tecnologías avanzados, de alta eficiencia energética y de baja o nula generación de contaminantes o compuestos de efecto invernadero.
- . Impulsar y fortalecer la cooperación regional e internacional en materia de cambio climático, biodiversidad y medio ambiente.
- . Lograr un manejo integral de residuos sólidos, de manejo especial y peligrosos, que incluya el aprovechamiento de los materiales que resulten y minimice los riesgos a la población y al medio ambiente.
- . Realizar investigación científica y tecnológica, generar información y desarrollar sistemas de información para diseñar políticas ambientales y de mitigación y adaptación al cambio climático.
- . Lograr el ordenamiento ecológico del territorio en las regiones y circunscripciones políticas prioritarias y estratégicas, en especial en las zonas de mayor vulnerabilidad climática.
- . Continuar con la incorporación de criterios de sustentabilidad y educación ambiental en el Sistema Educativo Nacional, y fortalecer la formación ambiental en sectores estratégicos.
- . Contribuir a mejorar la calidad del aire, y reducir emisiones de compuestos de efecto invernadero mediante combustibles más eficientes, programas de movilidad sustentable y la eliminación de los apoyos ineficientes a los usuarios de los combustibles fósiles.
- . Lograr un mejor monitoreo de la calidad del aire mediante una mayor calidad de los sistemas de monitoreo existentes y una mejor cobertura de ciudades.

**Programa Sectorial de Medio Ambiente y Recursos Naturales:**

**Objetivo 6.** Desarrollar, promover y aplicar instrumentos de política, información investigación, educación, capacitación, participación y derechos humanos para fortalecer la gobernanza ambiental.

**Programa Institucional del INECC:**

El **Objetivo 3**, indica que se debe publicar y divulgar información científica, para contribuir a la participación efectiva de la sociedad en la toma de decisiones.

**Estrategia 3.1** Generar herramientas de comunicación que contribuyan a incrementar la información sobre

	<b>DIRECCIÓN EJECUTIVA DE PRERROGATIVAS Y PARTIDOS POLÍTICOS</b>	
	<b>FORMULARIO PARA LA PRESENTACIÓN DE LA INFORMACIÓN MÍNIMA NECESARIA PARA LA ATENCIÓN DE LAS CONSULTAS TÉCNICAS RELACIONADAS CON LAS EXCEPCIONES PREVISTAS PARA LA DIFUSIÓN DE PROPAGANDA GUBERNAMENTAL</b>	<b>FORM/DEPPP/DAI/001</b>
	<b>Versión 1.0</b>	

ecología y cambio climático.

\*\*\* Adjunte los promocionales, propaganda o materiales que pretenda difundir.

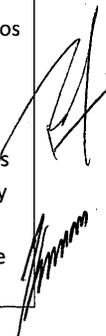
<b>II. ELEMENTOS JUSTIFICARIOS DE LA EXCEPCIÓN A LA CAMPAÑA</b>	
<b>SUPUESTO DE EXCEPCIÓN APLICABLE (Marque con una "X")</b>	<b>INDIQUE LAS RAZONES QUE MOTIVAN LA EXCEPCIÓN EN ESTE CASO</b>
Educación	( X )
Salud	( X )
Protección civil	( X )
<p>La campaña de comunicación social tiene un fuerte componente educativo ya que como fin busca generar y replicar mejores prácticas en todos los sectores de la sociedad que conduzcan a un desarrollo y crecimiento sustentable y que ayude a mitigar las emisiones de compuestos y gases de efecto invernadero y a disminuir la vulnerabilidad ante los efectos del cambio climático.</p> <p>Por otra parte, el aumento global de la temperatura puede provocar eventos hidrometeorológicos extremos como sequías y olas de calor, cambios en los patrones oceánicos y el aumento de la actividad ciclónica, tanto en número, intensidad y área de distribución; además estos cambios en el clima tienen repercusiones en los sistemas biológicos desacoplando procesos en ecosistemas y especies, entre otros. México es uno de los países más vulnerables ante este tipo de impactos, por lo que ante este escenario se vuelve prioritaria la acción ante el cambio climático en todos los sectores de la sociedad y la comunicación sobre las acciones concretas que se pueden llevar a cabo para combatir el cambio climático resulta de suma importancia en términos de educación, salud, reducción de riesgos y vulnerabilidad, y protección civil.</p>	
<b>INDIQUE LOS ARGUMENTOS PARA DIFUNDIR ESTA CAMPAÑA DURANTE EL PROCESO ELECTORAL</b>	
<p>La campaña de comunicación social que pretende iniciar el INECC en 2017 es una campaña a largo plazo que tiene un carácter educativo por lo que consideramos no interfiere con las campañas electorales. Específicamente para cumplir con el Acuerdo de París se necesitará una transformación económica, tecnológica, demográfica y en los patrones de conducta de la población. Para lograr este último punto es necesario contar con una campaña de difusión masiva dirigida a los diferentes sectores directamente vinculados con los cambios y buenas prácticas que son indispensables para lograr los compromisos adquiridos por México ante la Convención Marco de las Naciones Unidas sobre Cambio Climático.</p>	
<b>INDIQUE LOS FUNDAMENTOS DE LAS FACULTADES DEL ÓRGANO PARA DIFUNDIR PROGRAMAS GUBERNAMENTALES</b>	
<p>La Ley General de Cambio Climático en su Artículo 16 Fracción XXVII establece como una de las atribuciones del INECC el participar en la difusión de la información científica ambiental entre los sectores productivos, gubernamentales y sociales.</p> <p>Por su parte, el Objetivo 3 del Programa Institucional del INECC, señala que se debe publicar y divulgar información científica, para contribuir a la participación efectiva de la sociedad en la toma de decisiones y su Estrategia 3.1 menciona que se deben generar herramientas de comunicación que contribuyan a incrementar la</p>	

	<b>DIRECCIÓN EJECUTIVA DE PRERROGATIVAS Y PARTIDOS POLÍTICOS</b>	
	<b>FORMULARIO PARA LA PRESENTACIÓN DE LA INFORMACIÓN MÍNIMA NECESARIA PARA LA ATENCIÓN DE LAS CONSULTAS TÉCNICAS RELACIONADAS CON LAS EXCEPCIONES PREVISTAS PARA LA DIFUSIÓN DE PROPAGANDA GUBERNAMENTAL</b>	<b>FORM/DEPPP/DAI/001</b>
	<b>Versión 1.0</b>	

información sobre ecología y cambio climático.

<b>III. DATOS DEL CONTACTO</b>	
<b>NOMBRE COMPLETO</b>	
Rodrigo Fernández Borja	
<b>CARGO</b>	
Director de Comunicación Social del INECC	
<b>TELÉFONO</b>	<b>CORREO ELECTRÓNICO</b>
5554246400 ext. 13224	rodrigo.fernandez@inecc.gob.mx

<b>INFORMACIÓN ADICIONAL</b>
<p>El cambio climático se ha convertido en uno de los temas prioritarios tanto en la agenda científica como en la política a nivel mundial. El incremento de la temperatura promedio del planeta en los últimos 100 años, así como los cambios en los demás patrones climáticos se deben principalmente a nuestras actividades, por lo que también es nuestra responsabilidad el disminuir tanto el aumento de la temperatura como la vulnerabilidad de la población ante los efectos del cambio climático.</p> <p>Estamos en un momento sin precedentes en la historia de la humanidad. El Acuerdo de París representa un nuevo paradigma en la acción global sobre el cambio climático en donde todas las naciones se comprometieron a limitar el aumento de la temperatura promedio de la Tierra en menos de 2 grados Celsius, e incluso en hacer un esfuerzo mayor para limitarlo a 1.5 grados. La comunidad científica ha reconocido que las concentraciones actuales de gases de efecto invernadero en la atmósfera pueden conducir a un peligroso cambio climático por lo que debemos actuar inmediatamente de forma local y global para mitigar las emisiones y minimizar los efectos del cambio climático.</p> <p>El aumento global de la temperatura puede provocar eventos hidrometeorológicos extremos como sequías y olas de calor, cambios en los patrones oceánicos y el aumento de la actividad ciclónica, tanto en número, intensidad y área de distribución; además estos cambios en el clima tienen repercusiones en los sistemas biológicos desacoplando procesos en ecosistemas y especies, entre otros. México es uno de los países más vulnerables ante este tipo de impactos, por lo que ante este escenario se vuelve prioritaria la acción ante el cambio climático en</p>



	<b>DIRECCIÓN EJECUTIVA DE PRERROGATIVAS Y PARTIDOS POLÍTICOS</b>	
	<b>FORMULARIO PARA LA PRESENTACIÓN DE LA INFORMACIÓN MÍNIMA NECESARIA PARA LA ATENCIÓN DE LAS CONSULTAS TÉCNICAS RELACIONADAS CON LAS EXCEPCIONES PREVISTAS PARA LA DIFUSIÓN DE PROPAGANDA GUBERNAMENTAL</b>	<b>FORM/DEPPP/DAI/001</b>
	<b>Versión 1.0</b>	

todos los sectores de la sociedad. Entre 2000 y 2010 las sequías, inundaciones y ciclones en nuestro país ocasionaron alrededor de 5,000 muertes, 13 millones de afectados y pérdidas económicas por 250,000 millones de pesos (mmp). Años después, en 2015 fuimos testigos de un claro ejemplo de los efectos del cambio climático con el huracán Patricia, al convertirse en la tormenta tropical de mayor intensidad registrada en el hemisferio oeste.

La ratificación del Acuerdo de París representa el compromiso de los países de la Convención Marco para actuar ante el cambio climático. Lograr las metas del acuerdo significa unir esfuerzos dejando a un lado las fronteras por lo que cada país, dependiendo de su situación y posibilidades, estableció sus Compromisos Nacionalmente Determinados con un mismo fin. **Particularmente nuestro país, se comprometió a disminuir en un 22% sus emisiones de gases de efecto invernadero, en un 51% las de carbono negro y en reducir la vulnerabilidad tanto de la población como de los ecosistemas ante los efectos del cambio climático.**

Aunque México es un país líder y comprometido en materia de cambio climático, principalmente por la alta vulnerabilidad que presenta como país ante los efectos del cambio climático, todavía queda mucho trabajo por hacer en donde todos los sectores de la sociedad, tanto el público como el privado así como las organizaciones no gubernamentales deben actuar para lograr mitigar y adaptarnos a los efectos del cambio climático. En cuanto a la percepción sobre el tema, la población mexicana demuestra que existe un conocimiento medio sobre el término de cambio climático, sin embargo desconoce la vinculación entre sus causas y efectos, entre la participación social y colectiva y su posible impacto, así como las acciones con las cuales puede contribuir en la lucha y adaptación a este fenómeno (Estudio Parametría/ 2000 casos/ error +/- 2.2%, llevado a cabo del 26 de octubre al 2 de noviembre de 2016).

En este sentido, la implementación de campañas de difusión y divulgación juega un papel crucial para lograr el involucramiento y compromiso de todos los sectores con el fin de cumplir con los Compromisos Nacionalmente Determinados a los que se ha comprometido nuestro país.

Específicamente para lograr el Acuerdo de París se necesitará una transformación económica, tecnológica, demográfica y en los patrones de conducta de la población. En términos de adaptación, México identifica tres áreas prioritarias de acción: reducción de los factores de vulnerabilidad y construcción de una resiliencia social, adaptación basada en ecosistemas y el desarrollo de medidas para proteger la infraestructura estratégica y los sistemas de producción. En cuanto a mitigación se refiere, se debe de trabajar principalmente en las siguientes áreas: transición a energías limpias, eficiencia energética y consumo sustentable, ciudades sustentables, reducción de los contaminantes climáticos de vida corta, agricultura sustentable y protección a los sumideros de carbono. Por otra parte, México identifica temas transversales críticos para la política climática a largo plazo que incluyen: la necesidad de fijar el precio del carbono, el aumento de la innovación, investigación y desarrollo de nuevas tecnologías y la necesidad de construir una cultura climática con mecanismos de desarrollo social y participación del sector privado.

	<b>DIRECCIÓN EJECUTIVA DE PRERROGATIVAS Y PARTIDOS POLÍTICOS</b>	
	<b>FORMULARIO PARA LA PRESENTACIÓN DE LA INFORMACIÓN MÍNIMA NECESARIA PARA LA ATENCIÓN DE LAS CONSULTAS TÉCNICAS RELACIONADAS CON LAS EXCEPCIONES PREVISTAS PARA LA DIFUSIÓN DE PROPAGANDA GUBERNAMENTAL</b>	<b>FORM/DEPPP/DAI/001</b>
	Versión 1.0	

En el marco de la 45ª. reunión y su 53ª. reunión directiva del Panel Intergubernamental de Cambio Climático (IPCC por sus siglas en inglés), donde el INECC es el punto focal y la cual se llevará a cabo en la Ciudad de Guadalajara en marzo de 2017, consideramos pertinente comenzar con una campaña de comunicación masiva sobre cambio climático hecha especialmente para el público mexicano con el fin de involucrar a todos los sectores de la sociedad y así lograr un cambio, tanto en el contexto local como en el global.




	<b>DIRECCIÓN EJECUTIVA DE PRERROGATIVAS Y PARTIDOS POLÍTICOS</b>	
	<b>FORMULARIO PARA LA PRESENTACIÓN DE LA INFORMACIÓN MÍNIMA NECESARIA PARA LA ATENCIÓN DE LAS CONSULTAS TÉCNICAS RELACIONADAS CON LAS EXCEPCIONES PREVISTAS PARA LA DIFUSIÓN DE PROPAGANDA GUBERNAMENTAL</b>	FORM/DEPPP/DAI/001
	Versión 1.0	

INSTITUCIÓN / ORGANISMO RESPONSABLE DE LA CAMPAÑA DE DIFUSIÓN*	FECHA**
SECRETARÍA DE MEDIO AMBIENTE Y RECURSOS NATURALES	03 DE ENERO DE 2017

\* Utilice un formato para cada una de las campañas o programas que requiera consultar.

\*\* La solicitud de consulta técnica deberá presentarse al menos 20 días previos al inicio de transmisión de la campaña que se pretenda difundir.

I. DATOS GENERALES DE LA CAMPAÑA DE DIFUSIÓN	
NOMBRE COMPLETO DE LA CAMPAÑA	
CONTAMINACIÓN AMBIENTAL	
FECHA DE INICIO DE LAS TRANSMISIONES	FECHA DE TÉRMINO DE LAS TRANSMISIONES
01 DE FEBRERO DE 2017	31 DE JUNIO DE 2017
DESCRIPCIÓN, ALCANCE Y POBLACIÓN OBJETIVO DE LA CAMPAÑA ***	
<p>DAR A CONOCER LAS MEDIDAS PRECAUTORIAS PARA EVITAR LLEGAR A ÍNDICES DE CONTAMINACIÓN COMO LOS QUE SE ALCANZARON EL 14 DE MARZO (204 IMECAS) / HACER VALER EL DERECHO CONSTITUCIONAL DE TODOS LOS MEXICANOS A UN MEDIO AMBIENTE SANO / DIFUNDIR LOS EFECTOS A CORTO Y A LARGO PLAZO QUE LA CONTAMINACIÓN ATMOSFÉRICA PUEDE EJERCER SOBRE LA SALUD DE LAS PERSONAS Y QUE LA CONTAMINACIÓN ATMOSFÉRICA URBANA AUMENTA EL RIESGO DE PADECER ENFERMEDADES RESPIRATORIAS AGUDAS, COMO LA NEUMONÍA, Y CRÓNICAS, COMO EL CÁNCER DEL PULMÓN Y LAS ENFERMEDADES CARDIOVASCULARES/ HOMBRES Y MUJERES DE ESTADOS INTEGRANTES DE LA MEGALÓPOLIS. POBLACIÓN URBANA Y RURAL, NSE: AB, C, D Y E/ TODAS LAS EDADES.</p>	
OBJETIVO DEL PROGRAMA GUBERNAMENTAL QUE SE DIFUNDIRÁ	
<p>PROGRAMA SECTORIAL DE RECURSOS NATURALES 2013-2018. ESTRATEGIA 4.4.3 FORTALECER LA POLITICA NACIONAL DE CAMBIO CLIMATICO Y CUIDADO AL MEDIO AMBIENTE PARA TRANSITAR HACIA UNA ECONOMIA COMPETITIVA, SUSTENTABLE, RESILIENTE Y DE BAJO CARBONO.</p>	

\*\*\* Adjunte los promocionales, propaganda o materiales que pretenda difundir.

II. ELEMENTOS JUSTIFICATORIOS DE LA EXCEPCIÓN A LA CAMPAÑA		
SUPUESTO DE EXCEPCIÓN APLICABLE (Marque con una "X")	INDIQUE LAS RAZONES QUE MOTIVAN LA EXCEPCIÓN EN ESTE CASO	
Educación	( X )	<p>LA CAMPAÑA CONTAMINACIÓN AMBIENTAL, VERSIÓN CONTAMINACIÓN AMBIENTAL, SE TRATA DE UNA CAMPAÑA ENFOCADA A LA EDUCACIÓN AMBIENTAL Y EL CUIDADO DE LA SALUD DE LA POBLACIÓN, CUYO LLAMADO DE CONCIENCIACIÓN PERMITA A LA POBLACION INFORMARSE SOBRE LAS CONSECUENCIAS DE LA CONTAMINACION AMBIENTAL.</p>
Salud	( X )	
Protección civil	( )	<p>EL OZONO SE FORMA EN LA ATMÓSFERA POR REACCIONES FOTOQUÍMICAS EN PRESENCIA DE LUZ SOLAR Y CONTAMINANTES PRECURSORES, COMO LOS ÓXIDOS DE NITRÓGENO (NOX) Y LOS COMPUESTOS ORGÁNICOS VOLÁTILES (COV). A MEDIDA QUE AUMENTAN LAS CONCENTRACIONES DE OZONO, LOS EFECTOS EN LA SALUD DE LA POBLACIÓN SON CADA VEZ MÁS NUMEROSOS Y GRAVES.</p>

 <b>INE</b> Instituto Nacional Electoral	<b>DIRECCIÓN EJECUTIVA DE PRERROGATIVAS Y PARTIDOS POLÍTICOS</b>	
	<b>FORMULARIO PARA LA PRESENTACIÓN DE LA INFORMACIÓN MÍNIMA          NECESARIA PARA LA ATENCIÓN DE LAS CONSULTAS TÉCNICAS RELACIONADAS          CON LAS EXCEPCIONES PREVISTAS PARA LA DIFUSIÓN DE PROPAGANDA          GUBERNAMENTAL</b>	<b>FORM/DEPPP/DAI/001</b>
	Versión 1.0	

		<p>NOS HEMOS VISTO AFECTADOS POR EPISODIOS DE CONTAMINACIÓN ATMOSFÉRICA QUE NO HABÍAMOS SUFRIDO EN LO QUE VA DEL SIGLO. DE ACUERDO CON LOS ESTUDIOS CIENTÍFICOS REALIZADOS POR NUESTROS MÁS DISTINGUIDOS INVESTIGADORES, LA COMBUSTIÓN DE GASOLINAS EN UNA FLOTA VEHICULAR DE 5.4 MILLONES DE UNIDADES EN CIRCULACIÓN ES LA PRINCIPAL CAUSA DE LA CONTAMINACIÓN DEL AIRE QUE RESPIRAMOS.</p>
--	--	--

**INDIQUE LOS ARGUMENTOS PARA DIFUNDIR ESTA CAMPANA DURANTE EL PROCESO ELECTORAL**

EN EL MES DE MARZO DEL 2016 SE REGISTRARON EN EL VALLE DE MÉXICO ÍNDICES DE CONTAMINACIÓN DEL AIRE SUPERIORES A LOS ACEPTABLES POR LA COMISIÓN AMBIENTAL DE LA MEGALÓPOLIS (CAME). TAN SÓLO EL LUNES 14 SE LLEGÓ A LOS 204 IMECAS, LO QUE PROVOCÓ QUE SE ACTIVARA LA FASE I DE CONTINGENCIAS AMBIENTALES: LA PRIMERA CONTINGENCIA AMBIENTAL POR OZONO DE LOS ÚLTIMOS 14 AÑOS.

ESTA SITUACIÓN ALERTÓ A LAS AUTORIDADES LOCALES Y FEDERALES QUE, DE MANERA INMEDIATA, SE COORDINARON PARA TOMAR ACCIONES QUE ANTE TODO PROTEGIERAN LA SALUD DE LA POBLACIÓN.

EN ESTE AÑO EN PARTICULAR, DURANTE LA TEMPORADA DE OZONO (QUE ABARCA LOS MESES DE FEBRERO A JUNIO) SE PRONOSTICARON PARA LA ZMVM ESCENARIOS DE MUY POCOA DISPERSIÓN DE CONTAMINANTES, ASOCIADOS A UNA ALTA RADIACIÓN SOLAR, INTENSA ESTABILIDAD ATMOSFÉRICA Y POCOA HUMEDAD EN EL AMBIENTE.

**INDIQUE LOS FUNDAMENTOS DE LAS FACULTADES DEL ÓRGANO PARA DIFUNDIR PROGRAMAS GUBERNAMENTALES**

DE ACUERDO CON LA MISIÓN DE LA SECRETARÍA DE MEDIO AMBIENTE Y RECURSOS NATURALES, QUE ES INCORPORAR A LOS DIFERENTES ÁMBITOS DE LA SOCIEDAD Y DE LA FUNCIÓN PÚBLICA, CRITERIOS E INSTRUMENTOS QUE ASEGUREN LA ÓPTIMA PROTECCIÓN, CONSERVACIÓN Y APROVECHAMIENTO DE LOS RECURSOS NATURALES DEL PAÍS, CONFORMANDO ASÍ UNA POLÍTICA AMBIENTAL INTEGRALE INCLUYENTE QUE PERMITA ALCANZAR EL DESARROLLO SUSTENTABLE.

ASIMISMO, EL PROGRAMA SECTORIAL DE RECURSOS NATURALES 2013-2018, EN LA ESTRATEGIA 4.4.3 INDICA FORTALECER LA POLÍTICA NACIONAL DE CAMBIO CLIMÁTICO Y CUIDADO AL MEDIO AMBIENTE PARA TRANSITAR HACIA UNA ECONOMÍA COMPETITIVA, SUSTENTABLE, RESILIENTE Y DE BAJO CARBONO.

<b>III. DATOS DEL CONTACTO</b>	
<b>NOMBRE COMPLETO</b>	
JOSE ANGEL ESEVERRI GUTIERREZ	
<b>CARGO</b>	
COORDINADOR GENERAL DE COMUNICACIÓN SOCIAL	
<b>TELÉFONO</b>	<b>CORREO ELECTRÓNICO</b>
5628 0600 EXT.10891	jose.eseverri@semarnat.gob.mx

**INFORMACIÓN ADICIONAL**

- EN EL MES DE MARZO DEL 2016 SE REGISTRARON EN EL VALLE DE MÉXICO ÍNDICES DE CONTAMINACIÓN DEL AIRE SUPERIORES A LOS ACEPTABLES POR LA COMISIÓN AMBIENTAL DE LA MEGALÓPOLIS (CAME). TAN SÓLO EL LUNES 14 SE LLEGÓ A LOS 204 IMECAS, LO QUE PROVOCÓ QUE SE ACTIVARA LA FASE I DE CONTINGENCIAS AMBIENTALES: LA PRIMERA CONTINGENCIA AMBIENTAL POR OZONO DE LOS ÚLTIMOS 14 AÑOS.

- ESTA SITUACIÓN ALERTÓ A LAS AUTORIDADES LOCALES Y FEDERALES QUE, DE MANERA INMEDIATA, SE COORDINARON PARA TOMAR ACCIONES QUE ANTE TODO PROTEGIERAN LA SALUD DE LA POBLACIÓN.
- EN ESTE AÑO EN PARTICULAR, DURANTE LA TEMPORADA DE OZONO (QUE ABARCA LOS MESES DE FEBRERO A JUNIO) SE PRONOSTICARON PARA LA ZMVM ESCENARIOS DE MUY POCA DISPERSIÓN DE CONTAMINANTES, ASOCIADOS A UNA ALTA RADIACIÓN SOLAR, INTENSA ESTABILIDAD ATMOSFÉRICA Y POCA HUMEDAD EN EL AMBIENTE.
- ANTE ESTE ESCENARIO, HABÍA QUE TOMAR MEDIDAS PRECAUTORIAS PARA EVITAR LLEGAR A ÍNDICES DE CONTAMINACIÓN COMO LOS QUE SE ALCANZARON EL 14 DE MARZO.
- UNA PRIORIDAD PARA EL GOBIERNO DE LA REPÚBLICA HA SIDO EL HACER VALER EL DERECHO CONSTITUCIONAL DE TODOS LOS MEXICANOS A UN MEDIO AMBIENTE SANO, POR LO QUE EL PRESIDENTE ENRIQUE PEÑA NIETO TOMÓ CARTAS EN EL ASUNTO E INSTRUYÓ A LA SEMARNAT Y A LA CAME A TOMAR “MEDIDAS AUDACES Y EFICACES” PARA GARANTIZAR LA CALIDAD DEL AIRE QUE SE RESPIRA EN EL VALLE DE MÉXICO.
- DE MANERA INMEDIATA, EL TITULAR DE LA SEMARNAT, RAFAEL PACCHIANO ALAMÁN, CONVOCÓ A UNA REUNIÓN URGENTE CON LOS GOBERNADORES QUE INTEGRAN LA CAME (CIUDAD DE MÉXICO, ESTADO DE MÉXICO, HIDALGO, MORELOS, PUEBLA Y TLAXCALA) Y ACORDARON FORMAR UN GRUPO DE TRABAJO, EN EL QUE SE INCORPORÓ LA PARTICIPACIÓN DE CIENTÍFICOS EXPERTOS EN MATERIA DE CALIDAD DEL AIRE.
- LOS OBJETIVOS DEL GRUPO DE TRABAJO FUERON:
  - 1) MODIFICAR EL PROGRAMA DE CONTINGENCIAS AMBIENTALES ATMOSFÉRICAS A FIN DE AUMENTAR SU EFECTIVIDAD.
  - 2) ACTUALIZAR EL PROGRAMA DE VERIFICACIÓN VEHICULAR OBLIGATORIA EXPIDIENDO UNA NORMA EMERGENTE QUE:
    - ✓ GARANTICE LA OPERACIÓN EFECTIVA DE LOS CONVERTIDORES CATALÍTICOS INSTALADOS EN LOS AUTOMOTORES,
    - ✓ EXIJA LA UTILIZACIÓN DE TECNOLOGÍAS DE PUNTA HOMOLOGADAS EN LOS VERIFICENTROS Y PERMITA UNA AUDITORÍA DE SU DESEMPEÑO,
    - ✓ PERMITA LA DETECCIÓN Y SANCIÓN OPORTUNA DE VEHÍCULOS OSTENSIBLEMENTE CONTAMINANTES Y
    - ✓ EVITE SER MANIPULADO.
- COMO ACCIONES INMEDIATAS SE ACORDÓ:
  - 1) MODIFICAR DE MANERA TEMPORAL EL PROGRAMA HOY NO CIRCULA. DEL 5 DE ABRIL Y HASTA EL 30 DE JUNIO, TODOS LOS VEHÍCULOS, SIN IMPORTAR EL NÚMERO DE HOLOGRAMA, ESTO ES 0, 00, 1 Y 2, DEJARON DE CIRCULAR DE ACUERDO CON EL COLOR DE SU CALCOMANÍA Y TERMINACIÓN DE PLACA CORRESPONDIENTE, INCLUYENDO RESTRICCIONES PARA EL DÍA SÁBADO.
  - 2) SUPRIMIR LA FASE DE PRE CONTINGENCIA DEL PROGRAMA DE CONTINGENCIAS AMBIENTALES ATMOSFÉRICAS.
  - 3) AJUSTAR LOS UMBRALES DE ACTIVACIÓN DE LA FASE 1 A 150 IMECAS Y DE LA FASE 2 A 200 IMECAS.
- ADICIONAL A ESTAS MEDIDAS, LA SEMARNAT COMENZÓ A TRABAJAR EN LA ELABORACIÓN DE UNA NORMA DE EMERGENCIA CON EL OBJETIVO DE DAR CERTEZA A LOS SISTEMAS DE VERIFICACIÓN VEHICULAR QUE OPERAN EN EL VALLE DE MÉXICO, HACIÉNDOLOS SENCILLOS, CONFIABLES Y TRANSPARENTES.
- ASÍ FUE QUE DURANTE LOS MESES DE MARZO, ABRIL Y MAYO, LA SEMARNAT, LOS INTEGRANTES DE LA CAME Y EL

	<b>DIRECCIÓN EJECUTIVA DE PRERROGATIVAS Y PARTIDOS POLÍTICOS</b>	
	<b>FORMULARIO PARA LA PRESENTACIÓN DE LA INFORMACIÓN MÍNIMA NECESARIA PARA LA ATENCIÓN DE LAS CONSULTAS TÉCNICAS RELACIONADAS CON LAS EXCEPCIONES PREVISTAS PARA LA DIFUSIÓN DE PROPAGANDA GUBERNAMENTAL</b>	<b>FORM/DEPPP/DAI/001</b>
	Versión 1.0	

CONSEJO CIENTÍFICO ASESOR TRABAJARON SIN DESCANSO EN EL ANÁLISIS DE UN PAQUETE AMPLIO DE MEDIDAS QUE AYUDARAN A MEJORAR LA CALIDAD DEL AIRE EN LA REGIÓN.

- INICIALMENTE SURGIERON 168 PROPUESTAS SOBRE LAS CUALES SE HA ESTADO TRABAJANDO PARA DETERMINAR SU VIABILIDAD TANTO ECONÓMICA, COMO TÉCNICA Y OPERATIVA.
- EL 7 DE JUNIO LA SEMARNAT PRESENTÓ LA NORMA DE EMERGENCIA DE VERIFICACIÓN VEHICULAR, LA CUAL ENTRÓ EN VIGOR EL 1 DE JULIO DE ESTE AÑO.
- AL COMENZAR LA APLICACIÓN DE LA NORMA, SE DESACTIVÓ EL PROGRAMA HOY NO CIRCULA "PAREJO", ES DECIR, SE REGRESÓ AL ESQUEMA TRADICIONAL EN EL QUE LOS VEHÍCULOS CON HOLOGRAMAS 0 Y 00 PUEDEN CIRCULAR TODOS LOS DÍAS.
- AÚN CON LAS CONDICIONES CLIMÁTICAS ADVERSAS PREVISTAS PARA ESTA TEMPORADA DE OZONO, LA APLICACIÓN DE ESTAS MEDIDAS DIO RESULTADOS IMPORTANTES:
  - ✓ CON EL PROGRAMA HOY NO CIRCULA "PAREJO", DURANTE 74 DÍAS DEJARON DE CIRCULAR EN EL VALLE DE MÉXICO 88.6 MILLONES DE VEHÍCULOS, LO QUE PERMITIÓ UNA REDUCCIÓN EN CONTAMINANTES PRIMARIOS DE HASTA 35% DE MONÓXIDO DE CARBONO Y 30% DE ÓXIDOS DE NITRÓGENO.
  - ✓ LAS MODIFICACIONES AL PROGRAMA DE CONTINGENCIAS AMBIENTALES, QUE SUPRIMIERON LA FASE DE PRECONTINGENCIA Y AJUSTARON LOS UMBRALES DE ACTIVACIÓN DE LAS FASES 1 Y 2, CUMPLIERON CON EL OBJETIVO DE NO SUPERAR LOS 200 PUNTOS IMECA.
  - ✓ EL NÚMERO DE DÍAS POR ARRIBA DE 95 PPB DE OZONO (VALOR DE REFERENCIA EN LA NORMA ACTUALIZADA DE CALIDAD DEL AIRE) FUE EL MÁS BAJO DE LOS ÚLTIMOS TRES AÑOS EN LA ZMVM.

	<b>DIRECCIÓN EJECUTIVA DE PRERROGATIVAS Y PARTIDOS POLÍTICOS</b>	
	<b>FORMULARIO PARA LA PRESENTACIÓN DE LA INFORMACIÓN MÍNIMA NECESARIA PARA LA ATENCIÓN DE LAS CONSULTAS TÉCNICAS RELACIONADAS CON LAS EXCEPCIONES PREVISTAS PARA LA DIFUSIÓN DE PROPAGANDA GUBERNAMENTAL</b>	<b>FORM/DEPPP/DAI/001</b>
	<b>Versión 1.0</b>	

<b>INSTITUCIÓN / ORGANISMO RESPONSABLE DE LA CAMPAÑA DE DIFUSIÓN*</b>	<b>FECHA**</b>
SECRETARÍA DE MEDIO AMBIENTE Y RECURSOS NATURALES / COMISIÓN NACIONAL DEL AGUA	03 DE ENERO DE 2017

\* Utilice un formato para cada una de las campañas o programas que requiera consultar.

\*\* La solicitud de consulta técnica deberá presentarse al menos 20 días previos al inicio de transmisión de la campaña que se pretenda difundir.

<b>I. DATOS GENERALES DE LA CAMPAÑA DE DIFUSIÓN</b>	
<b>NOMBRE COMPLETO DE LA CAMPAÑA</b>	
CULTURA DEL AGUA, VERSIÓN GUARDIANES DEL AGUA	
<b>FECHA DE INICIO DE LAS TRANSMISIONES</b>	<b>FECHA DE TÉRMINO DE LAS TRANSMISIONES</b>
01 DE MARZO DE 2017	31 DE MAYO DE 2017
<b>DESCRIPCIÓN, ALCANCE Y POBLACIÓN OBJETIVO DE LA CAMPAÑA</b>	
CONCIENTIZAR SOBRE EL USO MODERADO DEL AGUA Y LAS ACCIONES QUE PODEMOS HACER PARA FOMENTAR UNA CULTURA DE CUIDADO Y USO RACIONAL DEL AGUA / QUE AL MENOS EL 70% DE LA POBLACIÓN CONOZCA Y APLIQUE ALGUNA PRÁCTICA PARA AHORRAR AGUA / HOMBRES Y MUJERES, POBLACIÓN URBANA Y RURAL, NSE: AB, C, D y E / TODAS LAS EDADES.	
<b>OBJETIVO DEL PROGRAMA GUBERNAMENTAL QUE SE DIFUNDIRÁ</b>	
OBJETIVO 4.1. DEL PROGRAMA NACIONAL HÍDRICO 2014-2018. FOMENTAR LA EDUCACIÓN Y CONOCIMIENTO HÍDRICO DE LA POBLACIÓN PARA CONTRIBUIR EN LA FORMACIÓN DE UNA CULTURA DEL AGUA.	

\*\*\* Adjunte los promocionales, propaganda o materiales que pretenda difundir.

<b>II. ELEMENTOS JUSTIFICATORIOS DE LA EXCEPCIÓN A LA CAMPAÑA</b>		
<b>SUPUESTO DE EXCEPCIÓN APLICABLE</b> (Marque con una (X)):		<b>INDIQUE LAS RAZONES QUE MOTIVAN LA EXCEPCIÓN EN ESTE CASO</b>
Educación	( X )	LA CAMPAÑA CULTURA DEL AGUA, VERSIÓN GUARDIANES DEL AGUA, SE TRATA DE UNA CAMPAÑA EXCLUSIVAMENTE EDUCATIVA, CUYO ÚNICO OBJETIVO ES LA PROMOCIÓN DE UNA CULTURA DE CUIDADO Y USO RACIONAL DEL AGUA.  LA BAJA DISPONIBILIDAD DE AGUA EN TODO MÉXICO DEMANDA DE UNA CAMPAÑA EDUCATIVA CON ALCANCE NACIONAL QUE FOMENTE EL CUIDADO Y EL USO EFICIENTE Y SUSTENTABLE DEL AGUA EN LOS ÁMBITOS DOMÉSTICO, URBANO, AGRÍCOLA E INDUSTRIAL.  EL FOMENTO A UNA CULTURA SUSTENTABLE DEL AGUA ES UNA POLÍTICA INTEGRAL DE LA COMISIÓN NACIONAL DEL AGUA MEDIANTE TODOS SUS PROGRAMAS Y ACCIONES. NO OBSTANTE, SE TIENE CLARO QUE EL ELEMENTO TRANSFORMADOR DE UNA CULTURA EN EL MEDIANO Y LARGO PLAZOS ES LA EDUCACIÓN EN SUS DIFERENTES MODALIDADES.  UNA CAMPAÑA DE DIFUSIÓN QUE PROMUEVA HÁBITOS PARA UN USO RACIONAL DEL AGUA EN LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN, COADYUVA A LA EDUCACIÓN DE LAS NIÑAS Y NIÑOS.
Salud	( )	
Protección civil	( )	

	<b>DIRECCIÓN EJECUTIVA DE PRERROGATIVAS Y PARTIDOS POLÍTICOS</b>	
	<b>FORMULARIO PARA LA PRESENTACIÓN DE LA INFORMACIÓN MÍNIMA NECESARIA PARA LA ATENCIÓN DE LAS CONSULTAS TÉCNICAS RELACIONADAS CON LAS EXCEPCIONES PREVISTAS PARA LA DIFUSIÓN DE PROPAGANDA GUBERNAMENTAL</b>	<b>FORM/DEPPP/DAI/001</b>
	<b>Versión 1.0</b>	

<b>INDIQUE LOS ARGUMENTOS PARA DIFUNDIR ESTA CAMPAÑA DURANTE EL PROCESO ELECTORAL.</b>
<p>ABRIL Y MAYO SON LOS MESES CUANDO SE MANIFIESTA EN NUESTRO PAÍS CON MAYOR INTENSIDAD EL ESTIAJE (NIVEL MÍNIMO DE AGUA QUE ALCANZA UN RÍO O UNA LAGUNA POR LA DISMINUCIÓN DE LA LLUVIA), ADEMÁS, DURANTE ESTOS MESES SE REGISTRAN LAS TEMPERATURAS MÁS ALTAS, LO QUE TRAE CONSIGO UNA MAYOR DEMANDA DE AGUA ASÍ COMO PROBLEMAS DE DISPONIBILIDAD. POR ESTA RAZÓN ES IMPORTANTE DIFUNDIR LA CAMPAÑA PREVIO AL PERIODO MÁS CRÍTICO DEL ESTIAJE Y ANTES DE INICIAR LA TEMPORADA DE LLUVIAS.</p>
<b>INDIQUE LOS FUNDAMENTOS DE LAS FACULTADES DEL ÓRGANO PARA DIFUNDIR PROGRAMAS GUBERNAMENTALES.</b>
<p>DE CONFORMIDAD CON LO ESTABLECIDO EN EL ARTÍCULO XXVI DE LA LEY DE AGUAS NACIONALES, SON ATRIBUCIONES DE LA COMISIÓN NACIONAL DEL AGUA, PROMOVER EN EL ÁMBITO NACIONAL EL USO EFICIENTE DEL AGUA Y SU CONSERVACIÓN EN TODAS LAS FASES DEL CICLO HIDROLÓGICO, E IMPULSAR EL DESARROLLO DE UNA CULTURA DEL AGUA QUE CONSIDERE A ESTE ELEMENTO COMO RECURSO VITAL, ESCASO Y DE ALTO VALOR ECONÓMICO, SOCIAL Y AMBIENTAL, Y QUE CONTRIBUYA A LOGRAR LA GESTIÓN INTEGRADA DE LOS RECURSOS HÍDRICOS.</p> <p>ASIMISMO, DE ACUERDO AL OBJETIVO 4 DEL PROGRAMA NACIONAL HÍDRICO 2014-2018, EN SU ESTRATEGIA 4.1. ESTABLECE FOMENTAR LA EDUCACIÓN Y CONOCIMIENTO HÍDRICO DE LA POBLACIÓN PARA CONTRIBUIR EN LA FORMACIÓN DE UNA CULTURA DEL AGUA.</p> <p>DE IGUAL MANERA, EL ARTÍCULO 61 DEL REGLAMENTO INTERNO DE LA COMISIÓN NACIONAL DEL AGUA, ESTABLECE QUE CORRESPONDEN A LA COORDINACIÓN GENERAL DE ATENCIÓN INSTITUCIONAL, COMUNICACIÓN Y CULTURA DEL AGUA EL EJERCICIO DE LAS SIGUIENTES ATRIBUCIONES:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• EJERCER LAS FUNCIONES QUE CORRESPONDEN A LA COMISIÓN COMO ÓRGANO SUPERIOR, TÉCNICO, CONSULTIVO Y NORMATIVO DE LA FEDERACIÓN EN MATERIA DE COMUNICACIÓN SOCIAL, ATENCIÓN INSTITUCIONAL Y CULTURA DEL AGUA.</li> <li>• COMUNICACIÓN SOCIAL Y CAMPAÑAS DE DIFUSIÓN, EN TEMAS RELACIONADOS CON LAS AGUAS NACIONALES Y SUS BIENES PÚBLICOS INHERENTES, ACORDE CON LOS LINEAMIENTOS DE LA SECRETARÍA DE GOBERNACIÓN Y, CON BASE EN LA INFORMACIÓN QUE PROPORCIONEN LAS ÁREAS SUSTANTIVAS DE LA COMISIÓN.</li> <li>• INFORMACIÓN A LA POBLACIÓN SOBRE ESCASEZ DEL AGUA, LOS COSTOS DE PROVEERLA Y SU VALOR ECONÓMICO, SOCIAL Y AMBIENTAL, DE CONFORMIDAD CON LA INFORMACIÓN QUE PROPORCIONEN LAS ÁREAS SUSTANTIVAS DE LA COMISIÓN.</li> <li>• APLICACIÓN DEL PRESUPUESTO DEL PROGRAMA ANUAL DE COMUNICACIÓN SOCIAL.</li> <li>• PROMOCIÓN, COMUNICACIÓN Y DIFUSIÓN DE LA CULTURA DEL AGUA, CONSIDERANDO SU NATURALEZA VITAL, ESCASEZ, VALOR ECONÓMICO, SOCIAL Y AMBIENTAL, Y GESTIÓN INTEGRADA.</li> <li>• ESTRATEGIAS EN MATERIA DE CULTURA DEL AGUA PARA PROMOVER HÁBITOS Y PRÁCTICAS FAVORABLES EN EL USO Y CONSUMO DE AGUA.</li> </ul> <p>POR LO ANTERIOR, LA COMISIÓN NACIONAL DEL AGUA, TIENE LAS FACULTADES PARA DIFUNDIR PROGRAMAS GUBERNAMENTALES.</p>

<b>III. DATOS DEL CONTACTO</b>	
<b>NOMBRE COMPLETO</b>	
JOSÉ LUIS ALCUDIA GOYA	
<b>CARGO</b>	
COORDINADOR GENERAL DE COMUNICACIÓN Y CULTURA DEL AGUA	
<b>TELÉFONO</b>	<b>CORREO ELECTRÓNICO</b>
5174 4000 EXT. 1100	jose.alcudia@conagua.gob.mx

	<b>DIRECCIÓN EJECUTIVA DE PRERROGATIVAS Y PARTIDOS POLÍTICOS</b>	
	<b>FORMULARIO PARA LA PRESENTACIÓN DE LA INFORMACIÓN MÍNIMA NECESARIA PARA LA ATENCIÓN DE LAS CONSULTAS TÉCNICAS RELACIONADAS CON LAS EXCEPCIONES PREVISTAS PARA LA DIFUSIÓN DE PROPAGANDA GUBERNAMENTAL</b>	<b>FORM/DEPPP/DAI/001</b>
	<b>Versión 1.0</b>	

<b>INFORMACIÓN ADICIONAL</b>
<p>DESDE 2004, LA CONAGUA HA DESARROLLADO Y DIFUNDIDO CAMPAÑAS SOBRE EL CUIDADO Y EL BUEN USO DEL AGUA, CUYA PERTINENCIA Y EFECTIVIDAD HAN SIDO DEMOSTRADAS MEDIANTE LAS EVALUACIONES CUANTITATIVAS Y CUALITATIVAS ORDENADAS POR LOS LINEAMIENTOS EN MATERIA DE COMUNICACIÓN SOCIAL QUE RIGEN AL GOBIERNO DE LA REPÚBLICA.</p> <p>ALGUNOS DE LOS RESULTADOS DESTACABLES SON:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• 5 DE CADA 10 ENCUESTADOS HAN MANIFESTADO UN CAMBIO DE ACTITUD, DE MANERA POSITIVA, SOBRE EL AGUA Y SU CUIDADO DESPUÉS DE HABER VISTO ALGUNA CAMPAÑA.</li> <li>• SE HA RECONOCIDO LA IMPORTANCIA DE CAMPAÑAS DE ESTE TIPO PARA "CREAR CONCIENCIA".</li> <li>• LA PRINCIPAL RAZÓN QUE DOTA AL AGUA DE UN SIGNIFICADO ALTAMENTE POSITIVO PARA LA POBLACIÓN ES SU IMPORTANCIA PARA LA VIDA MISMA. LA PRINCIPAL CONNOTACIÓN NEGATIVA ES LA ESCASEZ Y EL DESPERDICIO.</li> <li>• LA POBLACIÓN ENTREVISTADA RECONOCE QUE LAS CAMPAÑAS GENERAN CONCIENCIA DE LA NECESIDAD DEL CUIDADO DEL AGUA Y HA ADOPTADO Y/O MODIFICADO CONDUCTAS DE AHORRO Y USO SUSTENTABLE.</li> </ul>

	<b>DIRECCIÓN EJECUTIVA DE PRERROGATIVAS Y PARTIDOS POLÍTICOS</b>	
	<b>FORMULARIO PARA LA PRESENTACIÓN DE LA INFORMACIÓN MÍNIMA NECESARIA PARA LA ATENCIÓN DE LAS CONSULTAS TÉCNICAS RELACIONADAS CON LAS EXCEPCIONES PREVISTAS PARA LA DIFUSIÓN DE PROPAGANDA GUBERNAMENTAL</b>	<b>FORM/DEPPP/DAI/001</b>
	<b>Versión 1.0</b>	

<b>INSTITUCIÓN / ORGANISMO RESPONSABLE DE LA CAMPAÑA DE DIFUSIÓN</b>	<b>FECHA</b>
SECRETARÍA DE MEDIO AMBIENTE Y RECURSOS NATURALES / COMISIÓN NACIONAL DEL AGUA	03 DE ENERO DE 2017

\* Utilice un formato para cada una de las campañas o programas que requiera consultar.

\*\* La solicitud de consulta técnica deberá presentarse al menos 20 días previos al inicio de transmisión de la campaña que se pretenda difundir.

<b>I. DATOS GENERALES DE LA CAMPAÑA DE DIFUSIÓN</b>	
<b>NOMBRE COMPLETO DE LA CAMPAÑA</b>	
PROTECCIÓN A CENTROS DE POBLACIÓN, VERSIÓN PREVENCIÓN	
<b>FECHA DE INICIO DE LAS TRANSMISIONES</b>	<b>FECHA DE TÉRMINO DE LAS TRANSMISIONES</b>
01 DE MAYO DE 2017	31 DE DICIEMBRE DE 2017
<b>DESCRIPCIÓN, ALCANCE Y POBLACIÓN OBJETIVO DE LA CAMPAÑA</b>	
<p>FORTALECER LA CULTURA DE LA PREVENCIÓN ASOCIADA A LA OCURRENCIA DE FENÓMENOS METEOROLÓGICOS / QUE AL MENOS EL 80% DE LAS PERSONAS QUE HABITAN EN ZONAS DE ALTO RIESGO ANTE FENÓMENOS HIDROMETEOROLÓGICOS ACTÚEN DE INMEDIATO ANTE LA EMISIÓN DE ALERTAS DE POSIBLES CONTINGENCIAS. / HOMBRES Y MUJERES, POBLACIÓN URBANA Y RURAL, NSE: AB, C, D y E / TODAS LAS EDADES.</p>	
<b>OBJETIVO DEL PROGRAMA GUBERNAMENTAL QUE SE DIFUNDIRÁ</b>	
<p>OBJETIVO 2 DEL PROGRAMA NACIONAL HÍDRICO 2014-2018. ESTRATEGIA 2.1.6. FORTALECER LOS SISTEMAS DE ALERTA TEMPRANA Y LAS ACCIONES DE PREVENCIÓN Y MITIGACIÓN EN CASO DE EMERGENCIAS POR FENÓMENOS HIDROMETEOROLÓGICOS.</p>	

\*\*\* Adjunte los promocionales, propaganda o materiales que pretenda difundir.

<b>II. ELEMENTOS JUSTIFICATORIOS DE LA EXCEPCIÓN A LA CAMPAÑA</b>		
<b>SUPUESTO DE EXCEPCIÓN APLICABLE</b> (Marque con una X)	<b>INDIQUE LAS RAZONES QUE MOTIVAN LA EXCEPCIÓN EN ESTE CASO</b>	
Educación	( )	<p>LA CAMPAÑA PROTECCIÓN A CENTROS DE POBLACIÓN, VERSIÓN PREVENCIÓN, SE TRATA DE UNA CAMPAÑA ENFOCADA A LA PROTECCIÓN CIVIL, CUYO ÚNICO OBJETIVO ES REALIZAR LAS ACCIONES PREVENTIVAS QUE PERMITAN ENFRENTAR EN MEJOR FORMA LOS FENÓMENOS HIDROMETEOROLÓGICOS.</p> <p>LA REPÚBLICA MEXICANA SE ENCUENTRA EN EL ÁREA DE INFLUENCIA DE CUATRO IMPORTANTES CENTROS GENERADORES DE CICLONES TROPICALES: LA REGIÓN DEL GOLFO DE TEHUANTEPEC (DENTRO DE LA ZONA DEL PACÍFICO NORORIENTAL), LA SONDA DE CAMPECHE EN EL GOLFO DE MÉXICO, LA DEL MAR CARIBE Y LA DEL ATLÁNTICO NORTE. AHÍ ES DONDE SE FORMAN LOS CICLONES TROPICALES QUE AMENAZAN AL PAÍS CON UN ALTO POTENCIAL DE RIESGO PARA LOS ASENTAMIENTOS DE POBLACIÓN EN LOS ESTADOS COSTEROS, Y AÚN PARA LOS DEL INTERIOR DEL PAÍS.</p> <p>POR SU UBICACIÓN GEOGRÁFICA, CADA AÑO NUESTRO PAÍS SE ENCUENTRA BAJO LA AMENAZA DE SUFRIR LOS EFECTOS DE LOS CICLONES TROPICALES. EN LOS ÚLTIMOS 45 AÑOS, 15 ESTADOS DE LA REPÚBLICA MEXICANA SE HAN VISTO AFECTADOS DIRECTAMENTE POR LA PRESENCIA DE 339 FENÓMENOS HIDROMETEOROLÓGICOS, SIENDO LOS ESTADOS DE BAJA CALIFORNIA SUR, SINALOA Y QUINTANA ROO LOS MÁS AFECTADOS, AL RECIBIR, EN PROMEDIO, CASI UN FENÓMENO CADA AÑO.</p>
Salud	( )	
Protección civil	( X )	

 <b>INE</b> Instituto Nacional Electoral	<b>DIRECCIÓN EJECUTIVA DE PRERROGATIVAS Y PARTIDOS POLÍTICOS</b>	
	<b>FORMULARIO PARA LA PRESENTACIÓN DE LA INFORMACIÓN MÍNIMA          NECESARIA PARA LA ATENCIÓN DE LAS CONSULTAS TÉCNICAS RELACIONADAS          CON LAS EXCEPCIONES PREVISTAS PARA LA DIFUSIÓN DE PROPAGANDA          GUBERNAMENTAL</b>	<b>FORM/DEPPP/DAI/001</b>
	<b>Versión 1.0</b>	

**INDIQUE LOS ARGUMENTOS PARA DIFUNDIR ESTA CAMPAÑA DURANTE EL PROCESO ELECTORAL**

DE ACUERDO A LA COORDINACIÓN GENERAL DEL SERVICIO METEOROLÓGICO NACIONAL (SMN), EL 15 DE MAYO INICIA DE MANERA OFICIAL LA TEMPORADA DE CICLONES TROPICALES 2017 EN EL OCEANO PACÍFICO NORORIENTAL Y EL 1 DE JUNIO EN LA CUENCA QUE COMPRENDE EL NORTE DEL OCEANO ATLÁNTICO, EL GOLFO DE MÉXICO Y EL MAR CARIBE. EL 30 DE NOVIEMBRE CONCLUYE FORMALMENTE EN AMBAS REGIONES. POR LO ANTERIOR, Y POR TRATARSE DE UNA CAMPAÑA PREVENTIVA, ES IMPORTANTE INICIAR CON SU DIFUSIÓN ANTES DE QUE INICIEN LAS TEMPORADAS DE CICLONES EN AMBAS CUENCAS.

**INDIQUE LOS FUNDAMENTOS DE LAS FACULTADES DEL ÓRGANO PARA DIFUNDIR PROGRAMAS GUBERNAMENTALES**

DE CONFORMIDAD CON LO ESTABLECIDO EN EL ARTÍCULO 83 DE LA LEY DE AGUAS NACIONALES, LA COMISIÓN NACIONAL DEL AGUA EN LOS TÉRMINOS DEL REGLAMENTO, Y CON EL APOYO DE LOS ORGANISMOS DE CUENCA, CLASIFICARÁ LAS ZONAS EN ATENCIÓN A SUS RIESGOS DE POSIBLE INUNDACIÓN, EMITIRÁ LAS NORMAS Y, RECOMENDACIONES NECESARIAS, ESTABLECERÁ LAS MEDIDAS DE OPERACIÓN, CONTROL Y SEGUIMIENTO Y APLICARÁ LOS FONDOS DE CONTINGENCIA QUE SE INTEGREN AL EFECTO.

ASIMISMO, DE ACUERDO AL OBJETIVO 2 DEL PROGRAMA NACIONAL HÍDRICO 2014-2018, EN SU ESTRATEGIA 2.1.6. ESTABLECE FORTALECER LOS SISTEMAS DE ALERTA TEMPRANA Y LAS ACCIONES DE PREVENCIÓN Y KITIGACIÓN EN CASO DE EMERGENCIA POR FENÓMENOS HIDROMETEOROLÓGICOS.

DE IGUAL MANERA, EL ARTÍCULO 61 DEL REGLAMENTO INTERNO DE LA COMISIÓN NACIONAL DEL AGUA, ESTABLECE QUE CORRESPONDEN A LA COORDINACIÓN GENERAL DE ATENCIÓN INSTITUCIONAL, COMUNICACIÓN Y CULTURA DEL AGUA EL EJERCICIO DE LAS SIGUIENTES ATRIBUCIONES:

- EJERCER LAS FUNCIONES QUE CORRESPONDEN A LA COMISIÓN COMO ÓRGANO SUPERIOR, TÉCNICO, CONSULTIVO Y NORMATIVO DE LA FEDERACIÓN EN MATERIA DE COMUNICACIÓN SOCIAL, ATENCIÓN INSTITUCIONAL Y CULTURA DEL AGUA.
- COMUNICACIÓN SOCIAL Y CAMPAÑAS DE DIFUSIÓN, EN TEMAS RELACIONADOS CON LAS AGUAS NACIONALES Y SUS BIENES PÚBLICOS INHERENTES, ACORDE CON LOS LINEAMIENTOS DE LA SECRETARÍA DE GOBERNACIÓN Y, CON BASE EN LA INFORMACIÓN QUE PROPORCIONEN LAS ÁREAS SUSTANTIVAS DE LA COMISIÓN.
- APLICACIÓN DEL PRESUPUESTO DEL PROGRAMA ANUAL DE COMUNICACIÓN SOCIAL.

POR LO ANTERIOR, LA COMISIÓN NACIONAL DEL AGUA, TIENE LAS FACULTADES PARA DIFUNDIR PROGRAMAS GUBERNAMENTALES.

<b>III. DATOS DEL CONTACTO</b>	
<b>NOMBRE COMPLETO</b>	
JOSÉ LUIS ALCUDIA GOYA	
<b>CARGO</b>	
COORDINADOR GENERAL DE COMUNICACIÓN Y CULTURA DEL AGUA	
<b>TELÉFONO</b>	<b>CORREO ELECTRÓNICO</b>
5174 4000 EXT. 1100	jose.alcudia@conagua.gob.mx

**INFORMACIÓN ADICIONAL**

EN 2013, LOS FENÓMENOS HIDROMETEOROLÓGICOS INGRID Y MANUEL IMPACTARON AL MISMO TIEMPO EN EL PAÍS, ALGO QUE NO HABÍA OCURRIDO DESDE 1958, GENERANDO AFECTACIONES EN 23 ENTIDADES DE LA REPÚBLICA.

EN 2014, MÉXICO TUVO LA PRESENCIA DE 9 CICLONES POR EL ATLÁNTICO Y 21 POR EL PACÍFICO. EN TOTAL, 6 IMPACTARON DE FORMA DIRECTA: BORIS, DOLLY, ODILE, TRUDY, HANNA Y VANCE (VANS), SIENDO UNO DE LOS AÑOS CON MAYOR

	<b>DIRECCIÓN EJECUTIVA DE PRERROGATIVAS Y PARTIDOS POLÍTICOS</b>	
	<b>FORMULARIO PARA LA PRESENTACIÓN DE LA INFORMACIÓN MÍNIMA NECESARIA PARA LA ATENCIÓN DE LAS CONSULTAS TÉCNICAS RELACIONADAS CON LAS EXCEPCIONES PREVISTAS PARA LA DIFUSIÓN DE PROPAGANDA GUBERNAMENTAL</b>	<b>FORM/DEPPP/DAI/001</b>
		Versión 1.0

PRESENCIA DE HURACANES DE CATEGORÍA TRES O SUPERIOR.

LA TEMPORADA DE LLUVIAS Y CICLONES TROPICALES 2015 FUE UNA DE LAS MÁS ACTIVAS EN CUANTO AL DESARROLLO DE HURACANES, SE REGISTRARON 34 SISTEMAS, DE ÉSTOS, NUEVE SISTEMAS ALCANZARON LA CATEGORÍA 3, 4 O 5 EN LA ESCALA DE SAFFIR-SIMPSON, DE LOS CUALES CUATRO TOCARON TIERRA EN COSTAS DE MÉXICO.

PARA 2016 POR EL OCÉANO PACÍFICO, EL CAMBIO MÁS SIGNIFICATIVO FUE EL INCREMENTO DE HURACANES DE CATEGORÍA TRES, CUATRO, O CINCO, QUEDANDO EN 20 LOS CICLONES TROPICALES PRONOSTICADOS, TRES MÁS DE LOS ESPERADOS EN MAYO, ES DECIR, SE PRESENTARÁN OCHO TORMENTAS TROPICALES, CUATRO HURACANES DE CATEGORÍA UNO O DOS, Y OCHO HURACANES DE CATEGORÍA TRES O SUPERIOR.

EN TANTO QUE PARA EL OCÉANO ATLÁNTICO, SE INCREMENTÓ EL NÚMERO DE TORMENTAS TROPICALES QUE SE PUDIERAN FORMAR, POR LO CUAL EL PRONÓSTICO SERÁ DE 15 CICLONES, A DIFERENCIA DE LO PRONOSTICADO EN MAYO, QUE ERAN 13, AUMENTAN DOS, PARA QUEDAR DE LA SIGUIENTE MANERA: NUEVE TORMENTAS TROPICALES; CUATRO HURACANES CATEGORÍA UNO O DOS, Y DOS HURACANES CATEGORÍA TRES O SUPERIOR.

CABE DESTACAR QUE EN NUESTRO PAÍS EL TIEMPO TRANSCURRIDO ENTRE DOS HURACANES DE GRAN MAGNITUD DE DAÑOS ES CADA VEZ MÁS CORTO, POR EJEMPLO, ENTRE GILBERTO (1988) Y PAULINA (1997) FUE DE NUEVE AÑOS, ENTRE ÉSTE Y WILMA (2005) FUE DE 8 AÑOS; ENTRE WILMA E INGRID Y MANUEL (2013) FUE DE 8 AÑOS, SIN EMBARGO, EL TIEMPO TRANSCURRIDO ENTRE INGRID, MANUEL Y ODILE (2014) Y PATRICIA (2015) FUE DE TAN SÓLO DOCE MESES.

POR SER UNA CAMPAÑA DE CARÁCTER CONTINGENTE ES NECESARIO INICIAR CON LA DIFUSIÓN ANTES DE INICIAR LA TEMPORADA, YA QUE EVENTOS NATURALES OCURRIDOS RECIENTEMENTE Y LOS PRONÓSTICOS A CORTO Y MEDIANO PLAZOS NOS ALERTAN SOBRE LA POSIBILIDAD DE CONTAR CON FENÓMENOS DE FUERTES A INTENSOS DURANTE 2017.

	<b>DIRECCIÓN EJECUTIVA DE PRERROGATIVAS Y PARTIDOS POLÍTICOS</b>	
	<b>FORMULARIO PARA LA PRESENTACIÓN DE LA INFORMACIÓN MÍNIMA NECESARIA PARA LA ATENCIÓN DE LAS CONSULTAS TÉCNICAS RELACIONADAS CON LAS EXCEPCIONES PREVISTAS PARA LA DIFUSIÓN DE PROPAGANDA GUBERNAMENTAL</b>	<b>FORM/DEPPP/DAI/001</b>
	<b>Versión 1.0</b>	

INSTITUCIÓN//ORGANISMO RESPONSABLE DE LA CAMPAÑA DE DIFUSIÓN*	FECHA**
PROCURADURÍA FEDERAL DE PROTECCIÓN AL AMBIENTE (PROFEPA)	05/01/2017

\* Utilice un formato para cada una de las campañas o programas que requiera consultar.

\*\* La solicitud de consulta técnica deberá presentarse al menos 20 días previos al inicio de transmisión de la campaña que se pretenda difundir.

<b>I. DATOS GENERALES DE LA CAMPAÑA DE DIFUSIÓN</b>	
<b>NOMBRE COMPLETO DE LA CAMPAÑA</b>	
25 AÑOS DE LA PROFEPA	
<b>FECHA DE INICIO DE LAS TRANSMISIONES</b>	<b>FECHA DE TÉRMINO DE LAS TRANSMISIONES</b>
03 DE ABRIL 2017	05 JUNIO 2017
<b>DESCRIPCIÓN, ALCANCE Y POBLACIÓN OBJETIVO DE LA CAMPAÑA ***</b>	
DIFUNDIR EN QUÉ TRABAJA LA PROFEPA PARA LA PROTECCIÓN DEL MEDIO AMBIENTE, ASÍ COMO PROMOVER EL CUMPLIMIENTO DE LA LEY EN MATERIA AMBIENTAL. SE PLANTEA UN ALCANCE DE INCLUIR LA PARTICIPACIÓN DECIDIDA, INFORMADA Y RESPONSABLE DE LOS MIEMBROS DE LA SOCIEDAD Y DE SUS ORGANIZACIONES, EN LA VIGILANCIA E INDUCCIÓN DEL CUMPLIMIENTO DE LA LEY AMBIENTAL. LA POBLACIÓN OBJETIVO SON HOMBRE Y MUJERES DE 15 A 60 O MÁS AÑOS, DE NIVEL SOCIOECONÓMICO AB, C+, C, D+, D	
<b>OBJETIVO DEL PROGRAMA GUBERNAMENTAL QUE SE DIFUNDIRÁ</b>	
DAR A CONOCER EL CUMPLIMIENTO DE LOS PRIMEROS 25 AÑOS DE LA PROFEPA, ASÍ COMO LAS FACULTADES CON LAS QUE CUENTA ESTE ORGANISMO DESCENTRALIZADO DE LA SECRETARÍA DE MEDIO AMBIENTE Y RECURSOS NATURALES, EN LA GRAN TAREA PARA DAR VIGENCIA AL DERECHO QUE TODA PERSONA TIENE A UN MEDIO AMBIENTE SANO PARA SU DESARROLLO Y BIENESTAR.	

\*\*\* Adjunte los promocionales, propaganda o materiales que pretenda difundir.

<b>II. ELEMENTOS JUSTIFICATORIOS DE LA EXCEPCIÓN A LA CAMPAÑA</b>	
<b>SUPUESTO DE EXCEPCIÓN APLICABLE</b> (Marque con una "X")	<b>INDIQUE LAS RAZONES QUE MOTIVAN LA EXCEPCIÓN EN ESTE CASO</b>
Educación ( X )	EN MATERIA DE EDUCACIÓN CÍVICA SE BUSCA TRANSMITIR EN LA SOCIEDAD LA PROTECCIÓN DE LOS RECURSOS NATURALES Y EL CAPITAL NATURAL PRIVILEGIANDO EL ENFOQUE PREVENTIVO SOBRE EL CORRECTIVO ASÍ COMO LAS ACCIONES DE PARTICIPACIÓN SOCIAL
Salud ( )	
Protección civil ( )	
<b>INDIQUE LOS ARGUMENTOS PARA DIFUNDIR ESTA CAMPAÑA DURANTE EL PROCESO ELECTORAL</b>	
AL TRATARSE DE UNA CAMPAÑA DE FOMENTO A LA EDUCACIÓN CÍVICA, ENTRE OTROS VALORES, A PARTIR DEL CONCEPTO INTEGRAL QUE EN TORNO A LA EDUCACIÓN PROPORCIONA EL ARTÍCULO 3º DE LA CONSTITUCIÓN. ADEMÁS DENTRO DEL PROGRAMA SECTORIAL DE MEDIO AMBIENTE Y RECURSOS NATURALES 2013-2018. OBJETIVO 5, ESTRATEGIA 5.7: FORTALECER A LA PROFEPA PARA VIGILAR Y VERIFICAR EL CUMPLIMIENTO DE LA NORMATIVIDAD AMBIENTAL PARA LA INDUSTRIA Y RECURSOS NATURALES.	

	<b>DIRECCIÓN EJECUTIVA DE PRERROGATIVAS Y PARTIDOS POLÍTICOS</b>	
	<b>FORMULARIO PARA LA PRESENTACIÓN DE LA INFORMACIÓN MÍNIMA NECESARIA PARA LA ATENCIÓN DE LAS CONSULTAS TÉCNICAS RELACIONADAS CON LAS EXCEPCIONES PREVISTAS PARA LA DIFUSIÓN DE PROPAGANDA GUBERNAMENTAL</b>	<b>FORM/DEPPP/DAI/001</b>
	<b>Versión 1.0</b>	

HACE 25 AÑOS LA PROCURADURÍA FEDERAL DE PROTECCIÓN AL AMBIENTE ABRIÓ SUS PUERTAS POR PRIMERA VEZ CON UNA CENTENA DE EMPLEADOS PROVENIENTES PRINCIPALMENTE DE LA SECRETARÍA DE DESARROLLO SOCIAL Y DE LA COMISIÓN NACIONAL DEL AGUA. AL POCO TIEMPO, LA PROCURADURÍA PUDO AMPLIAR SU PLANTILLA CON RECURSOS DE PROGRAMAS FINANCIADOS POR EL BANCO MUNDIAL.

EN 1992 SE CREÓ TAMBIÉN LA SECRETARÍA DE DESARROLLO SOCIAL (SEDESOL) QUE, ENTRE OTROS PROPÓSITOS, BUSCABA ASOCIAR LAS POLÍTICAS SOCIALES A LOS PRINCIPIOS EL DESARROLLO SUSTENTABLE ASENTADOS EN EL INFORME BRUNDTLAND (1987) Y QUE FUERON RATIFICADOS EN LA DECLARACIÓN DE RÍO DE JANEIRO SOBRE MEDIO AMBIENTE Y DESARROLLO DE 1992. COMO PARTE DE ESTA VISIÓN, EL 4 DE JUNIO DE 1992 SE PUBLICÓ EN EL DIARIO OFICIAL DE LA FEDERACIÓN EL REGLAMENTO INTERIOR DE LA SEDESOL CON EL QUE SE CREAN EL INSTITUTO NACIONAL DE ECOLOGÍA Y LA PROCURADURÍA FEDERAL DE PROTECCIÓN AL AMBIENTE COMO ÓRGANOS DESCENTRALIZADOS CON AUTONOMÍA TÉCNICA Y OPERATIVA. ASIMISMO, EL 17 DE JULIO DE 1992 SE PUBLICÓ UN ACUERDO MEDIANTE EL CUAL SE REGULABA LA ORGANIZACIÓN Y FUNCIONAMIENTO INTERNO DE LA PROFE Y DICHO INSTITUTO, A PARTIR DE AHÍ, LA PROCURADURÍA HA TRANSITADO POR MUCHOS Y VARIADOS CAMBIOS.

**INDIQUE LOS FUNDAMENTOS DE LAS FACULTADES DEL ÓRGANO PARA DIFUNDIR PROGRAMAS GUBERNAMENTALES**

EL REGLAMENTO INTERIOR DE LA SECRETARÍA DE MEDIO AMBIENTE Y RECURSOS NATURALES, EN SU ARTÍCULO 15: LA COORDINACIÓN GENERAL DE COMUNICACIÓN SOCIAL TENDRÁ LAS ATRIBUCIONES SIGUIENTES:

- I.- DEFINIR CRITERIOS PARA EL DISEÑO DE LA IMAGEN INSTITUCIONAL DEL SECTOR, QUE PERMITAN LLEVAR A CABO ACTIVIDADES DE COMUNICACIÓN MEDIÁTICA Y RELACIONES PÚBLICAS DE LA SECRETARÍA;
- II. FORMULAR, REALIZAR Y SUPERVISAR EL PROGRAMA EDITORIAL APLICABLE AL ÁMBITO INTERNO Y EXTERNO DE LA SECRETARÍA;
- III. COORDINAR, CON LAS DEPENDENCIAS DE LA ADMINISTRACIÓN PÚBLICA FEDERAL Y CON LAS UNIDADES ADMINISTRATIVAS Y ÓRGANOS DESCENTRALIZADOS DE LA SECRETARÍA, ASÍ COMO CON LAS ENTIDADES FEDERATIVAS Y MUNICIPIOS, SEGÚN CORRESPONDA, LA DIVULGACIÓN DE LA INFORMACIÓN, PUBLICACIÓN Y PUBLICIDAD DE MATERIALES DE LA DEPENDENCIA, Y CONCERTAR Y PROMOVER ÉSTOS ANTE LOS SECTORES SOCIAL Y PRIVADO;
- IV. ADECUAR LAS ACTIVIDADES DE COMUNICACIÓN SOCIAL DE LA SECRETARÍA A LOS LINEAMIENTOS ADOPTADOS POR EL GOBIERNO FEDERAL EN LA MATERIA;
- V. ASEGURAR EL USO ADECUADO DE LA IMAGEN GRÁFICA DE LA SECRETARÍA Y DE SUS ÓRGANOS DESCENTRALIZADOS, EN LO QUE CONCIERNE AL ESCUDO, LOGOTIPO, IDENTIDAD GRÁFICA Y COLORES EN CAMPAÑAS, EXPOSICIONES Y EVENTOS CON PRESENCIA DE FUNCIONARIOS DEL SECTOR, PAPELERÍA OFICIAL, PUBLICACIONES INTERNAS Y EXTERNAS, ASÍ COMO EN EL DISEÑO DE LAS PÁGINAS DE INTERNET QUE REALIZA LA SECRETARÍA; LUNES 26 DE NOVIEMBRE DE 2012 DIARIO OFICIAL (SEGUNDA SECCIÓN) 17.
- VI. ESTABLECER LOS MECANISMOS PARA CAPTURAR, ANALIZAR Y DAR SEGUIMIENTO A LA COBERTURA INFORMATIVA DE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN, RESPECTO DE LOS TEMAS QUE COMPETEN A LA SECRETARÍA;
- VII. COORDINAR, CON LAS UNIDADES ADMINISTRATIVAS Y ÓRGANOS DESCENTRALIZADOS DE LA SECRETARÍA, EN EL ÁMBITO DE SU COMPETENCIA, LA PARTICIPACIÓN DE LA DEPENDENCIA EN FERIAS Y EXPOSICIONES;
- VIII. ORGANIZAR CONFERENCIAS DE PRENSA, EXPEDIR BOLETINES Y OTROS MATERIALES INFORMATIVOS Y, EN GENERAL, PROPICIAR UNA PRESENCIA CONSTANTE Y OPORTUNA DE LAS ACCIONES Y PROGRAMAS DE LA SECRETARÍA, ASÍ COMO DE SUS SERVIDORES PÚBLICOS, EN LOS MEDIOS MASIVOS DE COMUNICACIÓN; IX. REALIZAR ESTUDIOS DE OPINIÓN EN MATERIA AMBIENTAL EN LA POBLACIÓN ABIERTA, ASÍ COMO EN AUDIENCIAS ESPECÍFICAS, PARA ORIENTAR LAS ACCIONES DE LA COORDINACIÓN;
- X. ACTUAR COMO VOCERO OFICIAL DE LA SECRETARÍA, DE ACUERDO A LOS LINEAMIENTOS ESTABLECIDOS POR LA SECRETARÍA DE GOBERNACIÓN; XI. MANEJAR E INCREMENTAR EL ACERVO GRÁFICO INSTITUCIONAL;
- XII. DESARROLLAR Y ACTUALIZAR EL BANCO ELECTRÓNICO DE INFORMACIÓN DE ESTA UNIDAD ADMINISTRATIVA;
- XIII. TRAMITAR Y CONTROLAR, EL NÚMERO INTERNACIONAL NORMALIZADO DEL LIBRO, PARA EFECTOS DE CONTROL

 <b>INE</b> Instituto Nacional Electoral	<b>DIRECCIÓN EJECUTIVA DE PRERROGATIVAS Y PARTIDOS POLÍTICOS</b>	
	<b>FORMULARIO PARA LA PRESENTACIÓN DE LA INFORMACIÓN MÍNIMA          NECESARIA PARA LA ATENCIÓN DE LAS CONSULTAS TÉCNICAS RELACIONADAS          CON LAS EXCEPCIONES PREVISTAS PARA LA DIFUSIÓN DE PROPAGANDA          GUBERNAMENTAL</b>	<b>FORM/DEPPP/DAI/001</b>
	Versión 1.0	

INTERNO DE LAS PUBLICACIONES QUE REALIZA LA SECRETARÍA Y PARA LOS EFECTOS DE SU CERTIFICACIÓN INTERNACIONAL ANTE EL INSTITUTO NACIONAL DEL DERECHO DE AUTOR, EN LOS CASOS EN QUE ASÍ SE REQUIERA;

XIV. PLANEAR, ELABORAR, GESTIONAR Y DESARROLLAR EL PROGRAMA ANUAL DE COMUNICACIÓN SOCIAL DE LA SECRETARÍA;

XV. PLANEAR, ELABORAR, GESTIONAR Y DESARROLLAR EL PROGRAMA ANUAL DE PUBLICACIONES EFÍMERAS Y PERMANENTES DE LA SECRETARÍA, EN COORDINACIÓN CON LAS UNIDADES ADMINISTRATIVAS;

XVI. ESTABLECER UN SISTEMA DE COMUNICACIÓN INTERNA EN LA SECRETARÍA, QUE ASEGURE EL FLUJO DE INFORMACIÓN OPORTUNA Y RELEVANTE ENTRE LOS TRABAJADORES DEL SECTOR AMBIENTAL, Y

XVII. LAS DEMÁS QUE LE CONFIERA EL TITULAR DE LA SECRETARÍA, ASÍ COMO LAS QUE LE SEÑALEN LAS DISPOSICIONES JURÍDICAS APLICABLES.

POR LO ANTERIOR, LA PROCURADURÍA FEDERAL DE PROTECCIÓN AL AMBIENTE, A TRAVÉS DE LA COORDINACIÓN GENERAL DE COMUNICACIÓN SOCIAL, TIENEN LAS FACULTADES PARA DIFUNDIR PROGRAMAS GUBERNAMENTALES.

<b>III. DATOS DEL CONTACTO</b>	
<b>NOMBRE COMPLETO</b>	
ISAAC LIRA HERNÁNDEZ	
<b>CARGO</b>	
COORDINADOR DE INFORMACIÓN	
<b>TELÉFONO</b>	<b>CORREO ELECTRÓNICO</b>
54496300 EXT. 16474	ILIRA@PROFEPA.GOB.MX

<b>INFORMACIÓN ADICIONAL</b>
EN ESTOS MOMENTO NO CONTAMOS CON MATERIAL PARA DIFUNDIR, LOS CUALES ESTÁN EN ELABORACIÓN Y PRODUCCIÓN.

	<b>DIRECCIÓN EJECUTIVA DE PRERROGATIVAS Y PARTIDOS POLÍTICOS</b>	
	<b>FORMULARIO PARA LA PRESENTACIÓN DE LA INFORMACIÓN MÍNIMA NECESARIA PARA LA ATENCIÓN DE LAS CONSULTAS TÉCNICAS RELACIONADAS CON LAS EXCEPCIONES PREVISTAS PARA LA DIFUSIÓN DE PROPAGANDA GUBERNAMENTAL</b>	<b>FORM/DEPPP/DAI/001</b>  <b>Versión 1.0</b>

<b>INSTITUCIÓN / ORGANISMO RESPONSABLE DE LA CAMPAÑA DE DIFUSIÓN*</b>	<b>FECHA**</b>
Comisión Nacional Forestal	21 de diciembre de 2016

\* Utilice un formato para cada una de las campañas o programas que requiera consultar.  
 \*\* La solicitud de consulta técnica deberá presentarse al menos 20 días previos al inicio de transmisión de la campaña que se pretenda difundir.

<b>I. DATOS GENERALES DE LA CAMPAÑA DE DIFUSIÓN</b>	
<b>NOMBRE COMPLETO DE LA CAMPAÑA</b>	
Prevención de Incendios Forestales	
<b>FECHA DE INICIO DE LAS TRANSMISIONES</b>	<b>FECHA DE TÉRMINO DE LAS TRANSMISIONES</b>
06 de marzo de 2017	2 de julio de 2017
<b>DESCRIPCIÓN, ALCANCE Y POBLACIÓN OBJETIVO DE LA CAMPAÑA ***</b>	
<p>Dar a conocer a la población en general la importancia de prevenir y reportar oportunamente los incendios forestales, así como proveer del número telefónico para hacerlo.</p> <p>Hombres y Mujeres, urbano y rural, 13 a 18, 19 a 24, 25 a 34, 35 a 44, 45 a 64 años, NSE: AB, C+, C, D+, D, E</p>	
<div style="display: flex; justify-content: space-between;"> <div style="width: 30%;"> <p>Los bosques se pueden dañar por un incendio.</p>  <p><b>#PrevenirEsLaClave</b></p> <p>No te arriesgues a combatir un incendio forestal si no estás capacitado.</p> </div> <div style="width: 30%;"> <p>Quando hagas quemas, vigila bien el fuego.</p>  <p><b>Acciones responsables para una quema controlada</b></p> </div> <div style="width: 30%;"> <p>Si vas a usar fuego en tu terreno debes saber que:</p> <p>El uso del fuego en terrenos forestales y de uso agropecuario está regulado por la Norma Oficial Mexicana 015-S/2014/ANEXO 1, con el objeto de prevenir los incendios forestales. Esta Norma es de aplicación en todo el país y establece que las personas que pretenden hacer uso del fuego en los terrenos mencionados, con excepción de fogatas, deberán dar aviso a la autoridad municipal, a la autoridad agraria correspondiente y a las vecindades del terreno donde se va hacer uso del fuego.</p> <p>Los de fuego en terrenos agropecuarios</p> <p>Las personas interesadas en hacer uso del fuego en terrenos que se otorgan a cultivos agrícolas, pecuarias o ganaderos que estén en terrenos forestales, deberán aplicar el método de quema controlada y preventiva, idéntico al:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Realizar la preparación del terreno (cortados, brechas, carga, etc.)</li> <li>Verificar que no se estén quemando en terrenos vecinos a linderos forestales, en un radio no menor de 10 kilómetros.</li> </ul> </div> </div>	



DIRECCIÓN EJECUTIVA DE PRERROGATIVAS Y PARTIDOS POLÍTICOS

FORMULARIO PARA LA PRESENTACIÓN DE LA INFORMACIÓN MÍNIMA  
NECESARIA PARA LA ATENCIÓN DE LAS CONSULTAS TÉCNICAS RELACIONADAS  
CON LAS EXCEPCIONES PREVISTAS PARA LA DIFUSIÓN DE PROPAGANDA  
GUBERNAMENTAL

FORM/DEPPP/DAI/001

Versión 1.0



No esperes.  
Reporta #IncendiosForestales

01 800 4623 6346  
(INCENDIO)

[www.gob.mx/incendiosforestales](http://www.gob.mx/incendiosforestales)

Comisión Nacional Forestal

@CONAFOR

conaforgob

01 800 737 0000





DIRECCIÓN EJECUTIVA DE PRERROGATIVAS Y PARTIDOS POLÍTICOS

FORMULARIO PARA LA PRESENTACIÓN DE LA INFORMACIÓN MÍNIMA NECESARIA PARA LA ATENCIÓN DE LAS CONSULTAS TÉCNICAS RELACIONADAS CON LAS EXCEPCIONES PREVISTAS PARA LA DIFUSIÓN DE PROPAGANDA GUBERNAMENTAL

FORM/DEPPP/DAI/001

Versión 1.0

OBJETIVO DEL PROGRAMA GUBERNAMENTAL QUE SE DIFUNDIRÁ

Reportar y prevenir los incendios forestales para conservar el ecosistema.

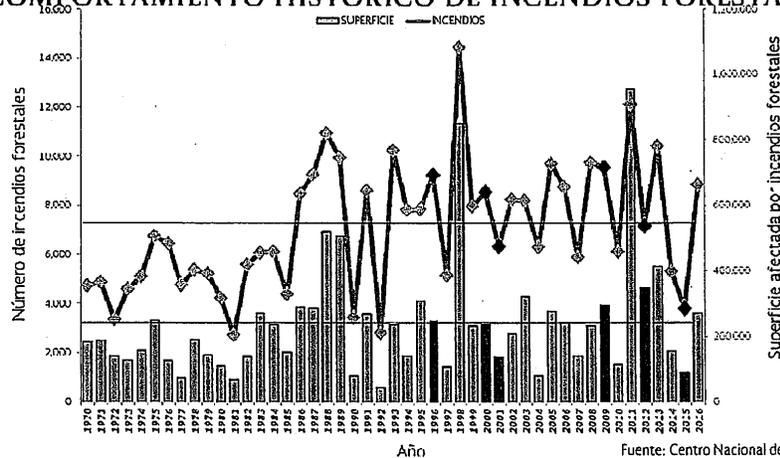
\*\*\* Adjunte los promocionales, propaganda o materiales que pretenda difundir.

II. ELEMENTOS JUSTIFICATORIOS DE LA EXCEPCIÓN A LA CAMPAÑA

SUPUESTO DE EXCEPCIÓN APLICABLE (Marque con una "X")		INDIQUE LAS RAZONES QUE MOTIVAN LA EXCEPCIÓN EN ESTE CASO
Educación	( )	Es fundamental que la sociedad conozca donde reportar un incendio forestal, para que lo haga de forma inmediata y poder acudir al mismo con mayor prontitud y proteger los ecosistemas.
Salud	( )	
Protección civil	(X)	

INDIQUE LOS ARGUMENTOS PARA DIFUNDIR ESTA CAMPAÑA DURANTE EL PROCESO ELECTORAL

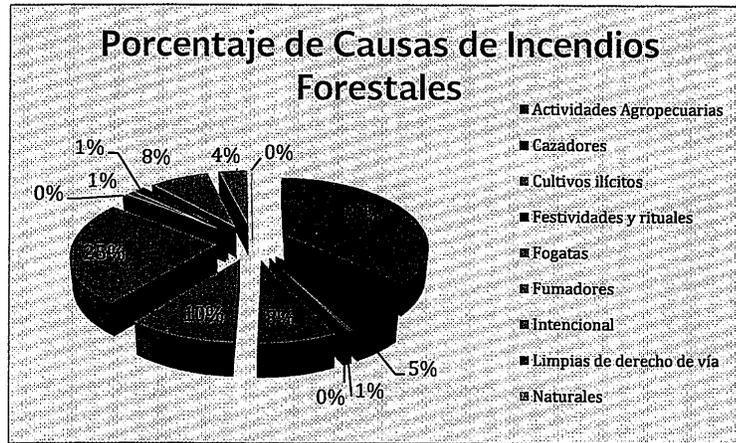
AÑOS ANÁLOGOS EN COMPORTAMIENTO CLIMÁTICO EN COMPARACIÓN CON COMPORTAMIENTO HISTÓRICO DE INCENDIOS FORESTALES



Fuente: Centro Nacional de Control de Incendios Forestales

Es necesario considerar que el comportamiento del fuego en los incendios forestales es resultado de la interacción entre el material combustible presente en el bosque y las condiciones del tiempo atmosférico, siendo esta última un factor que ha determinado en gran medida la incidencia de incendios en los ecosistemas forestales.

Aunado a esto y en la mayoría de los casos (98%), los incendios forestales tienen su origen en descuidos y negligencias de la población en el uso del fuego en terrenos forestales, un menor porcentaje pueden darse por causas naturales (rayos, erupciones volcánicas, etc.).



Durante septiembre a noviembre del 2016 el índice de vegetación de diferencia normalizada (NDVI), comienza a mostrar anomalías de moderada a muy alta en las regiones noroeste, noreste y sureste. Las condiciones de verdor y vigor de la vegetación en estas regiones se encuentran por debajo del comportamiento histórico en los últimos nueve años.

Los años con un posible comportamiento análogo en el histórico de incendios en los últimos 46 años a considerar han sido 1996, 2000, 2001, 2009, 2012 y 2015. El promedio histórico del número de incendios forestales y superficie afectada del período 1970 a 2015 es respectivamente de 7,064 y 240,484 hectáreas.

La probabilidad del final del fenómeno del niño a corto plazo y el inicio de la niña (55%) durante los primeros meses de 2017, provocaría que las temperaturas del aire de la estación invernal, se tornaran más calientes de lo normal en la mayoría del país.

El número de frentes fríos esperados y observados se encuentra por debajo de la media histórica, por lo que la entrada de humedad por estos sistemas disminuiría. Lo anterior traería como consecuencia el constante flujo de aire seco durante el último mes de 2016 y los primeros tres meses (enero, febrero, marzo) del 2017.

Las condiciones de sequía en el noroeste, Península de Yucatán y Pacífico Sur, son de interés en materia de incendios forestales. Las anomalías de la vegetación comienzan a manifestar coincidencias con las condiciones de sequía que se presente en el país de acuerdo a las regiones señaladas.

De acuerdo a predicciones climáticas, la condición de la vegetación forestal, la frecuencia histórica de incendios forestales y a los dos escenarios climáticos principalmente ligados a las condiciones de "advertencia" de la presencia del fenómeno del niño y de la niña débil a partir de diciembre de 2016, o de las condiciones neutras para el fenómeno del niño y de la niña, para la temporada de 2017 en materia de incendios forestales, se presentan dos escenarios.

Escenario 1: Temporada de incendios forestales con presencia del fenómeno de la niña (55%): incendios previos a la temporada de estiaje derivado de la ausencia de humedad en el primer trimestres del 2017 y las anomalías de la vegetación que predisponen a los combustibles forestales a incendios forestales.

Escenario 2: Temporada de incendios forestales con ENOS neutral: mayor predisposición de los combustibles forestales a presentarse durante la temporada de estiaje del país (marzo, abril, mayo) derivado del comportamiento neutral del ENOS.

Gracias a las acciones de prevención, particularmente a las físicas y culturales, la pasada temporada de incendios



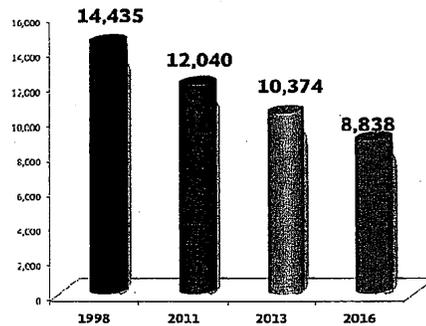
**DIRECCIÓN EJECUTIVA DE PRERROGATIVAS Y PARTIDOS POLÍTICOS**

**FORMULARIO PARA LA PRESENTACIÓN DE LA INFORMACIÓN MÍNIMA  
NECESARIA PARA LA ATENCIÓN DE LAS CONSULTAS TÉCNICAS RELACIONADAS  
CON LAS EXCEPCIONES PREVISTAS PARA LA DIFUSIÓN DE PROPAGANDA  
GUBERNAMENTAL**

**FORM/DEPPP/DAI/001**

**Versión 1.0**

forestales 2016, se mantuvo por debajo de la expectativa pronosticada, lo anterior de conformidad a los pronósticos realizados bajo los criterios meteorológicos reportados por Centro de Predicciones de la Administración Oceánica y Atmosférica de Estados Unidos (NOAA, por sus siglas en inglés), quienes alertaban de la presencia del fenómeno natural "El Niño", que por sus características auguraba una temporada de estiaje de alto riesgo, semejante a las peores temporadas en materia de incendios forestales (1998,2011,2013).



En este sentido, la participación de la sociedad es considerada como un punto fundamental en la prevención de los incendios forestales, por ello la divulgación de información referente a la prevención de incendios forestales en sus diferentes tópicos (prevención cultural, física y legal) orientada a modificar la conducta de la población, haciéndole ver que los incendios forestales pueden ser dañinos cuando se producen en áreas o ecosistemas sensibles al fuego o cuando son de grandes magnitudes, es considerada como indispensable.

**INDIQUE LOS FUNDAMENTOS DE LAS FACULTADES DEL ÓRGANO PARA DIFUNDIR PROGRAMAS GUBERNAMENTALES**

Estatuto Orgánico de la Comisión Nacional Forestal

**Artículo 20.**

**"Fracción II.** Difundir periódicamente los programas y actividades en general que realice la CONAFOR a los medios de comunicación, a las instituciones involucradas con el sector forestal y a la sociedad en general."

**"Fracción XIII.** Llevar a cabo campañas publicitarias que permitan difundir los objetivos de la CONAFOR, así como contribuir a la creación de una nueva cultura forestal en nuestro país;"

**III. DATOS DEL CONTACTO**

**NOMBRE COMPLETO**

Hugo Arturo Espinosa Pedraza

**CARGO**

Titular de la Unidad de Comunicación Social de la Comisión Nacional Forestal

**TELÉFONO**

**CORREO ELECTRÓNICO**

	<b>DIRECCIÓN EJECUTIVA DE PRERROGATIVAS Y PARTIDOS POLÍTICOS</b>	
	<b>FORMULARIO PARA LA PRESENTACIÓN DE LA INFORMACIÓN MÍNIMA NECESARIA PARA LA ATENCIÓN DE LAS CONSULTAS TÉCNICAS RELACIONADAS CON LAS EXCEPCIONES PREVISTAS PARA LA DIFUSIÓN DE PROPAGANDA GUBERNAMENTAL</b>	<b>FORM/DEPPP/DAI/001</b>
	Versión 1.0	

01 333 777 7000 ext. 1500	hugo.espinosa@conafor.gob.mx
---------------------------	------------------------------

<b>INFORMACIÓN ADICIONAL</b>
(Agregue toda aquella información adicional que considere necesaria para sustentar su solicitud de consulta técnica)

	<b>DIRECCIÓN EJECUTIVA DE PRERROGATIVAS Y PARTIDOS POLÍTICOS</b>	
	<b>FORMULARIO PARA LA PRESENTACIÓN DE LA INFORMACIÓN MÍNIMA NECESARIA PARA LA ATENCIÓN DE LAS CONSULTAS TÉCNICAS RELACIONADAS CON LAS EXCEPCIONES PREVISTAS PARA LA DIFUSIÓN DE PROPAGANDA GUBERNAMENTAL</b>	
	<b>FORM/DEPPP/DAI/001</b>	<b>Versión 1.0</b>

<b>INSTITUCIÓN / ORGANISMO RESPONSABLE DE LA CAMPAÑA DE DIFUSIÓN*</b>	<b>FECHA**</b>
Comisión Nacional Forestal	21 de diciembre de 2016

\* Utilice un formato para cada una de las campañas o programas que requiera consultar.  
 \*\* La solicitud de consulta técnica deberá presentarse al menos 20 días previos al inicio de transmisión de la campaña que se pretenda difundir.

<b>I. DATOS GENERALES DE LA CAMPAÑA DE DIFUSIÓN</b>	
<b>NOMBRE COMPLETO DE LA CAMPAÑA</b>	
Prevención de Incendios Forestales	
<b>FECHA DE INICIO DE LAS TRANSMISIONES</b>	<b>FECHA DE TÉRMINO DE LAS TRANSMISIONES</b>
06 de marzo de 2017	2 de julio de 2017
<b>DESCRIPCIÓN, ALCANCE Y POBLACIÓN OBJETIVO DE LA CAMPAÑA ***</b>	
<p>Dar a conocer a la población en general la importancia de prevenir y reportar oportunamente los incendios forestales, así como proveer del número telefónico para hacerlo.</p> <p>Hombres y Mujeres, urbano y rural, 13 a 18, 19 a 24, 25 a 34, 35 a 44, 45 a 64 años, NSE: AB, C+, C, D+, D, E</p>	
<div style="display: flex; justify-content: space-between;"> <div style="width: 30%;"> <p>Los bosques se pueden dañar por un incendio.</p>  <p><b>#PrevenirEsLaClave</b></p> <p>No se arriesgues a combatir un incendio forestal si no estás capacitado.</p> </div> <div style="width: 30%;"> <p>Quando hagas quemas, vigila bien el fuego.</p>  <p><b>Acciones responsables para una quema controlada</b></p> </div> <div style="width: 30%;"> <p>No esperes. Reporta #IncendiosForestales <b>01 800 4623 6346 (INCENDIO)</b></p> <p>www.gub.uy/incendiosforestales 01 800 737 0000</p> </div> </div>	
<p><b>Fogatas:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Si surge la necesidad de hacer fogatas en terrenos forestales, la autorización deberá tenerse al momento de iniciarse en un área de al menos 2 metros de la zona como zona de prevención y extinción, y no se debe iniciar en el momento de lluvia o cuando haya viento fuerte, o cuando haya riesgo de que se propague a zonas adyacentes.</li> </ul> <p><b>Cacería:</b></p> <p>Quemar paja en cualquier lugar y época del año es un uso del fuego con fines cívicos o para prevenir la dispersión y acción de plagas, siempre que se realice en las condiciones de riesgo, en el momento de cacería o muerte.</p> <p><b>Resacas:</b></p> <p>Se prohíbe el uso del fuego para quemar basura, residuos y desperdicios dentro de terrenos forestales o en áreas adyacentes.</p>	
<p><b>Uso de fuego en terrenos forestales:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Antes de los días de terreno vegetal o antes de los días de arborización.</li> <li>Comenzar con el tipo de fuego que se desea, controlado con herramientas suficientes para mantener el fuego bajo control.</li> <li>Establecer más de un punto y zonas de seguridad para las participaciones.</li> <li>Quemar un área menor a 100 metros de la zona de seguridad.</li> <li>Al finalizar la quema, eliminar los restos de fuego dentro del perímetro y hasta un mínimo de 30 metros desde el área quemada.</li> <li>Realizar vigilancia para evitar que el fuego se reanude.</li> </ul> <p><b>Uso de fuego en terrenos forestales:</b></p> <p>Si requiere hacer uso del fuego en estos terrenos, el propietario o encargado del área deberá poner en contacto con las autoridades para solicitar y contar con el apoyo de personal preparado y acreditado por la Comisión Nacional Forestal. Este personal especializado deberá llevar el formato del método de quemar y ejecutar la quema preventiva, cuando se trate de la prevención de incendios forestales, manejo de recursos forestales, fines sanitarios y otros (vergas, etc.).</p>	
<p><b>Si vas a usar fuego en tu terreno debes saber que:</b></p> <p>El uso del fuego en terrenos forestales y de uso agropecuario está regulado por la Norma Oficial Mexicana 015-S04/RRAT/SAGARPA, con el objeto de prevenir los incendios forestales. Esta Norma es obligatoria en todo el país y establece que las personas que pretenden hacer uso del fuego en los terrenos mencionados, con excepción de fogatas, deberán dar aviso a la autoridad municipal, a la autoridad agropecuaria correspondiente y a las vecinos del terreno donde se va hacer uso del fuego.</p> <p><b>Uso de fuego en terrenos agropecuarios:</b></p> <p>Las personas interesadas en hacer uso del fuego en terrenos que se destinan a cultivos agrícolas, producción de ganado o que están dentro de terrenos forestales, deberán notificar al método de quema autorizada a través de:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Realizar la preparación del terreno (quemas, vergas, etc.).</li> <li>Verificar que no se realicen quemas en terrenos vecinos a localidades forestales en un radio no menor de 10 kilómetros.</li> </ul>	



DIRECCIÓN EJECUTIVA DE PRERROGATIVAS Y PARTIDOS POLÍTICOS

FORMULARIO PARA LA PRESENTACIÓN DE LA INFORMACIÓN MÍNIMA  
NECESARIA PARA LA ATENCIÓN DE LAS CONSULTAS TÉCNICAS RELACIONADAS  
CON LAS EXCEPCIONES PREVISTAS PARA LA DIFUSIÓN DE PROPAGANDA  
GUBERNAMENTAL

FORM/DEPPP/DAI/001

Versión 1.0



No esperes.  
Reporta #IncendiosForestales

01 800 4623 6346  
(INCENDIO)

[www.gob.mx/incendiosforestales](http://www.gob.mx/incendiosforestales)

Comisión Nacional Forestal | @CONAFOR | conaforgob 01 800 737 0000



No esperes.  
Reporta #IncendiosForestales

01 800 4623 6346  
(INCENDIO)

[www.gob.mx/incendiosforestales](http://www.gob.mx/incendiosforestales) 01 800 737 0000



#PrevenirEsLaClave

01 800 4623 6346  
(INCENDIO)

[www.gob.mx/incendiosforestales](http://www.gob.mx/incendiosforestales) 01 800 737 0000  
Comisión Nacional Forestal | @CONAFOR | conaforgob



DIRECCIÓN EJECUTIVA DE PRERROGATIVAS Y PARTIDOS POLÍTICOS

FORMULARIO PARA LA PRESENTACIÓN DE LA INFORMACIÓN MÍNIMA NECESARIA PARA LA ATENCIÓN DE LAS CONSULTAS TÉCNICAS RELACIONADAS CON LAS EXCEPCIONES PREVISTAS PARA LA DIFUSIÓN DE PROPAGANDA GUBERNAMENTAL

FORM/DEPPP/DAI/001

Versión 1.0

OBJETIVO DEL PROGRAMA GUBERNAMENTAL QUE SE DIFUNDIRÁ

Reportar y prevenir los incendios forestales para conservar el ecosistema.

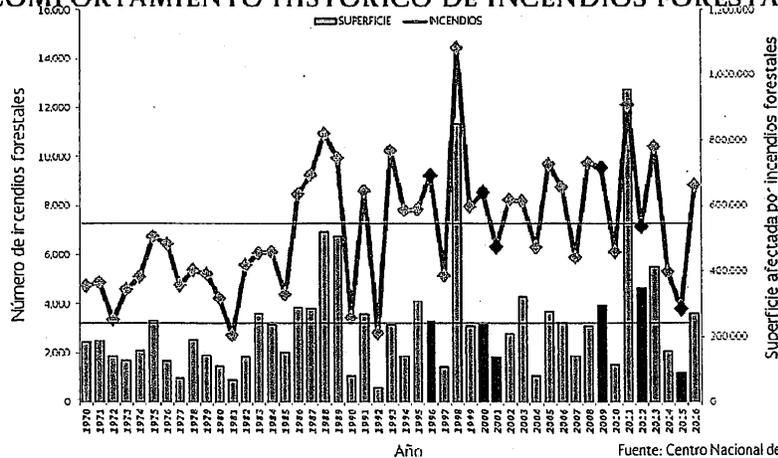
\*\*\* Adjunte los promocionales, propaganda o materiales que pretenda difundir.

II. ELEMENTOS JUSTIFICATORIOS DE LA EXCEPCIÓN A LA CAMPAÑA

SUPUESTO DE EXCEPCIÓN APLICABLE (Marque con una "X")	INDIQUE LAS RAZONES QUE MOTIVAN LA EXCEPCIÓN EN ESTE CASO
Educación ( )	Es fundamental que la sociedad conozca donde reportar un incendio forestal, para que lo haga de forma inmediata y poder acudir al mismo con mayor prontitud y proteger los ecosistemas.
Salud ( )	
Protección civil (X)	

INDIQUE LOS ARGUMENTOS PARA DIFUNDIR ESTA CAMPAÑA DURANTE EL PROCESO ELECTORAL

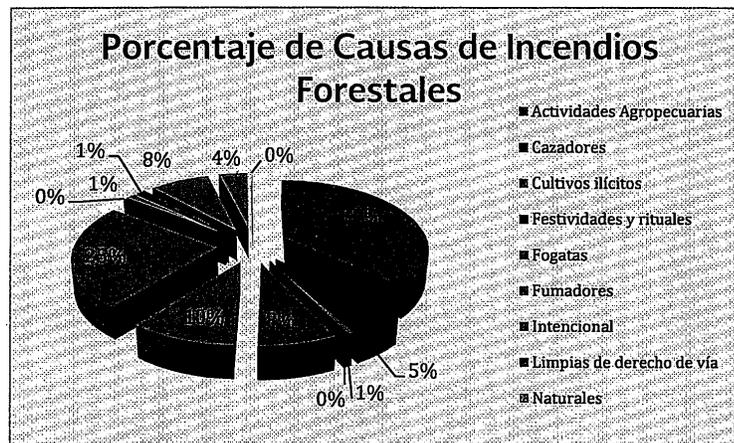
AÑOS ANÁLOGOS EN COMPORTAMIENTO CLIMÁTICO EN COMPARACIÓN CON COMPORTAMIENTO HISTÓRICO DE INCENDIOS FORESTALES



Fuente: Centro Nacional de Control de Incendios Forestales

Es necesario considerar que el comportamiento del fuego en los incendios forestales es resultado de la interacción entre el material combustible presente en el bosque y las condiciones del tiempo atmosférico, siendo esta última un factor que ha determinado en gran medida la incidencia de incendios en los ecosistemas forestales.

Aunado a esto y en la mayoría de los casos (98%), los incendios forestales tienen su origen en descuidos y negligencias de la población en el uso del fuego en terrenos forestales, un menor porcentaje pueden darse por causas naturales (rayos, erupciones volcánicas, etc.).



Durante septiembre a noviembre del 2016 el índice de vegetación de diferencia normalizada (NDVI), comienza a mostrar anomalías de moderada a muy alta en las regiones noroeste, noreste y sureste. Las condiciones de verdor y vigor de la vegetación en estas regiones se encuentran por debajo del comportamiento histórico en los últimos nueve años.

Los años con un posible comportamiento análogo en el histórico de incendios en los últimos 46 años a considerar han sido 1996, 2000, 2001, 2009, 2012 y 2015. El promedio histórico del número de incendios forestales y superficie afectada del período 1970 a 2015 es respectivamente de 7,064 y 240,484 hectáreas.

La probabilidad del final del fenómeno del niño a corto plazo y el inicio de la niña (55%) durante los primeros meses de 2017, provocaría que las temperaturas del aire de la estación invernal, se tornaran más calientes de lo normal en la mayoría del país.

El número de frentes fríos esperados y observados se encuentra por debajo de la media histórica, por lo que la entrada de humedad por estos sistemas disminuiría. Lo anterior traería como consecuencia el constante flujo de aire seco durante el último mes de 2016 y los primeros tres meses (enero, febrero, marzo) del 2017.

Las condiciones de sequía en el noroeste, Península de Yucatán y Pacífico Sur, son de interés en materia de incendios forestales. Las anomalías de la vegetación comienzan a manifestar coincidencias con las condiciones de sequía que se presente en el país de acuerdo a las regiones señaladas.

De acuerdo a predicciones climáticas, la condición de la vegetación forestal, la frecuencia histórica de incendios forestales y a los dos escenarios climáticos principalmente ligados a las condiciones de "advertencia" de la presencia del fenómeno del niño y de la niña débil a partir de diciembre de 2016, o de las condiciones neutras para el fenómeno del niño y de la niña, para la temporada de 2017 en materia de incendios forestales, se presentan dos escenarios.

Escenario 1: Temporada de incendios forestales con presencia del fenómeno de la niña (55%): incendios previos a la temporada de estiaje derivado de la ausencia de humedad en el primer trimestres del 2017 y las anomalías de la vegetación que predisponen a los combustibles forestales a incendios forestales.

Escenario 2: Temporada de incendios forestales con ENOS neutral: mayor predisposición de los combustibles forestales a presentarse durante la temporada de estiaje del país (marzo, abril, mayo) derivado del comportamiento neutral del ENOS.

Gracias a las acciones de prevención, particularmente a las físicas y culturales, la pasada temporada de incendios



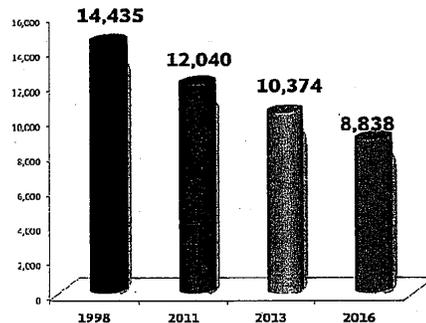
**DIRECCIÓN EJECUTIVA DE PRERROGATIVAS Y PARTIDOS POLÍTICOS**

**FORMULARIO PARA LA PRESENTACIÓN DE LA INFORMACIÓN MÍNIMA  
NECESARIA PARA LA ATENCIÓN DE LAS CONSULTAS TÉCNICAS RELACIONADAS  
CON LAS EXCEPCIONES PREVISTAS PARA LA DIFUSIÓN DE PROPAGANDA  
GUBERNAMENTAL**

**FORM/DEPPP/DAI/001**

**Versión 1.0**

forestales 2016, se mantuvo por debajo de la expectativa pronosticada, lo anterior de conformidad a los pronósticos realizados bajo los criterios meteorológicos reportados por Centro de Predicciones de la Administración Oceánica y Atmosférica de Estados Unidos (NOAA, por sus siglas en inglés), quienes alertaban de la presencia del fenómeno natural "El Niño", que por sus características auguraba una temporada de estiaje de alto riesgo, semejante a las peores temporadas en materia de incendios forestales (1998,2011,2013).



En este sentido, la participación de la sociedad es considerada como un punto fundamental en la prevención de los incendios forestales, por ello la divulgación de información referente a la prevención de incendios forestales en sus diferentes tópicos (prevención cultural, física y legal) orientada a modificar la conducta de la población, haciéndole ver que los incendios forestales pueden ser dañinos cuando se producen en áreas o ecosistemas sensibles al fuego o cuando son de grandes magnitudes, es considerada como indispensable.

**INDIQUE LOS FUNDAMENTOS DE LAS FACULTADES DEL ÓRGANO PARA DIFUNDIR PROGRAMAS GUBERNAMENTALES**

Estatuto Orgánico de la Comisión Nacional Forestal

**Artículo 20.**

"Fracción II. Difundir periódicamente los programas y actividades en general que realice la CONAFOR a los medios de comunicación, a las instituciones involucradas con el sector forestal y a la sociedad en general."

"Fracción XIII. Llevar a cabo campañas publicitarias que permitan difundir los objetivos de la CONAFOR, así como contribuir a la creación de una nueva cultura forestal en nuestro país;"

**III. DATOS DEL CONTACTO**

**NOMBRE COMPLETO**

Hugo Arturo Espinosa Pedraza

**CARGO**

Titular de la Unidad de Comunicación Social de la Comisión Nacional Forestal

**TELÉFONO**

**CORREO ELECTRÓNICO**

 <b>INE</b> Instituto Nacional Electoral	<b>DIRECCIÓN EJECUTIVA DE PRERROGATIVAS Y PARTIDOS POLÍTICOS</b>	
	<b>FORMULARIO PARA LA PRESENTACIÓN DE LA INFORMACIÓN MÍNIMA          NECESARIA PARA LA ATENCIÓN DE LAS CONSULTAS TÉCNICAS RELACIONADAS          CON LAS EXCEPCIONES PREVISTAS PARA LA DIFUSIÓN DE PROPAGANDA          GUBERNAMENTAL</b>	<b>FORM/DEPPP/DAI/001</b>
	Versión 1.0	

01 333 777 7000 ext. 1500	hugo.espinosa@conafor.gob.mx
---------------------------	------------------------------

<b>INFORMACIÓN ADICIONAL</b>
(Agregue toda aquella información adicional que considere necesaria para sustentar su solicitud de consulta técnica)

 <b>INE</b> Instituto Nacional Electoral	<b>DIRECCIÓN EJECUTIVA DE PRERROGATIVAS Y PARTIDOS POLÍTICOS</b>	
	<b>FORMULARIO PARA LA PRESENTACIÓN DE LA INFORMACIÓN MÍNIMA          NECESARIA PARA LA ATENCIÓN DE LAS CONSULTAS TÉCNICAS RELACIONADAS          CON LAS EXCEPCIONES PREVISTAS PARA LA DIFUSIÓN DE PROPAGANDA          GUBERNAMENTAL</b>	<b>FORM/DEPPP/DAI/001</b>
	<b>Versión 1.0</b>	

INSTITUCIÓN / ORGANISMO RESPONSABLE DE LA CAMPAÑA DE DIFUSIÓN*	FECHA**
Secretaría de Energía	

\* Utilice un formato para cada una de las campañas o programas que requiera consultar.

\*\* La solicitud de consulta técnica deberá presentarse al menos 20 días previos al inicio de transmisión de la campaña que se pretenda difundir.

I. DATOS GENERALES DE LA CAMPAÑA DE DIFUSIÓN	
NOMBRE COMPLETO DE LA CAMPAÑA	
Horario de Verano. Versiones: <ul style="list-style-type: none"> <li>• Inicio Fronterizo</li> <li>• Inicio Resto de la República;</li> <li>• Término Resto de la República y</li> <li>• Término Fronterizo</li> </ul>	
FECHA DE INICIO DE LAS TRANSMISIONES	FECHA DE TÉRMINO DE LAS TRANSMISIONES
6 de marzo 27 de marzo 23 de octubre 30 de octubre	12 de marzo 2 de abril 29 de octubre 5 de noviembre
DESCRIPCIÓN, ALCANCE Y POBLACIÓN OBJETIVO DE LA CAMPAÑA ***	
Hombre y Mujeres de 13 años de edad en adelante. Población: Urbana y Rural NSE: AB, C+, C, D+, D, E	
OBJETIVO DEL PROGRAMA GUBERNAMENTAL QUE SE DIFUNDIRÁ	
Fortalecer las atribuciones del Estado en cuanto a la administración óptima del recurso natural mediante el ahorro de energía eléctrica.	

\*\*\* Adjunte los promocionales, propaganda o materiales que pretenda difundir.

II. ELEMENTOS JUSTIFICATORIOS DE LA EXCEPCIÓN A LA CAMPAÑA		
SUPUESTO DE EXCEPCIÓN APLICABLE (Marque con una "X")	INDIQUE LAS RAZONES QUE MOTIVAN LA EXCEPCIÓN EN ESTE CASO	
Educación	(X)	Que la población esté informada en tiempo y forma, en los días en que deberán cambiar la hora a sus relojes.
Salud	( )	
Protección civil	( )	
INDIQUE LOS ARGUMENTOS PARA DIFUNDIR ESTA CAMPAÑA DURANTE EL PROCESO ELECTORAL		

	<b>DIRECCIÓN EJECUTIVA DE PRERROGATIVAS Y PARTIDOS POLÍTICOS</b>	
	<b>FORMULARIO PARA LA PRESENTACIÓN DE LA INFORMACIÓN MÍNIMA NECESARIA PARA LA ATENCIÓN DE LAS CONSULTAS TÉCNICAS RELACIONADAS CON LAS EXCEPCIONES PREVISTAS PARA LA DIFUSIÓN DE PROPAGANDA GUBERNAMENTAL</b>	<b>FORM/DEPPP/DAI/001</b>
		<b>Versión 1.0</b>

El Horario de Verano es una medida que consiste en adelantar el reloj una hora durante la parte del año en la que se presenta la mayor insolación. Establecida por Decreto Presidencial desde 1996, su objetivo consiste en hacer un mejor uso de la luz natural, buscando reducir el consumo de energía eléctrica, equivalente a una hora de luz artificial por las noches.

Al horario adoptado entre el primer domingo de abril y el último domingo de octubre se le llama Horario de Verano, mientras que el horario para el resto del año se le llama de Invierno. El ajuste de una hora que se realiza en los relojes para pasar de un horario al otro ocurre exactamente las 02:00 horas del domingo en cuestión. El cambio se realiza en esta hora para minimizar los posibles efectos adversos para la sociedad en general por efecto del ajuste de los relojes.

De acuerdo al DECRETO por el que se establece el Horario Estacional que se aplicará en los Estados Unidos Mexicanos, el inicio del Horario de Verano (Resto de la República) se da a partir de las dos horas del primer domingo de abril, terminando a las dos horas del último domingo de octubre de cada año.

En el 2017 el Horario de Verano iniciará el domingo 2 de abril y concluirá el domingo 29 de octubre.

Ahora bien, en lo que respecta a esta medida un conjunto de municipios modifican su horario a partir de su ubicación, la cual está determinada con la franja fronteriza del país. La aplicación de este horario estacional surte efecto desde las dos horas del segundo domingo de marzo y concluye a las dos horas del primer domingo de noviembre. La aplicación de este cambio de horario se realiza en los siguientes 33 municipios: Tijuana, Mexicali, Ensenada, Playa Rosarito y Tecate, en Baja California. Juárez, Ojinaga, Ascención, Coyame del Sotol, Guadalupe, Janos, Manuel Benavides y Praxedis G. Guerrero, en Chihuahua. Acuña, Piedras Negras, Guerrero, Hidalgo, Jiiménez, Zaragoza, Nava y Ocampo, en Coahuila. Anáhuac y Los Aldama, en Nuevo León. Nuevo Laredo, Reynosa, Matamoros, Camargo, Guerrero, Gustavo Díaz Ordaz, Mier, Miguel Alemán, Río Bravo y Valle Hermoso, en Tamaulipas.

En este año, el Horario de Verano Fronterizo iniciará el domingo 12 de marzo y concluirá el domingo 5 de noviembre.

Derivado de lo anterior y siendo siempre respetuosos del calendario y veda electoral, se requiere de la autorización para poder difundir la campaña mencionada, la cual es exclusivamente informativa, en la que no se manifestará logro de cualquier tipo por parte del Gobierno de la República.

**INDIQUE LOS FUNDAMENTOS DE LAS FACULTADES DEL ÓRGANO PARA DIFUNDIR PROGRAMAS GUBERNAMENTALES**

Reglamento Interior de la Secretaría De Energía, Artículo 35

<b>III. DATOS DEL CONTACTO</b>
<b>NOMBRE COMPLETO</b>
Víctor Manuel Avilés Castro

 <b>INE</b> Instituto Nacional Electoral	<b>DIRECCIÓN EJECUTIVA DE PREROGATIVAS Y PARTIDOS POLÍTICOS</b>	
	<b>FORMULARIO PARA LA PRESENTACIÓN DE LA INFORMACIÓN MÍNIMA          NECESARIA PARA LA ATENCIÓN DE LAS CONSULTAS TÉCNICAS RELACIONADAS          CON LAS EXCEPCIONES PREVISTAS PARA LA DIFUSIÓN DE PROPAGANDA          GUBERNAMENTAL</b>	FORM/DEPPP/DAI/001
	Versión 1.0	

CARGO	
Director General de Comunicación Social	
TELÉFONO	CORREO ELECTRÓNICO
5000 6000 ext. 1046	vmaviles@energia.gob.mx

INFORMACIÓN ADICIONAL
(Agregue toda aquella información adicional que considere necesaria para sustentar su solicitud de consulta técnica)

	<b>DIRECCIÓN EJECUTIVA DE PRERROGATIVAS Y PARTIDOS POLÍTICOS</b>	
	FORMULARIO PARA LA PRESENTACIÓN DE LA INFORMACIÓN MÍNIMA NECESARIA PARA LA ATENCIÓN DE LAS CONSULTAS TÉCNICAS RELACIONADAS CON LAS EXCEPCIONES PREVISTAS PARA LA DIFUSIÓN DE PROPAGANDA GUBERNAMENTAL	FORM/DEPPP/DAI/001
	Versión 1.0	

<b>INSTITUCIÓN / ORGANISMO RESPONSABLE DE LA CAMPAÑA DE DIFUSIÓN*</b>	<b>FECHA**</b>
UNIVERSIDAD PEDAGÓGICA NACIONAL	9/12/2016

\* Utilice un formato para cada una de las campañas o programas que requiera consultar.

\*\* La solicitud de consulta técnica deberá presentarse al menos 20 días previos al inicio de transmisión de la campaña que se pretenda difundir.

<b>I. DATOS GENERALES DE LA CAMPAÑA DE DIFUSIÓN</b>	
<b>NOMBRE COMPLETO DE LA CAMPAÑA</b>	
NO CONTAMOS CON PRESUPUESTO PARA CAMPAÑAS LA SOLICITUD ES PARA INSERCIONES EN DIARIOS Y REVISTAS SON CON CARGO A LA PARTIDA 33605	
<b>FECHA DE INICIO DE LAS INSERCIONES</b>	<b>FECHA DE TÉRMINO DE LAS INSERCIONES</b>
17 DE JUNIO	19 DE JUNIO
<b>DESCRIPCIÓN, ALCANCE Y POBLACIÓN OBJETIVO DE LA CAMPAÑA***</b>	
DIFUNDIR LA CONVOCATORIA DE LA LICENCIATURA EN ESEÑANZA DEL FRANCÉS DIRIGIDA A MUJERES Y HOMBRES ENTRE 18 Y 45 AÑOS, NSE: AB, C, C+, D Y D+	
<b>OBJETIVO DEL PROGRAMA GUBERNAMENTAL QUE SE DIFUNDIRÁ</b>	
DAR INFORMACIÓN SOBRE EL PROGRAMA DIRIGIDO A DOCENTES DE LA LENGUA FRANCESA Y ESTUDIANTES DE LA LENGUA FRACESA INTERESADOS EN LA DCOENCIA, SOBRE LOS REQUISITOS Y CALENDARIO DE ACTIVIDADES PARA LOS ASPIRANTES A INGRESAR A LA LICENCIATURA.	

\*\*\* Adjunte los promocionales, propaganda o materiales que pretenda difundir.

<b>II. ELEMENTOS JUSTIFICATORIOS DE LA EXCEPCIÓN A LA CAMPAÑA</b>	
<b>SUPUESTO DE EXCEPCIÓN APLICABLE</b> (Marque con una "X")	<b>INDIQUE LAS RAZONES QUE MOTIVAN LA EXCEPCIÓN EN ESTE CASO</b>
Educación <input checked="" type="checkbox"/>	DAR INFORMACIÓN SOBRE LA PUBLICACIÓN DE LA CONVOCATORIA A LOS INTERESADOS EN CURSAR LA LICENCIATURA EN ENSEÑANZA DEL FRANCÉS
Salud <input type="checkbox"/>	
Protección civil <input type="checkbox"/>	
<b>INDIQUE LOS ARGUMENTOS PARA DIFUNDIR ESTA CAMPAÑA DURANTE EL PROCESO ELECTORAL</b>	
LA CONVOCATORIA DESCRIBE UN SERVICIO EDUCATIVO Y SU CALENDARIO DE ATENCIÓN DE ASPIRANTES	

	<b>DIRECCIÓN EJECUTIVA DE PRERROGATIVAS Y PARTIDOS POLÍTICOS</b>	
	<b>FORMULARIO PARA LA PRESENTACIÓN DE LA INFORMACIÓN MÍNIMA NECESARIA PARA LA ATENCIÓN DE LAS CONSULTAS TÉCNICAS RELACIONADAS CON LAS EXCEPCIONES PREVISTAS PARA LA DIFUSIÓN DE PROPAGANDA GUBERNAMENTAL</b>	FORM/DEPPP/DAI/001
	Versión 1.0	

<b>INDIQUE LOS FUNDAMENTOS DE LAS FACULTADES DEL ÓRGANO PARA DIFUNDIR PROGRAMAS GUBERNAMENTALES</b>
<p>ESTA JUSTIFICACIÓN SE ELABORA CON FUNDAMENTO EN LO DISPUESTO EN EL ARTÍCULO 134 DE LA CONSTITUCIÓN POLÍTICA DE LOS ESTADOS UNIDOS MEXICANOS; A LO ESTABLECIDO EN EL ARTÍCULO 27, FRACCIÓN XXXIX DE LA LEY ORGÁNICA DE LA ADMINISTRACIÓN PÚBLICA FEDERAL, DONDE COMPETE A LA SECRETARÍA DE GOBERNACIÓN FORMULAR, REGULAR Y CONDUCIR LA POLÍTICA DE COMUNICACIÓN SOCIAL DEL GOBIERNO FEDERAL, ASÍ COMO LAS RELACIONES CON LOS MEDIOS MASIVOS DE INFORMACIÓN Y ORIENTAR, AUTORIZAR, COORDINAR, SUPERVISAR Y EVALUAR LOS PROGRAMAS DE COMUNICACIÓN SOCIAL DE LAS DEPENDENCIAS DEL SECTOR PÚBLICO FEDERAL.</p> <p>EL ARTÍCULO 17, SÉPTIMO PÁRRAFO, DEL PRESUPUESTO DE EGRESOS DE LA FEDERACIÓN PARA EL EJERCICIO FISCAL 2016, IGUALMENTE ESTABLECE LA COMPETENCIA DE LA SECRETARÍA DE GOBERNACIÓN, PARA AUTORIZAR LAS ESTRATEGIAS Y PROGRAMAS DE COMUNICACIÓN SOCIAL, ASÍ COMO REGISTRAR LOS GASTOS DERIVADOS DE LA EJECUCIÓN DE LAS MISMAS Y LA OBLIGATORIEDAD DE EMITIR LAS DISPOSICIONES CORRESPONDIENTES.</p> <p>EL 30 DE DICIEMBRE DE 2015 SE PUBLICÓ EN EL DIARIO OFICIAL DE LA FEDERACIÓN 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 2016 (EN ADELANTE, EL ACUERDO), EN CUYO ARTÍCULO 54. SEÑALA COMO SU OBJETO EL ESTABLECER LOS GASTOS DE DIFUSIÓN DE LA PARTIDA 33605.</p> <p>TAMBIÉN EN EL MANUAL DE OPERACIÓN DE LA UNIVERSIDAD PEDAGÓGICA NACIONAL QUE SEÑALA COMO OBJETIVO DE LA DIRECCIÓN DE COMUNICACIÓN SOCIAL EL DE ESTABLECER E INSTRUMENTAR LAS ACCIONES QUE EN MATERIA DE COMUNICACIÓN SOCIAL, POSIBILITEN LA DIVULGACIÓN NACIONAL DE LOS OBJETIVOS, PROGRAMAS Y ACCIONES QUE DESARROLLA LA UNIVERSIDAD HACIA LA COMUNIDAD UNIVERSITARIA, DISTINTOS ORGANISMOS Y PÚBLICO EN GENERAL. Y QUE EN EL ENTORNO OPERATIVO SE RELACIONA DE MANERA EXTERNA CON LOS DIFERENTES MEDIOS DE COMUNICACIÓN, PRENSA, RADIO Y TELEVISIÓN, CON LAS SECRETARÍAS DE EDUCACIÓN PÚBLICA, GOBERNACIÓN Y FUNCIÓN PÚBLICA, ASIMISMO, CON INSTITUCIONES DE EDUCACIÓN SUPERIOR.</p>

<b>III. DATOS DEL CONTACTO</b>	
<b>NOMBRE COMPLETO</b>	
LIC. FRANCISCA LOURDES SALAS RAMÍREZ	
<b>CARGO</b>	
DIRECTORA DE COMUNICACIÓN SOCIAL	
<b>TELÉFONO</b>	<b>CORREO ELECTRÓNICO</b>
56309700 EXT 1219	lourdes.salas@upn.mx

<b>INFORMACIÓN ADICIONAL</b>
LAS INSERCIONES EN MEDIOS IMPRESOS DAN CUENTA DE SERVICIOS EDUCATIVOS A NIVEL SUPERIOR

	<b>DIRECCIÓN EJECUTIVA DE PRERROGATIVAS Y PARTIDOS POLÍTICOS</b>	
	FORMULARIO PARA LA PRESENTACIÓN DE LA INFORMACIÓN MÍNIMA NECESARIA PARA LA ATENCIÓN DE LAS CONSULTAS TÉCNICAS RELACIONADAS CON LAS EXCEPCIONES PREVISTAS PARA LA DIFUSIÓN DE PROPAGANDA GUBERNAMENTAL	FORM/DEPPP/DAI/001
	Versión 1.0	

<b>INSTITUCIÓN / ORGANISMO RESPONSABLE DE LA CAMPAÑA DE DIFUSIÓN*</b>	<b>FECHA**</b>
INSTITUTO POLITÉCNICO NACIONAL	13/12/2016

\* Utilice un formato para cada una de las campañas o programas que requiera consultar.

\*\* La solicitud de consulta técnica deberá presentarse al menos 20 días previos al inicio de transmisión de la campaña que se pretenda difundir.

<b>I. DATOS GENERALES DE LA CAMPAÑA DE DIFUSIÓN</b>	
<b>NOMBRE COMPLETO DE LA CAMPAÑA</b>	
CARRERA IPN ONCEK	
<b>FECHA DE INICIO DE LAS TRANSMISIONES</b>	<b>FECHA DE TÉRMINO DE LAS TRANSMISIONES</b>
1 ABRIL DEL 2016	23 MAYO DEL 2016
<b>DESCRIPCIÓN, ALCANCE Y POBLACIÓN OBJETIVO DE LA CAMPAÑA ***</b>	
LOGRAR UNA AFLUENCIA DE SEIS MIL PARTICIPANTES, MUJERES Y HOMBRES ENTRE 13 Y 45 AÑOS, NSE: AB, C, C+, D Y D+	
<b>OBJETIVO DEL PROGRAMA GUBERNAMENTAL QUE SE DIFUNDIRÁ</b>	
PROMOVER ENTRE LA COMUNIDAD POLITÉCNICA Y SOCIEDAD EN GENERAL LA COMPETENCIA SANA Y UN SANO DESARROLLO A TRAVÉS DE LA ACTIVIDAD FÍSICA	

\*\*\* Adjunte los promocionales, propaganda o materiales que pretenda difundir.

<b>II. ELEMENTOS JUSTIFICATORIOS DE LA EXCEPCIÓN A LA CAMPAÑA</b>		
<b>SUPUESTO DE EXCEPCIÓN APLICABLE</b> (Marque con una "X")	<b>INDIQUE LAS RAZONES QUE MOTIVAN LA EXCEPCIÓN EN ESTE CASO</b>	
Educación	( X )	DAR INFORMACIÓN A LA COMUNIDAD DEL IPN Y SOCIEDAD EN GENERAL A PARTICIPAR EN LA CARRERA IPNONCEK, EN LAS DIFERENTES DISTANCIA 5,11 Y 21 KM
Salud	( )	
Protección civil	( )	
<b>INDIQUE LOS ARGUMENTOS PARA DIFUNDIR ESTA CAMPAÑA DURANTE EL PROCESO ELECTORAL</b>		
ESTA CAMPAÑA NOS AYUDA A INCREMENTAR LA PARTICIPACIÓN DE LA COMUNIDAD Y PÚBLICO EN GENERAL A LA CARRERA IPNONCEK A NIVEL NACIONAL		



**DIRECCIÓN EJECUTIVA DE PRERROGATIVAS Y PARTIDOS POLÍTICOS**

**FORMULARIO PARA LA PRESENTACIÓN DE LA INFORMACIÓN MÍNIMA  
NECESARIA PARA LA ATENCIÓN DE LAS CONSULTAS TÉCNICAS RELACIONADAS  
CON LAS EXCEPCIONES PREVISTAS PARA LA DIFUSIÓN DE PROPAGANDA  
GUBERNAMENTAL**

FORM/DEPPP/DAI/001

Versión 1.0

**INDIQUE LOS FUNDAMENTOS DE LAS FACULTADES DEL ÓRGANO PARA DIFUNDIR PROGRAMAS GUBERNAMENTALES**

CON FUNDAMENTO EN LO DISPUESTO EN EL ARTÍCULO 134 DE LA CONSTITUCIÓN POLÍTICA DE LOS ESTADOS UNIDOS MEXICANOS; A LO ESTABLECIDO EN EL ARTÍCULO 27, FRACCIÓN XXXIX DE LA LEY ORGÁNICA DE LA ADMINISTRACIÓN PÚBLICA FEDERAL, DONDE COMPETE A LA SECRETARÍA DE GOBERNACIÓN FORMULAR, REGULAR Y CONDUCIR LA POLÍTICA DE COMUNICACIÓN SOCIAL DEL GOBIERNO FEDERAL, ASÍ COMO LAS RELACIONES CON LOS MEDIOS MASIVOS DE INFORMACIÓN Y ORIENTAR, AUTORIZAR, COORDINAR, SUPERVISAR Y EVALUAR LOS PROGRAMAS DE COMUNICACIÓN SOCIAL DE LAS DEPENDENCIAS DEL SECTOR PÚBLICO FEDERAL.

EN EL ARTÍCULO 38 DE LA LEY FEDERAL DE PRESUPUESTO Y RESPONSABILIDAD HACENDARIA, DONDE SE ESTABLECE QUE LE COMPETE A DICHA DEPENDENCIA AUTORIZAR LA PROGRAMACIÓN Y EL EJERCICIO DE LOS RECURSOS DESTINADOS A COMUNICACIÓN SOCIAL, PARA LO CUAL EMITE LAS DISPOSICIONES CORRESPONDIENTES.

EL ARTÍCULO 17, SÉPTIMO PÁRRAFO, DEL PRESUPUESTO DE EGRESOS DE LA FEDERACIÓN PARA EL EJERCICIO FISCAL 2016, IGUALMENTE ESTABLECE LA COMPETENCIA DE LA SECRETARÍA DE GOBERNACIÓN, PARA AUTORIZAR LAS ESTRATEGIAS Y PROGRAMAS DE COMUNICACIÓN SOCIAL, ASÍ COMO REGISTRAR LOS GASTOS DERIVADOS DE LA EJECUCIÓN DE LAS MISMAS Y LA OBLIGATORIEDAD DE EMITIR LAS DISPOSICIONES CORRESPONDIENTES.

EL 30 DE DICIEMBRE DE 2015 SE PUBLICÓ EN EL DIARIO OFICIAL DE LA FEDERACIÓN 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 2016 (EN ADELANTE EL ACUERDO), EN CUYO ARTÍCULO 10. SEÑALA COMO SU OBJETO EL ESTABLECER LAS BASES PARA LA ORIENTACIÓN, PLANEACIÓN, AUTORIZACIÓN, COORDINACIÓN, SUPERVISIÓN Y EVALUACIÓN DE LA PROPAGANDA GUBERNAMENTAL, LAS ESTRATEGIAS, PROGRAMAS Y CAMPAÑAS DE COMUNICACIÓN SOCIAL Y PUBLICIDAD DE LAS DEPENDENCIAS Y ENTIDADES DE LA ADMINISTRACIÓN PÚBLICA FEDERAL.

EN EL MISMO ACUERDO EN SU ARTÍCULO 40. MARCA QUE COMPETE A LA SECRETARÍA DE GOBERNACIÓN, POR CONDUCTO DE LA DIRECCIÓN GENERAL DE NORMATIVIDAD DE COMUNICACIÓN (EN ADELANTE DGNC), AUTORIZAR LA ESTRATEGIA Y EL PROGRAMA ANUAL DE COMUNICACIÓN SOCIAL DE LAS DEPENDENCIAS Y ENTIDADES.



**DIRECCIÓN EJECUTIVA DE PRERROGATIVAS Y PARTIDOS POLÍTICOS**

FORMULARIO PARA LA PRESENTACIÓN DE LA INFORMACIÓN MÍNIMA  
NECESARIA PARA LA ATENCIÓN DE LAS CONSULTAS TÉCNICAS RELACIONADAS  
CON LAS EXCEPCIONES PREVISTAS PARA LA DIFUSIÓN DE PROPAGANDA  
GUBERNAMENTAL

FORM/DEPPP/DAI/001

Versión 1.0

**III. DATOS DEL CONTACTO**

**NOMBRE COMPLETO**

LIC. RAÚL CONTRERAS ZUBIETA FRANCO

**CARGO**

COORDINADOR DE COMUNICACIÓN SOCIAL

**TELÉFONO**

57296000 EXT 50041

**CORREO ELECTRÓNICO**

rcontrerasz@ipn.mx

**INFORMACIÓN ADICIONAL**

INFORMAR DE LOS DIFERENTES CONCIERTOS QUE TENDRA LA ORQUESTA SINFONICA EN EL AUDITORIO DEL  
INSTITUTO POLITÉCNICO NACIONAL

	<b>DIRECCIÓN EJECUTIVA DE PRERROGATIVAS Y PARTIDOS POLÍTICOS</b>	
	FORMULARIO PARA LA PRESENTACIÓN DE LA INFORMACIÓN MÍNIMA NECESARIA PARA LA ATENCIÓN DE LAS CONSULTAS TÉCNICAS RELACIONADAS CON LAS EXCEPCIONES PREVISTAS PARA LA DIFUSIÓN DE PROPAGANDA GUBERNAMENTAL	FORM/DEPPP/DAI/001
	Versión 1.0	

INSTITUCIÓN / ORGANISMO RESPONSABLE DE LA CAMPAÑA DE DIFUSIÓN*	FECHA**
INSTITUTO POLITÉCNICO NACIONAL	13/12/2016

\* Utilice un formato para cada una de las campañas o programas que requiera consultar.

\*\* La solicitud de consulta técnica deberá presentarse al menos 20 días previos al inicio de transmisión de la campaña que se pretenda difundir.

<b>I. DATOS GENERALES DE LA CAMPAÑA DE DIFUSIÓN</b>	
<b>NOMBRE COMPLETO DE LA CAMPAÑA</b>	
DIFUSIÓN CULTURAL ILETAPA	
<b>FECHA DE INICIO DE LAS TRANSMISIONES</b>	<b>FECHA DE TÉRMINO DE LAS TRANSMISIONES</b>
1 MARZO DEL 2016	30 JUNIO DEL 2016
<b>DESCRIPCIÓN, ALCANCE Y POBLACIÓN OBJETIVO DE LA CAMPAÑA ***</b>	
INCREMENTAR EL 10 POR CIENTO DE VISITANTES A LOS EVENTOS PROGRAMADOS, MUJERES Y HOMBRES ENTRE 19 Y 45 AÑOS, NSE: AB, C, C+, D Y D+	
<b>OBJETIVO DEL PROGRAMA GUBERNAMENTAL QUE SE DIFUNDIRÁ</b>	
INVITAR A LA COMUNIDAD POLITÉCNICA Y A LA SOCIEDAD EN GENERAL A ASISTIR A LAS TEMPORADAS DE CONCIERTO DE LA ORQUESTA SINFÓNICA DEL IPN, COMO PARTE DE LA FORMACIÓN INTEGRAL DE LOS ALUMOS DEL IPN, COMO OPCIÓN CULTURAL PARA LA POBLACIÓN DE LA CIUDAD.	

\*\*\* Adjunte los promocionales, propaganda o materiales que pretenda difundir.

<b>II. ELEMENTOS JUSTIFICATORIOS DE LA EXCEPCIÓN A LA CAMPAÑA</b>		
<b>SUPUESTO DE EXCEPCIÓN APLICABLE</b> (Marque con una "X")	<b>INDIQUE LAS RAZONES QUE MOTIVAN LA EXCEPCIÓN EN ESTE CASO</b>	
Educación	( X )	DAR INFORMACIÓN A LA COMUNIDAD DEL IPN Y SOCIEDAD EN GENERAL DE LOS EVENTOS DE LA ORQUESTA SINFÓNICA DEL IPN
Salud	( )	
Protección civil	( )	
<b>INDIQUE LOS ARGUMENTOS PARA DIFUNDIR ESTA CAMPAÑA DURANTE EL PROCESO ELECTORAL</b>		
ESTA CAMPAÑA NOS AYUDA A DIFUNDIR LAS FECHAS DE LOS CONCIERTOS DE LA ORQUESTA SINFÓNICA DEL IPN, APARA INFORMAR A LA COMUNIAD Y PUBLICO EN GENERAL LOS DÍAS Y HORARIOS DE LOS EVENTOS		



**DIRECCIÓN EJECUTIVA DE PRERROGATIVAS Y PARTIDOS POLÍTICOS**

**FORMULARIO PARA LA PRESENTACIÓN DE LA INFORMACIÓN MÍNIMA  
NECESARIA PARA LA ATENCIÓN DE LAS CONSULTAS TÉCNICAS RELACIONADAS  
CON LAS EXCEPCIONES PREVISTAS PARA LA DIFUSIÓN DE PROPAGANDA  
GUBERNAMENTAL**

FORM/DEPPP/DAI/001

Versión 1.0

**INDIQUE LOS FUNDAMENTOS DE LAS FACULTADES DEL ÓRGANO PARA DIFUNDIR PROGRAMAS GUBERNAMENTALES**

CON FUNDAMENTO EN LO DISPUESTO EN EL ARTÍCULO 134 DE LA CONSTITUCIÓN POLÍTICA DE LOS ESTADOS UNIDOS MEXICANOS; A LO ESTABLECIDO EN EL ARTÍCULO 27, FRACCIÓN XXXIX DE LA LEY ORGÁNICA DE LA ADMINISTRACIÓN PÚBLICA FEDERAL, DONDE COMPETE A LA SECRETARÍA DE GOBERNACIÓN FORMULAR, REGULAR Y CONDUCIR LA POLÍTICA DE COMUNICACIÓN SOCIAL DEL GOBIERNO FEDERAL, ASÍ COMO LAS RELACIONES CON LOS MEDIOS MASIVOS DE INFORMACIÓN Y ORIENTAR, AUTORIZAR, COORDINAR, SUPERVISAR Y EVALUAR LOS PROGRAMAS DE COMUNICACIÓN SOCIAL DE LAS DEPENDENCIAS DEL SECTOR PÚBLICO FEDERAL.

EN EL ARTÍCULO 38 DE LA LEY FEDERAL DE PRESUPUESTO Y RESPONSABILIDAD HACENDARIA, DONDE SE ESTABLECE QUE LE COMPETE A DICHA DEPENDENCIA AUTORIZAR LA PROGRAMACIÓN Y EL EJERCICIO DE LOS RECURSOS DESTINADOS A COMUNICACIÓN SOCIAL, PARA LO CUAL EMITE LAS DISPOSICIONES CORRESPONDIENTES.

EL ARTÍCULO 17, SÉPTIMO PÁRRAFO, DEL PRESUPUESTO DE EGRESOS DE LA FEDERACIÓN PARA EL EJERCICIO FISCAL 2016, IGUALMENTE ESTABLECE LA COMPETENCIA DE LA SECRETARÍA DE GOBERNACIÓN, PARA AUTORIZAR LAS ESTRATEGIAS Y PROGRAMAS DE COMUNICACIÓN SOCIAL, ASÍ COMO REGISTRAR LOS GASTOS DERIVADOS DE LA EJECUCIÓN DE LAS MISMAS Y LA OBLIGATORIEDAD DE EMITIR LAS DISPOSICIONES CORRESPONDIENTES.

EL 30 DE DICIEMBRE DE 2015 SE PUBLICÓ EN EL DIARIO OFICIAL DE LA FEDERACIÓN 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 2016 (EN ADELANTE EL ACUERDO), EN CUYO ARTÍCULO 10. SEÑALA COMO SU OBJETO EL ESTABLECER LAS BASES PARA LA ORIENTACIÓN, PLANEACIÓN, AUTORIZACIÓN, COORDINACIÓN, SUPERVISIÓN Y EVALUACIÓN DE LA PROPAGANDA GUBERNAMENTAL, LAS ESTRATEGIAS, PROGRAMAS Y CAMPAÑAS DE COMUNICACIÓN SOCIAL Y PUBLICIDAD DE LAS DEPENDENCIAS Y ENTIDADES DE LA ADMINISTRACIÓN PÚBLICA FEDERAL.

EN EL MISMO ACUERDO EN SU ARTÍCULO 40. MARCA QUE COMPETE A LA SECRETARÍA DE GOBERNACIÓN, POR CONDUCTO DE LA DIRECCIÓN GENERAL DE NORMATIVIDAD DE COMUNICACIÓN (EN ADELANTE DGNC), AUTORIZAR LA ESTRATEGIA Y EL PROGRAMA ANUAL DE COMUNICACIÓN SOCIAL DE LAS DEPENDENCIAS Y ENTIDADES.

 <b>INE</b> Instituto Nacional Electoral	<b>DIRECCIÓN EJECUTIVA DE PRERROGATIVAS Y PARTIDOS POLÍTICOS</b>	
	FORMULARIO PARA LA PRESENTACIÓN DE LA INFORMACIÓN MÍNIMA NECESARIA PARA LA ATENCIÓN DE LAS CONSULTAS TÉCNICAS RELACIONADAS CON LAS EXCEPCIONES PREVISTAS PARA LA DIFUSIÓN DE PROPAGANDA GUBERNAMENTAL	FORM/DEPPP/DAI/001
		Versión 1.0

<b>III. DATOS DEL CONTACTO</b>	
<b>NOMBRE COMPLETO</b>	
LIC. RAÚL CONTRERAS ZUBIETA FRANCO	
<b>CARGO</b>	
COORDINADOR DE COMUNICACIÓN SOCIAL	
<b>TELÉFONO</b>	<b>CÓRREO ELECTRÓNICO</b>
57296000 EXT 50041	rcontrerasz@ipn.mx

<b>INFORMACIÓN ADICIONAL</b>
INFORMAR DE LAS DIFERENTES DISTANCIAS QUE TIENE LA CARRERA IPNONCEK PARA QUE SE INSCRIBA LA COMUNIDAD Y PÚBLICO EN GENERAL Y PUBLICAR LOS RESULTADOS DE LA CARRERA

 <b>INE</b> Instituto Nacional Electoral	<b>DIRECCIÓN EJECUTIVA DE PRERROGATIVAS Y PARTIDOS POLÍTICOS</b>	
	<b>FORMULARIO PARA LA PRESENTACIÓN DE LA INFORMACIÓN MÍNIMA          NECESARIA PARA LA ATENCIÓN DE LAS CONSULTAS TÉCNICAS RELACIONADAS          CON LAS EXCEPCIONES PREVISTAS PARA LA DIFUSIÓN DE PROPAGANDA          GUBERNAMENTAL</b>	<b>FORM/DEPPP/DAI/001</b>
	Versión 1.0	

INSTITUCIÓN / ORGANISMO RESPONSABLE DE LA CAMPAÑA DE DIFUSIÓN*	FECHA**
FONDO DE CULTURA ECONÓMICA	6/DIC/2016

\* Utilice un formato para cada una de las campañas o programas que requiera consultar.

\*\* La solicitud de consulta técnica deberá presentarse al menos 20 días previos al inicio de transmisión de la campaña que se pretenda difundir.

I. DATOS GENERALES DE LA CAMPAÑA DE DIFUSIÓN	
<b>NOMBRE COMPLETO DE LA CAMPAÑA</b>	
LETRAS SIN FRONTERAS	
<b>FECHA DE INICIO DE LAS TRANSMISIONES</b>	<b>FECHA DE TÉRMINO DE LAS TRANSMISIONES</b>
1 de abril de 2016	30 de junio de 2016
<b>DESCRIPCIÓN, ALCANCE Y POBLACIÓN OBJETIVO DE LA CAMPAÑA***</b>	
<p>Fomentar la lectura, la promoción académica e incrementar en un 5% las ventas logradas en 2016. Hombres y mujeres entre 13 y 64 años NSE: AB,C+, C</p>	
<b>OBJETIVO DEL PROGRAMA GUBERNAMENTAL QUE SE DIFUNDIRÁ</b>	
<p>Dar a conocer las novedades editoriales, los autores y los títulos más importantes del catálogo del FCE, con la finalidad de difundirlo entre el público en general y específico en su caso, así como las nuevas tecnologías del ámbito editorial y estrategias de comercialización para consolidar la vocación cultural del FCE en Iberoamérica.</p>	

\*\*\* Adjunte los promocionales, propaganda o materiales que pretenda difundir.

II. ELEMENTOS JUSTIFICATORIOS DE LA EXCEPCIÓN A LA CAMPAÑA	
<b>SUPUESTO DE EXCEPCIÓN APLICABLE</b> (Marque con una "X")	<b>INDIQUE LAS RAZONES QUE MOTIVAN LA EXCEPCIÓN EN ESTE CASO</b>
Educación	(X)
Salud	( )
Protección civil	( )
<b>INDIQUE LOS ARGUMENTOS PARA DIFUNDIR ESTA CAMPAÑA DURANTE EL PROCESO ELECTORAL</b>	
<p>Nuestras inserciones publicitarias son para difundir presentaciones de libros y actividades culturales, dando a conocer al público en general las novedades, los autores y títulos más importantes. Cabe mencionar que los diseños no llevan logotipos de la cabeza de sector ni de Presidencia.</p>	



DIRECCIÓN EJECUTIVA DE PRERROGATIVAS Y PARTIDOS POLÍTICOS

FORMULARIO PARA LA PRESENTACIÓN DE LA INFORMACIÓN MÍNIMA  
NECESARIA PARA LA ATENCIÓN DE LAS CONSULTAS TÉCNICAS RELACIONADAS  
CON LAS EXCEPCIONES PREVISTAS PARA LA DIFUSIÓN DE PROPAGANDA  
GUBERNAMENTAL

FORM/DEPPP/DAI/001

Versión 1.0

Objetivo de comunicación

Consolidar y fortalecer la presencia del Fondo de Cultura Económica en sus 82 años, rumbo a su novena década, promoviendo la participación ciudadana y difundiendo todos sus títulos, haciendo llegar nuestra oferta a todos los rincones del país y a sus filiales, mediante la promoción de sus libros, el fomento a la lectura y las actividades culturales..

**INDIQUE LOS FUNDAMENTOS DE LAS FACULTADES DEL ÓRGANO PARA DIFUNDIR PROGRAMAS GUBERNAMENTALES**

Con fundamento en el Artículo 134 de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos que a la letra dice:

**ARTICULO 134.** LOS RECURSOS ECONOMICOS DE QUE DISPONGAN EL GOBIERNO FEDERAL Y EL GOBIERNO DEL DISTRITO FEDERAL, ASI COMO SUS RESPECTIVAS ADMINISTRACIONES PUBLICAS PARAESTATALES, SE ADMINISTRARAN CON EFICIENCIA, EFICACIA Y HONRADEZ PARA SATISFACER LOS OBJETIVOS A LOS QUE ESTEN DESTINADOS.

Y de conformidad a lo establecido en el Artículo 10 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 2016, publicado en el Diario Oficial de la Federación el 30 de diciembre de 2015, se señala como su objeto el establecer las bases para la orientación, planeación, autorización, coordinación, supervisión y evaluación de la propaganda gubernamental, las estrategias, programas y campañas de Comunicación Social y Publicidad de las dependencias y entidades de la Administración Pública Federal.

Asimismo, dentro del mismo Acuerdo, en el Artículo 40 se menciona que compete a la Secretaría de Gobernación por conducto de la Dirección General de Normatividad de Comunicación, autorizar la Estrategia y El Programa Anual de Comunicación Social de las dependencias y entidades.

Con fundamento en el Artículo 22 Fracción II de la Ley de Adquisiciones, Arrendamientos y Servicios del Sector Público, se solicita el servicio de publicación de inserciones en diversos medios impresos para la campaña publicitaria "*Letras sin fronteras*" con la finalidad de dar cumplimiento a las diferentes necesidades de difusión de *la Estrategia y Programa Anual de Promoción y Publicidad 2016* y de la publicación de avisos, precisiones, convocatorias y demás información en medios masivos distinta de las inserciones derivadas de campañas publicitarias y de comunicación social, del FCE de acuerdo al objetivo de comunicación.

De igual manera, el realizar el procedimiento de Adjudicación Directa, permitirá al FCE desarrollar la campaña de la *Estrategia y Programa Anual de Promoción y Publicidad 2016*, así como la publicación de avisos, precisiones, convocatorias y demás información en medios masivos distinta de las inserciones derivadas de campañas publicitarias y de comunicación social, bajo el criterio de eficiencia, lo cual se logrará al contar con inserciones publicitarias en medios impresos y digitales específicos, especializados en el ámbito cultural, así como informar al público en general sobre las actividades que organiza y participa, posicionar y difundir su catálogo editorial y sus librerías, todo ello, en el marco de su objeto y misión social que es editar, producir, comercializar y promover obras de la cultura nacional, iberoamericana y universal.

Derivado de la motivación expuesta en el punto anterior, la selección del procedimiento de adjudicación directa se funda en los artículos los Artículos 26 Fracción III, 40 y 41 Fracción III y 47 de la Ley de Adquisiciones, Arrendamientos y Servicios del Sector Público

El del Fondo de Cultura Económica es seleccionar, producir, distribuir y comercializar publicaciones impresas y electrónicas con altos estándares de calidad, que satisfagan el gusto de los lectores. El afán de mejora continua, el cumplimiento de los requisitos normativos, legales y de los valores institucionales, guía nuestra relación con autores, proveedores y clientes. Con base en lo anterior, es fundamental mantener una difusión continua que nos permita acercar dichas obras a los lectores y



**DIRECCIÓN EJECUTIVA DE PRERROGATIVAS Y PARTIDOS POLÍTICOS**

**FORMULARIO PARA LA PRESENTACIÓN DE LA INFORMACIÓN MÍNIMA  
NECESARIA PARA LA ATENCIÓN DE LAS CONSULTAS TÉCNICAS RELACIONADAS  
CON LAS EXCEPCIONES PREVISTAS PARA LA DIFUSIÓN DE PROPAGANDA  
GUBERNAMENTAL**

FORM/DEPPP/DAI/001

Versión 1.0

seguir con nuestras actividades de fomento a la lectura.

**III. DATOS DEL CONTACTO**

**NOMBRE COMPLETO**

LIC. ROBERTO GARZA ITURBIDE

**CARGO**

COORDINADOR GENERAL DE COMUNICACIÓN

**TELÉFONO**

52 27 46 62

**CORREO ELECTRÓNICO**

[rgarza@fondodeculturaeconomica.com](mailto:rgarza@fondodeculturaeconomica.com)

**INFORMACIÓN ADICIONAL**

Promover el fomento a la lectura, la promoción académica, así como difundir las novedades, los autores y títulos más importantes del catálogo del FCE al público en general.

	<b>DIRECCIÓN EJECUTIVA DE PRERROGATIVAS Y PARTIDOS POLÍTICOS</b>	
	<b>FORMULARIO PARA LA PRESENTACIÓN DE LA INFORMACIÓN MÍNIMA NECESARIA PARA LA ATENCIÓN DE LAS CONSULTAS TÉCNICAS RELACIONADAS CON LAS EXCEPCIONES PREVISTAS PARA LA DIFUSIÓN DE PROPAGANDA GUBERNAMENTAL</b>	FORM/DEPPP/DAI/001
	Versión 1.0	

INSTITUCIÓN / ORGANISMO RESPONSABLE DE LA CAMPAÑA DE DIFUSIÓN*	FECHA**
Consejo Nacional de Fomento Educativo	09/12/2016

\* Utilice un formato para cada una de las campañas o programas que requiera consultar.

\*\* La solicitud de consulta técnica deberá presentarse al menos 20 días previos al inicio de transmisión de la campaña que se pretenda difundir.

<b>I. DATOS GENERALES DE LA CAMPAÑA DE DIFUSIÓN</b>	
NOMBRE COMPLETO DE LA CAMPAÑA	
Sé parte de la experiencia educativa, apúntate como Líder para la Educación Comunitaria	
FECHA DE INICIO DE LAS TRANSMISIONES	FECHA DE TÉRMINO DE LAS TRANSMISIONES
15 de febrero del 2017	15 de mayo del 2017
DESCRIPCIÓN, ALCANCE Y POBLACIÓN OBJETIVO DE LA CAMPAÑA ***	
<p>El Consejo Nacional de Fomento Educativo tiene como Misión institucional impartir educación básica comunitaria de calidad, con equidad e inclusión social a niñas, niños, jóvenes y adolescentes que habitan en localidades marginadas y con rezago social en nuestro país, fomentando su continuidad educativa.</p> <p>Para el cumplimiento de su misión, requiere contar con jóvenes de 16 a 29 años de edad, para que realicen un servicio comunitario en las zonas más marginadas del país participando en la experiencia educativa como Líder para la Educación Comunitaria.</p> <p>Este llamado a la participación, se realiza a través de una convocatoria en los diferentes medios de comunicación, en esta ocasión, por su accesibilidad, inmediatez y alcance, adicional a la difusión en radio, se determina la conveniencia de realizar la campaña a través de Internet, específicamente mediante las redes sociales, que garantizan una amplia cobertura territorial y un alto impacto entre el público objetivo, apoyados de piezas complementarias impresas como carteles, folletos y volantes.</p> <p>Es de suma importancia realizar la campaña en el período propuesto debido a que el ciclo escolar inicia en el mes de agosto, y se requiere captar al mayor número de aspirantes a Líderes para la educación comunitaria (LEC), para que cuenten con el suficiente tiempo de capacitación en los meses de julio y agosto, y de esta manera se encuentren en condiciones de llegar a las aulas lo mejor preparados para impartir clases a los alumnos que les asignen.</p> <p>Cabe mencionar que esta campaña es la de mayor relevancia para el Conafe, pues es bien sabido que los Líderes para la Educación Comunitaria (LEC) son el pilar de la educación comunitaria que presta el Consejo.</p>	

	<b>DIRECCIÓN EJECUTIVA DE PRERROGATIVAS Y PARTIDOS POLÍTICOS</b>	
	<b>FORMULARIO PARA LA PRESENTACIÓN DE LA INFORMACIÓN MÍNIMA NECESARIA PARA LA ATENCIÓN DE LAS CONSULTAS TÉCNICAS RELACIONADAS CON LAS EXCEPCIONES PREVISTAS PARA LA DIFUSIÓN DE PROPAGANDA GUBERNAMENTAL</b>	FORM/DEPPP/DAI/001
	Versión 1.0	

OBJETIVO DEL PROGRAMA GUBERNAMENTAL QUE SE DIFUNDIRÁ
<p>Cada año, se realiza una campaña de promoción con el propósito de captar a jóvenes de 16 a 29 años de edad, egresados del nivel secundaria, de educación media superior y/o licenciatura, que se interesen en prestar un Servicio Social Educativo en una comunidad rural, indígena o en un campamento migrante, a cambio de obtener un apoyo económico para la continuación de sus estudios de nivel medio superior, superior, posgrado o capacitación para el trabajo, según sea el caso.</p> <p>Al ser la Promoción y Captación la primera fase para la organización y el funcionamiento de los servicios educativos, es de vital importancia realizar una convocatoria eficaz y de gran impacto en los aspirantes que logre contribuir en los siguientes aspectos, mismos que se encuentran alineados al Plan Nacional de Desarrollo, Programa Sectorial de Educación y Programa Institucional del CONAFE:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Alcanzar las metas de atención educativa en las localidades objetivo.</li> <li>• Proporcionar información clara y precisa a los aspirantes a LEC a un primer año de servicio sobre las características de las comunidades que atiende el CONAFE y las condiciones en que realizarán el Servicio Social Educativo.</li> <li>• Realizar una adecuada selección de aspirantes a LEC con un mejor perfil, identificando sus habilidades, conocimientos e intereses, en función de la cantidad de jóvenes que respondan a la convocatoria y de la meta de captación que se defina para cada ciclo escolar.</li> <li>• Fomentar la permanencia de las figuras educativas durante todo el ciclo escolar en las comunidades atendidas.</li> </ul> <p>Fortalecer la imagen institucional, que a su vez ampliará las posibilidades de vinculación y concertación con otras instituciones, en beneficio de las figuras educativas.</p>

\*\*\* Adjunte los promocionales, propaganda o materiales que pretenda difundir.

II. ELEMENTOS JUSTIFICATORIOS DE LA EXCEPCIÓN A LA CAMPAÑA		
SUPUESTO DE EXCEPCIÓN APLICABLE (Marque con una "X")		INDIQUE LAS RAZONES QUE MOTIVAN LA EXCEPCIÓN EN ESTE CASO
Educación	( X )	Una de las acciones que ha tenido mejores resultados para la captación de figuras educativas, es la promoción mediante la visita a planteles de educación secundaria, media superior y superior. Estas visitas consisten en impartir una plática a la población estudiantil próxima a egresar, la cual es coordinada por personal y/o figuras educativas del CONAFE, se ofrece a los estudiantes información acerca de los requisitos de ingreso, las características del Servicio Social Educativo, así como beneficios que se les brindan durante las fases de formación, servicio y como beneficiarios del Sistema Estudios a Docentes (SED).
Salud	( )	
Protección civil	( )	

Sin embargo, en los últimos ciclos escolares la captación de aspirantes a LEC ha sido insuficiente; algunas de las causas que mencionan los equipos técnicos estatales son:

- El apoyo económico que se otorga a los prestadores del servicio social no es significativo, comparado con los posibles ingresos económicos en el mercado laboral. Aún en el entendido que es un Servicio Social el que realiza.
- Otras instituciones otorgan becas sin la necesidad de una contraprestación de un servicio social.
- Migración de jóvenes hacia el extranjero y a otras entidades del país.

Por ello es necesario fortalecer la campaña mediante medios masivos de difusión de tal forma que se garantice el logro de la meta de captación definida de aspirantes a Líder para la Educación Comunitaria ya que de no hacerlo se verían afectados los miles de niños y niñas más desfavorecidos del país no teniendo la oportunidad de contar a una educación digna, lo cual es un compromiso del gobierno federal que el sistema educativo está comprometido a cumplir, de tal forma que cada uno de los servicios educativos del CONAFE cuente con un LEC, contribuyendo así a la permanencia del servicio comunitario.

**INDIQUE LOS ARGUMENTOS PARA DIFUNDIR ESTA CAMPAÑA DURANTE EL PROCESO ELECTORAL**

La **promoción directa** es realizada durante los meses de octubre a junio para captar a jóvenes para el siguiente ciclo escolar, siendo así que las Delegaciones implementan estrategias de promoción considerando las siguientes actividades más relevantes:

- Visitas en planteles de educación secundaria, media superior y superior con mayor frecuencia durante los meses de **febrero a junio** para lograr mayor impacto en el último semestre en que los jóvenes están próximos a egresar y se encuentran en espera de si son aceptados en el plantel educativo para el cual presentaron un examen de admisión o en definición de carrera, plantel y hasta de buscar el medio para continuar sus estudios.
- Atención en módulos de información en eventos de orientación vocacional y en ferias, distribuyendo los artículos promocionales y materiales impresos tales como: carteles, volantes, postales, separadores, pulseras de tela y trípticos informativos, entre otros.
- Perifoneo y/o pinta de bardas en las localidades donde se brindan los servicios educativos, así como la colocación de espectaculares en las entradas y salidas de las comunidades o cabeceras municipales.

	<b>DIRECCIÓN EJECUTIVA DE PRERROGATIVAS Y PARTIDOS POLÍTICOS</b>	
	<b>FORMULARIO PARA LA PRESENTACIÓN DE LA INFORMACIÓN MÍNIMA NECESARIA PARA LA ATENCIÓN DE LAS CONSULTAS TÉCNICAS RELACIONADAS CON LAS EXCEPCIONES PREVISTAS PARA LA DIFUSIÓN DE PROPAGANDA GUBERNAMENTAL</b>	<b>FORM/DEPPP/DAI/001</b>
	Versión 1.0	

- Reuniones con la APEC (Asociación Promotora de Educación Comunitaria) y autoridades municipales en busca del apoyo para llevar a cabo la difusión.

La **promoción permanente** es difundida todo el año y el resultado de dicha acción contribuirá tanto a captar para el siguiente ciclo escolar como para cubrir las posibles bajas y deserciones de los LEC, para lo cual se hace uso de los siguientes recursos:

- Spots en radio con cobertura estatal y municipal en tiempos gestionados por las Delegaciones Estatales.
- Páginas de internet de instituciones aliadas, tales como: SEP, UPN, IPN, UNAM, escuelas de nivel medio superior y universidades estatales, SEDESOL (Programa Prospera).

Adicional a estos medios de difusión a nivel estatal, la campaña se difunde por medios masivos de comunicación como:

- Estaciones radiofónicas con cobertura local y nacional.
- Internet, específicamente a través de las Redes sociales
- Página web (Ventanilla Única) del CONAFE: <http://www.gob.mx/conafe>
- Información telefónica sin costo al teléfono 01 800 624 87 33 y en el número 52417400 extensiones 7620 y 7659 o bien comunicándose a los números telefónicos de las 31 Delegaciones Estatales (<http://www.gob.mx/conafe>).

**INDIQUE LOS FUNDAMENTOS DE LAS FACULTADES DEL ÓRGANO PARA DIFUNDIR PROGRAMAS GUBERNAMENTALES**

- Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos
- Ley Orgánica de la Administración Pública Federal
- Ley Federal de las Entidades Paraestatales
- Ley de Planeación
- Ley Federal de Presupuesto y Responsabilidad Hacendaria
- Ley Federal de Responsabilidades de los Servidores Públicos
- Ley General de Educación
- Ley de Adquisiciones, Arrendamientos y Servicios del Sector Público
- Decreto por el que se reorganiza el Consejo Nacional de Fomento Educativo
- Estatuto Orgánico del Consejo Nacional de Fomento Educativo
  - Artículo 5, Numeral III., Inciso c)
  - Artículo 16, Numeral III
  - Artículo 20, Numeral I, II, VI, XV, XVII.
- 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 2016

	<b>DIRECCIÓN EJECUTIVA DE PRERROGATIVAS Y PARTIDOS POLÍTICOS</b>	
	<b>FORMULARIO PARA LA PRESENTACIÓN DE LA INFORMACIÓN MÍNIMA NECESARIA PARA LA ATENCIÓN DE LAS CONSULTAS TÉCNICAS RELACIONADAS CON LAS EXCEPCIONES PREVISTAS PARA LA DIFUSIÓN DE PROPAGANDA GUBERNAMENTAL</b>	<b>FORM/DEPPP/DAI/001</b>
	Versión 1.0	

El Consejo Nacional de Fomento Educativo es un organismo descentralizado de la Administración Pública Federal, con personalidad jurídica y patrimonio propios, agrupado en el sector coordinado por la Secretaría de Educación Pública, creado por Decreto presidencial publicado en el Diario Oficial de la Federación el 10 de septiembre de 1971 y que actualmente se rige por el Decreto por el que se reorganiza el Consejo Nacional de Fomento Educativo, el cual tiene por objeto prestar servicios de educación inicial y básica bajo el modelo de educación comunitaria con equidad educativa e inclusión social, a menores de cero a tres años once meses y a niñas, niños y adolescentes, así como promover el desarrollo de competencias parentales en madres, padres y cuidadores que habitan en localidades preferentemente rurales e indígenas que registran altos y muy altos niveles de marginación y/o rezago social, en lo sucesivo la población potencial.

<b>III. DATOS DEL CONTACTO</b>	
<b>NOMBRE COMPLETO</b>	
Mtro. Juan Martín Martínez Becerra	
<b>CARGO</b>	
Director de Comunicación y Cultura	
<b>TELÉFONO</b>	<b>CORREO ELECTRÓNICO</b>
52 41 75 11	jmbecerra@conafe.gob.mx

<b>INFORMACIÓN ADICIONAL</b>
(Agregue toda aquella información adicional que considere necesaria para sustentar su solicitud de consulta técnica)

	<b>DIRECCIÓN EJECUTIVA DE PRERROGATIVAS Y PARTIDOS POLÍTICOS</b>	
	<b>FORMULARIO PARA LA PRESENTACIÓN DE LA INFORMACIÓN MÍNIMA NECESARIA PARA LA ATENCIÓN DE LAS CONSULTAS TÉCNICAS RELACIONADAS CON LAS EXCEPCIONES PREVISTAS PARA LA DIFUSIÓN DE PROPAGANDA GUBERNAMENTAL</b>	<b>FORM/DEPPP/DAI/001</b>
	<b>Versión 1.0</b>	

INSTITUCIÓN / ORGANISMO RESPONSABLE DE LA CAMPAÑA DE DIFUSIÓN*	FECHA**
XEIPN Canal Once	23/12/2016

\* Utilice un formato para cada una de las campañas o programas que requiera consultar.

\*\* La solicitud de consulta técnica deberá presentarse al menos 20 días previos al inicio de transmisión de la campaña que se pretenda difundir.

I. DATOS GENERALES DE LA CAMPAÑA DE DIFUSIÓN	
<b>NOMBRE COMPLETO DE LA CAMPAÑA</b>	
"Mantenimiento", versiones "Once Noticias" y "Barra de opinión"	
<b>FECHA DE INICIO DE LAS TRANSMISIONES</b>	<b>FECHA DE TÉRMINO DE LAS TRANSMISIONES</b>
03/04/2017	03/06/2017
<b>DESCRIPCIÓN, ALCANCE Y POBLACIÓN OBJETIVO DE LA CAMPAÑA ***</b>	
Contenidos informativos y culturales de trascendencia para Canal Once como los noticiarios y la barra de opinión, dirigidos a todo público: mujeres y hombres de 03 a 64 años o más, con nivel socioeconómico ABC+, C, D+ y D. Cobertura de la campaña: a nivel nacional.	
<b>OBJETIVO DEL PROGRAMA GUBERNAMENTAL QUE SE DIFUNDIRÁ</b>	
- Objetivo 3.3 del Plan Nacional de Desarrollo 2013-2018: Ampliar el acceso a la cultura como un medio para la formación integral de los ciudadanos. - Objetivo 5 del Programa Sectorial de Educación 2013-2018: Promover y difundir el arte y la cultura como recursos formativos privilegiados para impulsar la educación integral.	

\*\*\* Adjunte los promocionales, propaganda o materiales que pretenda difundir.

II. ELEMENTOS JUSTIFICARIOS DE LA EXCEPCIÓN A LA CAMPAÑA		
SUPUESTO DE EXCEPCIÓN APLICABLE (Marque con una "X")	INDIQUE LAS RAZONES QUE MOTIVAN LA EXCEPCIÓN EN ESTE CASO	
Educación	<input checked="" type="checkbox"/>	Satisfacer las necesidades de entretenimiento de la audiencia, con información veraz y objetiva, así como con programas de calidad, a través de contenidos con temáticas variadas y enriquecedoras, que contribuyan al desarrollo humano del público diverso de Canal Once.
Salud	<input type="checkbox"/>	
Protección civil	<input type="checkbox"/>	
<b>INDIQUE LOS ARGUMENTOS PARA DIFUNDIR ESTA CAMPAÑA DURANTE EL PROCESO ELECTORAL</b>		
Para Canal Once es de vital importancia mantener la comunicación con su audiencia, informando a través de los medios de comunicación sobre la continua oferta programática en pantalla, en específico para los contenidos propios de mayor trascendencia como lo son los noticiarios y la barra de opinión, programas de revista cultural y de debate.		

	<b>DIRECCIÓN EJECUTIVA DE PRERROGATIVAS Y PARTIDOS POLÍTICOS</b>	
	<b>FORMULARIO PARA LA PRESENTACIÓN DE LA INFORMACIÓN MÍNIMA NECESARIA PARA LA ATENCIÓN DE LAS CONSULTAS TÉCNICAS RELACIONADAS CON LAS EXCEPCIONES PREVISTAS PARA LA DIFUSIÓN DE PROPAGANDA GUBERNAMENTAL</b>	<b>FORM/DEPPP/DAI/001</b>
	<b>Versión 1.0</b>	

<b>INDIQUE LOS FUNDAMENTOS DE LAS FACULTADES DEL ÓRGANO PARA DIFUNDIR PROGRAMAS GUBERNAMENTALES</b>
<p>Canal Once tiene autorizada por la Ley Federal de Presupuesto y Responsabilidad Hacendaria de la Secretaría de Hacienda y Crédito Público, el uso de la partida 36101 que corresponde a la difusión de mensajes sobre programas y actividades gubernamentales, asignaciones destinadas a cubrir los gastos de realización y difusión de mensajes y campañas para informar a la población sobre los programas, servicios públicos y el quehacer gubernamental en general.</p>

<b>III. DATOS DEL CONTACTO</b>	
<b>NOMBRE COMPLETO</b>	
Lic. Laura Aguilera Fierro	
<b>CARGO</b>	
Directora de Comunicación y Relaciones Públicas	
<b>TELÉFONO</b>	<b>CORREO ELECTRÓNICO</b>
53 56 11 11 ext. 60185	laguilera@canalonce.ipn.mx

<b>INFORMACIÓN ADICIONAL</b>
<p>Los materiales que se consideran para la difusión de esta campaña, como el resto que autoriza la Coordinación de estrategia y Mensaje Gubernamental de la Presidencia de la República para otras campañas del Canal, sólo incluyen el logo de la Televisora como única identidad institucional, sin hacer referencia a alguna otra institución o dependencia de Gobierno Federal, y su contenido no influirá en las preferencias electorales de los ciudadanos, ya sea a favor o en contra de determinado partido político o candidato.</p>

	<b>DIRECCIÓN EJECUTIVA DE PRERROGATIVAS Y PARTIDOS POLÍTICOS</b>	
	<b>FORMULARIO PARA LA PRESENTACIÓN DE LA INFORMACIÓN MÍNIMA NECESARIA PARA LA ATENCIÓN DE LAS CONSULTAS TÉCNICAS RELACIONADAS CON LAS EXCEPCIONES PREVISTAS PARA LA DIFUSIÓN DE PROPAGANDA GUBERNAMENTAL</b>	<b>FORM/DEPPP/DAI/001</b>
	<b>Versión 1.0</b>	

INSTITUCIÓN / ORGANISMO RESPONSABLE DE LA CAMPAÑA DE DIFUSIÓN*	FECHA**
COMISIÓN NACIONAL DE CULTURA FÍSICA Y DEPORTE	07/12/2016

\* Utilice un formato para cada una de las campañas o programas que requiera consultar.

\*\* La solicitud de consulta técnica deberá presentarse al menos 20 días previos al inicio de transmisión de la campaña que se pretenda difundir.

I. DATOS GENERALES DE LA CAMPAÑA DE DIFUSIÓN	
<b>NOMBRE COMPLETO DE LA CAMPAÑA</b>	
MUÉVETE VERSIÓN MUÉVETE EN EL TRABAJO.	
<b>FECHA DE INICIO DE LAS TRANSMISIONES</b>	<b>FECHA DE TÉRMINO DE LAS TRANSMISIONES</b>
1 ABRIL DEL 2016	30 JUNIO DEL 2016
<b>DESCRIPCIÓN, ALCANCE Y POBLACIÓN OBJETIVO DE LA CAMPAÑA ***</b>	
CONADE FOMENTA LA ACTIVACIÓN Y EL DEPORTE EN TODOS LOS ÁMBITOS SOCIALES COTIDIANOS, PERSONAS ENTRE LOS 18 Y 70 AÑOS DE EDAD QUE TRABAJAN EN OFICINAS Y PASAN LA MAYOR PARTE DEL DÍA SENTADOS.	
<b>OBJETIVO DEL PROGRAMA GUBERNAMENTAL QUE SE DIFUNDIRÁ</b>	
PROPICIAR ENTRE LA POBLACIÓN LABORAL UN INTERÉS MAYOR POR EL DEPORTE Y LA ACTIVACIÓN FÍSICA.	

\*\*\* Adjunte los promocionales, propaganda o materiales que pretenda difundir.

II. ELEMENTOS JUSTIFICATORIOS DE LA EXCEPCIÓN A LA CAMPAÑA								
<b>SUPUESTO DE EXCEPCIÓN APLICABLE</b> (Marque con una "X")	<b>INDIQUE LAS RAZONES QUE MOTIVAN LA EXCEPCIÓN EN ESTE CASO</b>							
<table border="1" style="width: 100%;"> <tr> <td style="width: 50%;">Educación</td> <td style="width: 50%; text-align: center;">( X )</td> </tr> <tr> <td>Salud</td> <td style="text-align: center;">( )</td> </tr> <tr> <td>Protección civil</td> <td style="text-align: center;">( )</td> </tr> </table>	Educación	( X )	Salud	( )	Protección civil	( )	LA CREACIÓN DE HÁBITOS DEPORTIVOS Y DE ACTIVACIÓN EN LA FUERZA LABORAL Y PRODUCTIVA CONTRIBUYE A MEJORAR LA CALIDAD DE VIDA DE LA POBLACIÓN, A DISMINUIR LA OBESIDAD Y PREVENIR LA DIABETES.	
Educación	( X )							
Salud	( )							
Protección civil	( )							
<b>INDIQUE LOS ARGUMENTOS PARA DIFUNDIR ESTA CAMPAÑA DURANTE EL PROCESO ELECTORAL</b>								
CABE SEÑALAR QUE LA ACTIVIDAD FÍSICA Y EL DEPORTE SON CONSIDERADOS ELEMENTOS INDISOLUBLES DE LA EDUCACIÓN PARA FORMAR SUJETOS QUE EJERCITEN SU CUERPO Y SU MENTE INTEGRALMENTE EN NUESTRO PAÍS. EN MÉXICO SE TIENE COMO UNO DE SUS RETOS PRINCIPALES GENERALIZAR LA PRÁCTICA DE LA ACTIVIDAD FÍSICA Y EL DEPORTE ENTRE LA POBLACIÓN, YA QUE ESTAS SON HERRAMIENTAS FUNDAMENTALES PARA EL COMBATE DE ENFERMEDADES TALES COMO: OBESIDAD, DIABETES MELLITUS, HIPERTENSIÓN ARTERIAL, ASÍ COMO PARA LA DISMINUCIÓN DE LA VIOLENCIA ENTRE OTROS BENEFICIOS SOCIALES.								

	<b>DIRECCIÓN EJECUTIVA DE PRERROGATIVAS Y PARTIDOS POLÍTICOS</b>	
	<b>FORMULARIO PARA LA PRESENTACIÓN DE LA INFORMACIÓN MÍNIMA NECESARIA PARA LA ATENCIÓN DE LAS CONSULTAS TÉCNICAS RELACIONADAS CON LAS EXCEPCIONES PREVISTAS PARA LA DIFUSIÓN DE PROPAGANDA GUBERNAMENTAL</b>	<b>FORM/DEPPP/DAI/001</b>
	<b>Versión 1.0</b>	

DE ACUERDO CON LA OMS, AL MENOS 60 POR CIENTO DE LA POBLACIÓN MUNDIAL NO REALIZA LA ACTIVIDAD FÍSICA NECESARIA. LA CAMPAÑA DE LA CONADE DEBE COMBATIR EL SEDENTARISMO EN LAS OFICINAS QUE ESTÁ ACRECENTANDO ENFERMEDADES QUE PUEDEN DISMINUIR LA ESPERANZA DE VIDA DE LA POBLACIÓN.

**INDIQUE LOS FUNDAMENTOS DE LAS FACULTADES DEL ÓRGANO PARA DIFUNDIR PROGRAMAS GUBERNAMENTALES**

ESTA JUSTIFICACIÓN SE ELABORA CON FUNDAMENTO EN LO DISPUESTO EN **EL ARTÍCULO 134** DE LA CONSTITUCIÓN POLÍTICA DE LOS ESTADOS UNIDOS MEXICANOS; A LO ESTABLECIDO EN **EL ARTÍCULO 27, FRACCIÓN XXXIX** DE LA LEY ORGÁNICA DE LA ADMINISTRACIÓN PÚBLICA FEDERAL, DONDE COMPETE A LA SECRETARÍA DE GOBERNACIÓN FORMULAR, REGULAR Y CONDUCIR LA POLÍTICA DE COMUNICACIÓN SOCIAL DEL GOBIERNO FEDERAL, ASÍ COMO LAS RELACIONES CON LOS MEDIOS MASIVOS DE INFORMACIÓN Y ORIENTAR, AUTORIZAR, COORDINAR, SUPERVISAR Y EVALUAR LOS PROGRAMAS DE COMUNICACIÓN SOCIAL DE LAS DEPENDENCIAS DEL SECTOR PÚBLICO FEDERAL.

**EL ARTÍCULO 17**, PÁRRAFO SEXTO DEL PRESUPUESTO DE EGRESOS DE LA FEDERACIÓN PARA EL EJERCICIO FISCAL 2017, LA SECRETARÍA DE GOBERNACIÓN DEBE AUTORIZAR LAS ESTRATEGIAS Y PROGRAMAS DE COMUNICACIÓN SOCIAL Y REGISTRAR LOS GASTOS DERIVADOS DE LAS PARTIDAS RELATIVAS A LA DIFUSIÓN DE MENSAJES SOBRE PROGRAMAS Y ACTIVIDADES GUBERNAMENTALES; DIFUSIÓN DE MENSAJES COMERCIALES PARA PROMOVER LA VENTA DE PRODUCTOS O SERVICIOS; E INFORMACIÓN EN MEDIOS MASIVOS DERIVADA DE LA OPERACIÓN Y ADMINISTRACIÓN DE LAS DEPENDENCIAS Y ENTIDADES, DE CONFORMIDAD CON LAS DISPOSICIONES GENERALES QUE PARA TAL EFECTO PUBLIQUE EN EL DIARIO OFICIAL DE LA FEDERACIÓN. ASI MISMO **EL ARTÍCULO 38** DE LA LEY FEDERAL DE PRESUPUESTO Y RESPONSABILIDADES HACENDARIAS.

EL 29 DE DICIEMBRE DE 2016 SE PUBLICÓ EN EL DIARIO OFICIAL DE LA FEDERACIÓN 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.

**ARTÍCULO 1o.-** LOS PRESENTES LINEAMIENTOS TIENEN POR OBJETO ESTABLECER LAS BASES PARA LA ORIENTACIÓN, PLANEACIÓN, AUTORIZACIÓN, COORDINACIÓN, SUPERVISIÓN Y EVALUACIÓN DE LAS ESTRATEGIAS, LOS PROGRAMAS Y CAMPAÑAS DE COMUNICACIÓN SOCIAL Y PUBLICIDAD DE LAS DEPENDENCIAS Y ENTIDADES DE LA ADMINISTRACIÓN PÚBLICA FEDERAL PARA EL EJERCICIO FISCAL 2017.

**ARTÍCULO 4o.-** LAS DEPENDENCIAS Y ENTIDADES QUE CUENTEN CON RECURSOS EN LAS PARTIDAS 36101 Y 36201 DEL CLASIFICADOR POR OBJETO DEL GASTO PARA LA ADMINISTRACIÓN PÚBLICA FEDERAL, DEBEN ELABORAR UNA ESTRATEGIA ANUAL DE COMUNICACIÓN SOCIAL O DE PROMOCIÓN Y PUBLICIDAD, SEGÚN CORRESPONDA, LA CUAL DEBE AUTORIZAR LA SECRETARÍA, A TRAVÉS DE LA DIRECCIÓN GENERAL DE NORMATIVIDAD DE COMUNICACIÓN.

**LA LEY GENERAL DE CULTURA FÍSICA Y DEPORTE**

**ARTÍCULO 99.** LA CONADE PROMOVERÁ, COORDINARÁ E IMPULSARÁ EN COORDINACIÓN CON LA SEP LA ENSEÑANZA, INVESTIGACIÓN, DIFUSIÓN DEL DESARROLLO TECNOLÓGICO, LA APLICACIÓN DE LOS CONOCIMIENTOS CIENTÍFICOS EN MATERIA DE ACTIVACIÓN FÍSICA, CULTURA FÍSICA Y DEPORTE, ASÍ COMO LA CONSTRUCCIÓN DE CENTROS DE ENSEÑANZA Y CAPACITACIÓN DE ESTAS ACTIVIDADES.

	<b>DIRECCIÓN EJECUTIVA DE PRERROGATIVAS Y PARTIDOS POLÍTICOS</b>	
	<b>FORMULARIO PARA LA PRESENTACIÓN DE LA INFORMACIÓN MÍNIMA NECESARIA PARA LA ATENCIÓN DE LAS CONSULTAS TÉCNICAS RELACIONADAS CON LAS EXCEPCIONES PREVISTAS PARA LA DIFUSIÓN DE PROPAGANDA GUBERNAMENTAL</b>	<b>FORM/DEPPP/DAI/001</b>
	<b>Versión 1.0</b>	

**EL REGLAMENTO DE LA LEY GENERAL DE CULTURA FÍSICA Y DEPORTE**

**ARTÍCULO 3.** LOS PROGRAMAS, SUBSIDIOS, APOYOS Y DEMÁS ACCIONES QUE SE LLEVEN A CABO EN MATERIA DE CULTURA FÍSICA Y DEPORTE, EN LAS QUE SE EJERZAN RECURSOS DE CARÁCTER FEDERAL, DEBERÁN CUMPLIR CON LAS FINALIDADES Y PRINCIPIOS PREVISTOS EN LOS ARTÍCULOS 2 Y 3 DE LA LEY; SE SUJETARÁN A LA DISPONIBILIDAD QUE SE HAYA DETERMINADO PARA TAL FIN EN EL PRESUPUESTO DE EGRESOS DE LA FEDERACIÓN DEL EJERCICIO FISCAL REGLAMENTO DE LA LEY GENERAL DE CULTURA FÍSICA Y DEPORTE CÁMARA DE DIPUTADOS DEL H. CONGRESO DE LA UNIÓN SECRETARÍA GENERAL SECRETARÍA DE SERVICIOS PARLAMENTARIOS ÚLTIMA REFORMA DOF 27-02-2015 2 DE 51 CORRESPONDIENTE, Y DEBERÁN AJUSTARSE A LAS DISPOSICIONES Y ORDENAMIENTOS APLICABLES EN MATERIA PRESUPUESTARIA.

**ARTÍCULO 72.** DENTRO DE SU ÁMBITO DE COMPETENCIA, LA CONADE EN COORDINACIÓN CON LA SEP, IMPULSARÁ LA ENSEÑANZA, INVESTIGACIÓN, DIFUSIÓN DEL DESARROLLO TECNOLÓGICO, LA APLICACIÓN DE LOS CONOCIMIENTOS CIENTÍFICOS EN MATERIA DE CULTURA FÍSICA Y DEPORTE.

**ARTÍCULO 80.** LA CONADE, DE ACUERDO CON LO DISPUESTO EN LA LEY, PROCURARÁ LA DIFUSIÓN DE PROGRAMAS RELACIONADOS CON LA PRÁCTICA DE LAS ACTIVIDADES FÍSICAS Y DEPORTIVAS

<b>III. DATOS DEL CONTACTO</b>	
<b>NOMBRE COMPLETO</b>	
MARÍA BÁRBARA ADRIANA TÉLLEZ YUREN	
<b>CARGO</b>	
COORDINADORA DE COMUNICACIÓN SOCIAL	
<b>TELÉFONO</b>	<b>CORREO ELECTRÓNICO</b>
59275200 EXT. 1801	adriana.tellez@conade.gob.mx

<b>INFORMACIÓN ADICIONAL</b>
PROPICIAR ENTRE LA POBLACIÓN LABORAL UN INTERÉS MAYOR POR EL DEPORTE Y LA ACTIVACIÓN FÍSICA.

	<b>DIRECCIÓN EJECUTIVA DE PRERROGATIVAS Y PARTIDOS POLÍTICOS</b>	
	<b>FORMULARIO PARA LA PRESENTACIÓN DE LA INFORMACIÓN MÍNIMA NECESARIA PARA LA ATENCIÓN DE LAS CONSULTAS TÉCNICAS RELACIONADAS CON LAS EXCEPCIONES PREVISTAS PARA LA DIFUSIÓN DE PROPAGANDA GUBERNAMENTAL</b>	<b>FORM/DEPPP/DAI/001</b>
	Versión 1.0	

INSTITUCIÓN / ORGANISMO RESPONSABLE DE LA CAMPAÑA DE DIFUSIÓN*	FECHA**
Secretaría de Educación Pública	05/01/2017

\* Utilice un formato para cada una de las campañas o programas que requiera consultar.

\*\* La solicitud de consulta técnica deberá presentarse al menos 20 días previos al inicio de transmisión de la campaña que se pretenda difundir.

I. DATOS GENERALES DE LA CAMPAÑA DE DIFUSIÓN	
<b>NOMBRE COMPLETO DE LA CAMPAÑA</b>	
Reforma Educativa, versión Nuevo Modelo Educativo.	
<b>FECHA DE INICIO DE LAS TRANSMISIONES</b>	<b>FECHA DE TÉRMINO DE LAS TRANSMISIONES</b>
01/02/2017	31/07/2017
<b>DESCRIPCIÓN, ALCANCE Y POBLACIÓN OBJETIVO DE LA CAMPAÑA ***</b>	
<p>El Artículo 3º de la Constitución establece que el sistema educativo debe desarrollar “armónicamente, todas las facultades del ser humano y fomentará en él, a la vez, el amor a la Patria, el respeto a los derechos humanos y la conciencia de la solidaridad internacional, en la independencia y en la justicia.” Para hacer realidad estos principios, es fundamental plantear qué mexicanos queremos formar y tener claridad sobre los resultados que esperamos de nuestro sistema educativo. Se requiere, además, que el sistema educativo cuente con la flexibilidad suficiente para alcanzar estos resultados en la amplia diversidad de contextos sociales, culturales y étnicos de México.</p> <p>En este sentido nos enfrentamos a la necesidad de construir un México más libre, justo y próspero, que forma parte de un mundo cada vez más interconectado, complejo y desafiante. En ese escenario, la Reforma Educativa nos da la oportunidad de sentar las bases para que cada mexicana y mexicano, y por ende nuestra nación, alcancen su máximo potencial.</p> <p>Es por ello que el principal objetivo de la Reforma Educativa es que la Educación pública, Básica y Media Superior, además de ser laica y gratuita, sea de calidad e incluyente. Esto significa no sólo que el Estado debe garantizar el acceso a la escuela a todos los niños, niñas y jóvenes —independientemente de su entorno socioeconómico, origen étnico o género— sino que la educación que reciban les proporcione aprendizajes y conocimientos significativos, relevantes y útiles para la vida. Este mandato recoge el Nuevo Modelo Educativo.</p> <p>La campaña tiene un carácter nacional por lo que la población objetivo de esta campaña y versión son mujeres y hombres de zonas rurales y urbanas con un rango de edad entre los 12 a 18, 19 a 24, 25 a 34, 35 a 44, 45 a 64, 65 o más años; NSE C+ / C / D / E.</p>	
<b>OBJETIVO DEL PROGRAMA GUBERNAMENTAL QUE SE DIFUNDIRÁ</b>	
<p>El Nuevo Modelo Educativo reorganiza los principales componentes del sistema educativo nacional para que los estudiantes logren los aprendizajes que el siglo XXI exige y puedan formarse integralmente, tal como lo contempla el Artículo 3º constitucional. En ese sentido, el planteamiento pedagógico —es decir, la organización y los procesos que tienen lugar en la escuela, las prácticas pedagógicas en el aula y el currículo— constituye el corazón del modelo.</p>	

\*\*\* Adjunte los promocionales, propaganda o materiales que pretenda difundir.

	<b>DIRECCIÓN EJECUTIVA DE PRERROGATIVAS Y PARTIDOS POLÍTICOS</b>	
	<b>FORMULARIO PARA LA PRESENTACIÓN DE LA INFORMACIÓN MÍNIMA NECESARIA PARA LA ATENCIÓN DE LAS CONSULTAS TÉCNICAS RELACIONADAS CON LAS EXCEPCIONES PREVISTAS PARA LA DIFUSIÓN DE PROPAGANDA GUBERNAMENTAL</b>	<b>FORM/DEPPP/DAI/001</b>
	<b>Versión 1.0</b>	

**II. ELEMENTOS JUSTIFICATORIOS DE LA EXCEPCIÓN A LA CAMPAÑA**

SUPUESTO DE EXCEPCIÓN APLICABLE (Marque con una "X")		INDIQUE LAS RAZONES QUE MOTIVAN LA EXCEPCIÓN EN ESTE CASO
Educación	<input checked="" type="checkbox"/>	La educación es medio fundamental para adquirir, transmitir y acrecentar la cultura; es proceso permanente que contribuye al desarrollo del individuo y a la transformación de la sociedad, y es factor determinante para la adquisición de conocimientos y para formar a mujeres y a hombres, de manera que tengan sentido de responsabilidad social. Por ello consideramos de interés social la difusión de la versión "Nuevo Modelo Educativo".
Salud	<input type="checkbox"/>	
Protección civil	<input type="checkbox"/>	

**INDIQUE LOS ARGUMENTOS PARA DIFUNDIR ESTA CAMPAÑA DURANTE EL PROCESO ELECTORAL**

La campaña tendrá una vigencia amplia que abarcará 5 de los 6 meses del primer semestre del año y dado que es parte de los servicios educativos que tiene como mandato brindar la Secretaría de Educación Pública solicitamos la autorización de difusión durante el proceso electoral al amparo de los artículos 41, Base III, apartado C, de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos; 209, numeral 1, de la Ley General de Instituciones y Procedimientos Electorales; así como el artículo 7, numeral 7, del Reglamento de Radio y Televisión en Materia Electoral, establecen que, durante el tiempo que comprendan las campañas electorales, federales o locales, y hasta la conclusión de las jornadas comiciales respectivas, deberá suspenderse la difusión en los medios de comunicación social de toda propaganda gubernamental, excepto la relativa a las campañas de información de las autoridades electorales, servicios educativos y de salud, o las necesarias para la protección civil en casos de emergencia. .

**INDIQUE LOS FUNDAMENTOS DE LAS FACULTADES DEL ÓRGANO PARA DIFUNDIR PROGRAMAS GUBERNAMENTALES**

Lo dispuesto en el artículo 134 de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos; a lo establecido en el artículo 27, fracción XXXIX de la Ley Orgánica de la Administración Pública Federal, donde compete a la Secretaría de Gobernación formular, regular y conducir la política de Comunicación Social del Gobierno Federal, así como las relaciones con los medios masivos de información y orientar, autorizar, coordinar, supervisar y evaluar los programas de comunicación social de las dependencias del Sector Público Federal.

En el artículo 38 de la Ley Federal de Presupuesto y Responsabilidad Hacendaria, donde se establece que le compete a dicha dependencia autorizar la programación y el ejercicio de los recursos destinados a comunicación social, para lo cual emite las disposiciones correspondientes.

El artículo 17, séptimo párrafo, del Presupuesto de Egresos de la Federación para el ejercicio fiscal 2017, igualmente establece la competencia de la Secretaría de Gobernación, para autorizar las estrategias y programas de comunicación social, así como registrar los gastos derivados de la ejecución de las mismas y la obligatoriedad de emitir las disposiciones correspondientes.

El 29 de diciembre de 2016 se publicó en el Diario Oficial de la Federación 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 (en adelante el Acuerdo), en cuyo artículo 1o. señala como su objeto el establecer las bases para la orientación, planeación, autorización, coordinación, supervisión y evaluación de la propaganda gubernamental, las estrategias, programas y Campañas de Comunicación Social y publicidad de las dependencias y entidades de la Administración Pública Federal.

En el mismo Acuerdo en su artículo 4o. marca que compete a la Secretaría de Gobernación, por conducto de la Dirección General de Normatividad de Comunicación (en adelante DGNC), autorizar la Estrategia y el Programa Anual de Comunicación

	<b>DIRECCIÓN EJECUTIVA DE PRERROGATIVAS Y PARTIDOS POLÍTICOS</b>	
	<b>FORMULARIO PARA LA PRESENTACIÓN DE LA INFORMACIÓN MÍNIMA NECESARIA PARA LA ATENCIÓN DE LAS CONSULTAS TÉCNICAS RELACIONADAS CON LAS EXCEPCIONES PREVISTAS PARA LA DIFUSIÓN DE PROPAGANDA GUBERNAMENTAL</b>	<b>FORM/DEPPP/DAI/001</b>
	<b>Versión 1.0</b>	

Social de las dependencias y entidades.

También el Reglamento Interno de la Secretaría de Educación Pública faculta a la Dirección General de Comunicación Social en su artículo 12, a:

“I. Informar a la opinión pública y a los medios de comunicación acerca de los asuntos competencia de la Secretaría;  
 II. Difundir los objetivos, programas y acciones de la Secretaría;  
 VIII. Proponer y aplicar los programas de comunicación social de la Secretaría, de conformidad con las políticas y lineamientos que establezca al efecto la Secretaría de Gobernación, y tramitar la aprobación de los programas de comunicación social de los órganos desconcentrados y de las entidades del sector educativo;  
 IX. Establecer políticas respecto a publicaciones periódicas de la Secretaría de carácter informativo y de difusión;  
 XII. Gestionar, promover y regular la transmisión por radio y televisión de materiales informativos y de difusión de la Secretaría, de los órganos desconcentrados y de las entidades paraestatales que lo requieran.”

<b>III. DATOS DEL CONTACTO</b>	
<b>NOMBRE COMPLETO</b>	
Eduardo Gutiérrez Campos	
<b>CARGO</b>	
Director General de Comunicación Social	
<b>TELÉFONO</b>	<b>CORREO ELECTRÓNICO</b>
36011000, Ext.51472	eduardo.gutierrez@nube.sep.gob.mx

<b>INFORMACIÓN ADICIONAL</b>

	<b>DIRECCIÓN EJECUTIVA DE PRERROGATIVAS Y PARTIDOS POLÍTICOS</b>	
	<b>FORMULARIO PARA LA PRESENTACIÓN DE LA INFORMACIÓN MÍNIMA NECESARIA PARA LA ATENCIÓN DE LAS CONSULTAS TÉCNICAS RELACIONADAS CON LAS EXCEPCIONES PREVISTAS PARA LA DIFUSIÓN DE PROPAGANDA GUBERNAMENTAL</b>	FORM/DEPPP/DAI/001
	Versión 1.0	

INSTITUCIÓN / ORGANISMO RESPONSABLE DE LA CAMPAÑA DE DIFUSIÓN*	FECHA**
Secretaría de Educación Pública	05/01/2017

\* Utilice un formato para cada una de las campañas o programas que requiera consultar.

\*\* La solicitud de consulta técnica deberá presentarse al menos 20 días previos al inicio de transmisión de la campaña que se pretenda difundir.

I. DATOS GENERALES DE LA CAMPAÑA DE DIFUSIÓN	
<b>NOMBRE COMPLETO DE LA CAMPAÑA</b>	
Reforma Educativa, versión Fortalecimiento al Desarrollo Profesional Docente	
<b>FECHA DE INICIO DE LAS TRANSMISIONES</b>	<b>FECHA DE TÉRMINO DE LAS TRANSMISIONES</b>
01/04/2017	31/07/2017
<b>DESCRIPCIÓN, ALCANCE Y POBLACIÓN OBJETIVO DE LA CAMPAÑA ***</b>	
<p>La calidad de las prácticas de enseñanza de los docentes es uno de los factores escolares que tiene mayor incidencia en el aprendizaje de los alumnos. Mejorar el servicio educativo que se ofrece en las escuelas significa fortalecer el trabajo de los maestros en el aula. Es por ello que, en el marco de la evaluación al servicio profesional docente y en la entrega de resultados de la misma, es indispensable mantener informados a las y los maestros sobre aquellas disposiciones que la autoridad deba implementar para tal efecto.</p> <p>Por lo tanto la campaña tendrán un carácter nacional por lo que la población objetivos de esta campaña y versión son mujeres y hombres de zonas rurales y urbanas con un rango de edad entre los 19 a 24, 25 a 34, 35 a 44, 45 a 64, 65 o más años; NSE C+ / C / D / E.</p>	
<b>OBJETIVO DEL PROGRAMA GUBERNAMENTAL QUE SE DIFUNDIRÁ</b>	
Mantener informados a las y los maestros sobre aquellas disposiciones que la autoridad deba implementar para el fortalecimiento de su actividad profesional.	

\*\*\* Adjunte los promocionales, propaganda o materiales que pretenda difundir.

II. ELEMENTOS JUSTIFICATORIOS DE LA EXCEPCIÓN A LA CAMPAÑA		
SUPUESTO DE EXCEPCIÓN APLICABLE (Marque con una "X")	INDIQUE LAS RAZONES QUE MOTIVAN LA EXCEPCIÓN EN ESTE CASO	
Educación	(X)	El Servicio Profesional Docente tiene como uno de sus propósitos el de mejorar, en un marco de inclusión y diversidad, la calidad de la educación y el cumplimiento de sus fines para el desarrollo integral de los educandos y el progreso del país, es por ello que es de suma importancia mantener informados a las y los maestros sobre aquellas disposiciones que la autoridad deba implementar para el fortalecimiento de su actividad profesional.
Salud	( )	
Protección civil	( )	

	<b>DIRECCIÓN EJECUTIVA DE PRERROGATIVAS Y PARTIDOS POLÍTICOS</b>	
	<b>FORMULARIO PARA LA PRESENTACIÓN DE LA INFORMACIÓN MÍNIMA NECESARIA PARA LA ATENCIÓN DE LAS CONSULTAS TÉCNICAS RELACIONADAS CON LAS EXCEPCIONES PREVISTAS PARA LA DIFUSIÓN DE PROPAGANDA GUBERNAMENTAL</b>	<b>FORM/DEPPP/DAI/001</b>
	<b>Versión 1.0</b>	

**INDIQUE LOS ARGUMENTOS PARA DIFUNDIR ESTA CAMPAÑA DURANTE EL PROCESO ELECTORAL**

La Ley General del Servicio Profesional Docente es reglamentaria de la fracción III del artículo 3o. de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, rige el Servicio Profesional Docente y establece los criterios, los términos y condiciones para el Ingreso, la Promoción, el Reconocimiento y la Permanencia en el Servicio. Las disposiciones de la presente Ley son de orden público e interés social, y de observancia general y obligatoria en los Estados Unidos Mexicanos.

**INDIQUE LOS FUNDAMENTOS DE LAS FACULTADES DEL ÓRGANO PARA DIFUNDIR PROGRAMAS GUBERNAMENTALES**

Lo dispuesto en el artículo 134 de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos; a lo establecido en el artículo 27, fracción XXXIX de la Ley Orgánica de la Administración Pública Federal, donde compete a la Secretaría de Gobernación formular, regular y conducir la política de Comunicación Social del Gobierno Federal, así como las relaciones con los medios masivos de información y orientar, autorizar, coordinar, supervisar y evaluar los programas de comunicación social de las dependencias del Sector Público Federal.

En el artículo 38 de la Ley Federal de Presupuesto y Responsabilidad Hacendaria, donde se establece que le compete a dicha dependencia autorizar la programación y el ejercicio de los recursos destinados a comunicación social, para lo cual emite las disposiciones correspondientes.

El artículo 17, séptimo párrafo, del Presupuesto de Egresos de la Federación para el ejercicio fiscal 2017, igualmente establece la competencia de la Secretaría de Gobernación, para autorizar las estrategias y programas de comunicación social, así como registrar los gastos derivados de la ejecución de las mismas y la obligatoriedad de emitir las disposiciones correspondientes.

El 29 de diciembre de 2016 se publicó en el Diario Oficial de la Federación 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 (en adelante el Acuerdo), en cuyo artículo 1o. señala como su objeto el establecer las bases para la orientación, planeación, autorización, coordinación, supervisión y evaluación de la propaganda gubernamental, las estrategias, programas y Campañas de Comunicación Social y publicidad de las dependencias y entidades de la Administración Pública Federal.

En el mismo Acuerdo en su artículo 4o. marca que compete a la Secretaría de Gobernación, por conducto de la Dirección General de Normatividad de Comunicación (en adelante DGNC), autorizar la Estrategia y el Programa Anual de Comunicación Social de las dependencias y entidades.

También el Reglamento Interno de la Secretaría de Educación Pública faculta a la Dirección General de Comunicación Social en su artículo 12, a:

- I. Informar a la opinión pública y a los medios de comunicación acerca de los asuntos competencia de la Secretaría;
- II. Difundir los objetivos, programas y acciones de la Secretaría;
- VIII. Proponer y aplicar los programas de comunicación social de la Secretaría, de conformidad con las políticas y lineamientos que establezca al efecto la Secretaría de Gobernación, y tramitar la aprobación de los programas de comunicación social de los órganos desconcentrados y de las entidades del sector educativo;
- IX. Establecer políticas respecto a publicaciones periódicas de la Secretaría de carácter informativo y de difusión;
- XII. Gestionar, promover y regular la transmisión por radio y televisión de materiales informativos y de difusión de la Secretaría, de los órganos desconcentrados y de las entidades paraestatales que lo requieran."

**III. DATOS DEL CONTACTO**

 <b>INE</b> Instituto Nacional Electoral	<b>DIRECCIÓN EJECUTIVA DE PRERROGATIVAS Y PARTIDOS POLÍTICOS</b>	
	<b>FORMULARIO PARA LA PRESENTACIÓN DE LA INFORMACIÓN MÍNIMA          NECESARIA PARA LA ATENCIÓN DE LAS CONSULTAS TÉCNICAS RELACIONADAS          CON LAS EXCEPCIONES PREVISTAS PARA LA DIFUSIÓN DE PROPAGANDA          GUBERNAMENTAL</b>	
	FORM/DEPPP/DAI/001	Versión 1.0

<b>NOMBRE COMPLETO</b>	
Eduardo Gutiérrez Campos	
<b>CARGO</b>	
Director General de Comunicación Social	
<b>TELÉFONO</b>	<b>CORREO ELECTRÓNICO</b>
36011000, Ext.51472	eduardo.gutierrez@nube.sep.gob.mx

<b>INFORMACIÓN ADICIONAL</b>

	<b>DIRECCIÓN EJECUTIVA DE PRERROGATIVAS Y PARTIDOS POLÍTICOS</b>	
	<b>FORMULARIO PARA LA PRESENTACIÓN DE LA INFORMACIÓN MÍNIMA NECESARIA PARA LA ATENCIÓN DE LAS CONSULTAS TÉCNICAS RELACIONADAS CON LAS EXCEPCIONES PREVISTAS PARA LA DIFUSIÓN DE PROPAGANDA GUBERNAMENTAL</b>	<b>FORM/DEPPP/DAI/001</b>
	<b>Versión 1.0</b>	

INSTITUCIÓN / ORGANISMO RESPONSABLE DE LA CAMPAÑA DE DIFUSIÓN*	FECHA**
Secretaría de Educación Pública	05/01/2017

\* Utilice un formato para cada una de las campañas o programas que requiera consultar.

\*\* La solicitud de consulta técnica deberá presentarse al menos 20 días previos al inicio de transmisión de la campaña que se pretenda difundir.

I. DATOS GENERALES DE LA CAMPAÑA DE DIFUSIÓN	
<b>NOMBRE COMPLETO DE LA CAMPAÑA</b>	
Quehacer Educativo, versión Premio Nacional de Ciencias 2017.	
<b>FECHA DE INICIO DE LAS TRANSMISIONES</b>	<b>FECHA DE TÉRMINO DE LAS TRANSMISIONES</b>
01/04/2017	31/07/2017
<b>DESCRIPCIÓN, ALCANCE Y POBLACIÓN OBJETIVO DE LA CAMPAÑA ***</b>	
<p>El Premio Nacional de Ciencias constituye el máximo reconocimiento que otorga el Gobierno de la República a mexicanos por nacimiento o naturalización, cuya trayectoria singular y aportaciones a la ciencia y la tecnología son ejemplo que engrandece nuestra identidad nacional.</p> <p>La ciencia y el desarrollo científico y tecnológico dan lugar a innovaciones que solucionan problemas y benefician a la sociedad, transforman los espacios en los que nos desenvolvemos y generan nuevos campos del saber. Por ello, se otorga a las personas que contribuyen al progreso en nuestro país.</p> <p>Está dirigido a todas las instituciones de educación superior, de investigación en todo el país que se encuentren facultadas para nominar candidatos.</p>	
<b>OBJETIVO DEL PROGRAMA GUBERNAMENTAL QUE SE DIFUNDIRÁ</b>	
<p>Difundir la convocatoria 2017 al Premio Nacional de Ciencias para informar a las instituciones o agrupaciones que faculte el Consejo de Premiación para que postulen a mexicanas y mexicanos destacados por su trayectoria y contribución en los campos de Ciencias Físico-Matemáticas y Naturales, y Tecnología, Innovación y Diseño.</p>	

\*\*\* Adjunte los promocionales, propaganda o materiales que pretenda difundir.

II. ELEMENTOS JUSTIFICATORIOS DE LA EXCEPCIÓN A LA CAMPAÑA		
SUPUESTO DE EXCEPCIÓN APLICABLE (Marque con una "X")	INDIQUE LAS RAZONES QUE MOTIVAN LA EXCEPCIÓN EN ESTE CASO	
Educación	(X)	El artículo 49 de la Ley de Estímulos, Premios y Recompensas Civiles establece que "Para conceder estos premios debe mediar convocatoria y que el beneficiario haya sido propuesto conforme a ésta. Al efecto, dentro de los tres primeros meses del año, el Consejo de Premiación formulará y dará publicidad a la lista de las instituciones o agrupaciones a las que habrá de dirigirse para invitarlas a que propongan candidatos y las cuáles serán las únicas con facultad para hacerlo."
Salud	( )	
Protección civil	( )	

	<b>DIRECCIÓN EJECUTIVA DE PRERROGATIVAS Y PARTIDOS POLÍTICOS</b>	
	<b>FORMULARIO PARA LA PRESENTACIÓN DE LA INFORMACIÓN MÍNIMA NECESARIA PARA LA ATENCIÓN DE LAS CONSULTAS TÉCNICAS RELACIONADAS CON LAS EXCEPCIONES PREVISTAS PARA LA DIFUSIÓN DE PROPAGANDA GUBERNAMENTAL</b>	<b>FORM/DEPPP/DAI/001</b>
	<b>Versión 1.0</b>	

**INDIQUE LOS ARGUMENTOS PARA DIFUNDIR ESTA CAMPAÑA DURANTE EL PROCESO ELECTORAL**

Dado que la Ley de Estímulos, Premios y Recompensas Civiles establece que la convocatoria debe publicarse dentro de los tres primeros meses del año y que de manera posterior deberá promoverse se manera pública su contenido y alcance, se estará difundiendo una campaña por diversos medios.

**INDIQUE LOS FUNDAMENTOS DE LAS FACULTADES DEL ÓRGANO PARA DIFUNDIR PROGRAMAS GUBERNAMENTALES**

Lo dispuesto en el artículo 134 de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos; a lo establecido en el artículo 27, fracción XXXIX de la Ley Orgánica de la Administración Pública Federal, donde compete a la Secretaría de Gobernación formular, regular y conducir la política de Comunicación Social del Gobierno Federal, así como las relaciones con los medios masivos de información y orientar, autorizar, coordinar, supervisar y evaluar los programas de comunicación social de las dependencias del Sector Público Federal.

En el artículo 38 de la Ley Federal de Presupuesto y Responsabilidad Hacendaria, donde se establece que le compete a dicha dependencia autorizar la programación y el ejercicio de los recursos destinados a comunicación social, para lo cual emite las disposiciones correspondientes.

La Ley de Estímulos, Premios y Recompensas Civiles, en sus artículos 44, 45, 46, 47, 48, 49, 50 y 51.

El artículo 17, séptimo párrafo, del Presupuesto de Egresos de la Federación para el ejercicio fiscal 2017, igualmente establece la competencia de la Secretaría de Gobernación, para autorizar las estrategias y programas de comunicación social, así como registrar los gastos derivados de la ejecución de las mismas y la obligatoriedad de emitir las disposiciones correspondientes.

El 29 de diciembre de 2016 se publicó en el Diario Oficial de la Federación 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 (en adelante el Acuerdo), en cuyo artículo 1o. señala como su objeto el establecer las bases para la orientación, planeación, autorización, coordinación, supervisión y evaluación de la propaganda gubernamental, las estrategias, programas y Campañas de Comunicación Social y publicidad de las dependencias y entidades de la Administración Pública Federal.

En el mismo Acuerdo en su artículo 4o. marca que compete a la Secretaría de Gobernación, por conducto de la Dirección General de Normatividad de Comunicación (en adelante DGNC), autorizar la Estrategia y el Programa Anual de Comunicación Social de las dependencias y entidades.

También el Reglamento Interno de la Secretaría de Educación Pública faculta a la Dirección General de Comunicación Social en su artículo 12, a:

- “I. Informar a la opinión pública y a los medios de comunicación acerca de los asuntos competencia de la Secretaría;
- II. Difundir los objetivos, programas y acciones de la Secretaría;
- VIII. Proponer y aplicar los programas de comunicación social de la Secretaría, de conformidad con las políticas y lineamientos que establezca al efecto la Secretaría de Gobernación, y tramitar la aprobación de los programas de comunicación social de los órganos desconcentrados y de las entidades del sector educativo;
- IX. Establecer políticas respecto a publicaciones periódicas de la Secretaría de carácter informativo y de difusión;
- XII. Gestionar, promover y regular la transmisión por radio y televisión de materiales informativos y de difusión de la Secretaría, de los órganos desconcentrados y de las entidades paraestatales que lo requieran.”

	<b>DIRECCIÓN EJECUTIVA DE PRERROGATIVAS Y PARTIDOS POLÍTICOS</b>	
	<b>FORMULARIO PARA LA PRESENTACIÓN DE LA INFORMACIÓN MÍNIMA NECESARIA PARA LA ATENCIÓN DE LAS CONSULTAS TÉCNICAS RELACIONADAS CON LAS EXCEPCIONES PREVISTAS PARA LA DIFUSIÓN DE PROPAGANDA GUBERNAMENTAL</b>	<b>FORM/DEPPP/DAI/001</b>
	<b>Versión 1.0</b>	

<b>III. DATOS DEL CONTACTO</b>	
<b>NOMBRE COMPLETO</b>	
Eduardo Gutiérrez Campos	
<b>CARGO</b>	
Director General de Comunicación Social	
<b>TELÉFONO</b>	<b>CORREO ELECTRÓNICO</b>
36011000, Ext.51472	eduardo.gutierrez@nube.sep.gob.mx

<b>INFORMACIÓN ADICIONAL</b>
Formato de guion de radio para la Convocatoria al Premio Nacional de Ciencias 2017
<p>OPERADOR    ENTRA MÚSICA Y BAJA A FONDO          VOZ:    La Secretaría de Educación Pública convoca a instituciones del ámbito educativo, científico y tecnológico del país para proponer candidatos al Premio Nacional de Ciencias.</p> <p>OPERADOR    MEZCLA CON OTRA MÚSICA QUE BAJA A FONDO          VOZ:    Con este Premio se reconoce la trascendencia de los actos u obras de las y los mexicanos que han contribuido de manera significativa a generar conocimiento científico y avances tecnológicos.</p> <p>OPERADOR    ROMPE MÚSICA CON FX Y ENTRA VOZ EN FRÍO          VOZ:    Fecha límite para el registro de candidaturas 8 de agosto de 2017. <b>(fecha tentativa)</b></p> <p>OPERADOR    ENTRA MÚSICA QUE BAJA A FONDO          VOZ 1:   Consulta las bases en <a href="http://www.gob.mx/sep">www.gob.mx/sep</a></p> <p>OPERADOR    GOLPE MUSICAL          VOZ:    Secretaría de Educación Pública. Este programa es público, ajeno a cualquier partido político. Queda prohibido el uso para fines distintos a los establecidos en el programa.</p> <p>OPERADOR    SIN MÚSICA</p>

	<b>DIRECCIÓN EJECUTIVA DE PRERROGATIVAS Y PARTIDOS POLÍTICOS</b>	
	<b>FORMULARIO PARA LA PRESENTACIÓN DE LA INFORMACIÓN MÍNIMA NECESARIA PARA LA ATENCIÓN DE LAS CONSULTAS TÉCNICAS RELACIONADAS CON LAS EXCEPCIONES PREVISTAS PARA LA DIFUSIÓN DE PROPAGANDA GUBERNAMENTAL</b>	<b>FORM/DEPPP/DAI/001</b>
	<b>Versión 1.0</b>	

INSTITUCIÓN / ORGANISMO RESPONSABLE DE LA CAMPAÑA DE DIFUSIÓN*	FECHA**
Secretaría de Educación Pública	05/01/2017

\* Utilice un formato para cada una de las campañas o programas que requiera consultar.

\*\* La solicitud de consulta técnica deberá presentarse al menos 20 días previos al inicio de transmisión de la campaña que se pretenda difundir.

I. DATOS GENERALES DE LA CAMPAÑA DE DIFUSIÓN	
<b>NOMBRE COMPLETO DE LA CAMPAÑA</b>	
Quehacer Educativo, versión Becas 2017	
<b>FECHA DE INICIO DE LAS TRANSMISIONES</b>	<b>FECHA DE TÉRMINO DE LAS TRANSMISIONES</b>
01/04/2017	31/07/2017
<b>DESCRIPCIÓN, ALCANCE Y POBLACIÓN OBJETIVO DE LA CAMPAÑA ***</b>	
<p>La Secretaría de Educación Pública, de manera conjunta con otras instituciones educativas, pone a disposición de la sociedad un portal de becas que brinda al usuario la posibilidad de conocer las distintas becas que se ofrecen, así como los requisitos, documentos y proceso para su otorgamiento; En el mismo portal podrá además, mediante un procedimiento ágil y transparente, llenar en línea su solicitud de beca y conocer el estado en que se encuentre la misma hasta que se determine si procedió o no su autorización.</p> <p>Por lo tanto la campaña tendrán un carácter nacional por lo que la población objetivos de esta campaña y versión son mujeres y hombres de zonas rurales y urbanas con un rango de edad entre los 12 a 18, 19 a 24, 25 a 34, 35 a 44, 45 a 64, 65 o más años; NSE C+ / C / D / E.</p>	
<b>OBJETIVO DEL PROGRAMA GUBERNAMENTAL QUE SE DIFUNDIRÁ</b>	
<p>Promover entre la población las diferentes modalidades de becas que el sistema educativo nacional tiene para permanecer o continuar con los estudios.</p>	

\*\*\* Adjunte los promocionales, propaganda o materiales que pretenda difundir.

II. ELEMENTOS JUSTIFICATORIOS DE LA EXCEPCIÓN A LA CAMPAÑA		
SUPUESTO DE EXCEPCIÓN APLICABLE (Marque con una "X")	INDIQUE LAS RAZONES QUE MOTIVAN LA EXCEPCIÓN EN ESTE CASO	
Educación	(X)	Es parte fundamental de los servicios educativos que brindan las distintas instituciones de educación del país.
Salud	( )	
Protección civil	( )	
<b>INDIQUE LOS ARGUMENTOS PARA DIFUNDIR ESTA CAMPAÑA DURANTE EL PROCESO ELECTORAL</b>		

	<b>DIRECCIÓN EJECUTIVA DE PRERROGATIVAS Y PARTIDOS POLÍTICOS</b>	
	<b>FORMULARIO PARA LA PRESENTACIÓN DE LA INFORMACIÓN MÍNIMA NECESARIA PARA LA ATENCIÓN DE LAS CONSULTAS TÉCNICAS RELACIONADAS CON LAS EXCEPCIONES PREVISTAS PARA LA DIFUSIÓN DE PROPAGANDA GUBERNAMENTAL</b>	<b>FORM/DEPPP/DAI/001</b>
	<b>Versión 1.0</b>	

Los periodos de aplicación para solicitar becas es muy amplio y abarca todo el año 2017, por lo que solicitamos la autorización de difusión durante el proceso electoral al amparo de los artículos 41, Base III, apartado C, de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos; 209, numeral 1, de la Ley General de Instituciones y Procedimientos Electorales; así como el artículo 7, numeral 7, del Reglamento de Radio y Televisión en Materia Electoral, establecen que, durante el tiempo que comprendan las campañas electorales, federales o locales, y hasta la conclusión de las jornadas comiciales respectivas, deberá suspenderse la difusión en los medios de comunicación social de toda propaganda gubernamental, excepto la relativa a las campañas de información de las autoridades electorales, servicios educativos y de salud, o las necesarias para la protección civil en casos de emergencia. .

**INDIQUE LOS FUNDAMENTOS DE LAS FACULTADES DEL ÓRGANO PARA DIFUNDIR PROGRAMAS GUBERNAMENTALES**

Lo dispuesto en el artículo 134 de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos; a lo establecido en el artículo 27, fracción XXXIX de la Ley Orgánica de la Administración Pública Federal, donde compete a la Secretaría de Gobernación formular, regular y conducir la política de Comunicación Social del Gobierno Federal, así como las relaciones con los medios masivos de información y orientar, autorizar, coordinar, supervisar y evaluar los programas de comunicación social de las dependencias del Sector Público Federal.

En el artículo 38 de la Ley Federal de Presupuesto y Responsabilidad Hacendaria, donde se establece que le compete a dicha dependencia autorizar la programación y el ejercicio de los recursos destinados a comunicación social, para lo cual emite las disposiciones correspondientes.

El artículo 17, séptimo párrafo, del Presupuesto de Egresos de la Federación para el ejercicio fiscal 2017, igualmente establece la competencia de la Secretaría de Gobernación, para autorizar las estrategias y programas de comunicación social, así como registrar los gastos derivados de la ejecución de las mismas y la obligatoriedad de emitir las disposiciones correspondientes.

El 29 de diciembre de 2016 se publicó en el Diario Oficial de la Federación 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 (en adelante el Acuerdo), en cuyo artículo 1o. señala como su objeto el establecer las bases para la orientación, planeación, autorización, coordinación, supervisión y evaluación de la propaganda gubernamental, las estrategias, programas y Campañas de Comunicación Social y publicidad de las dependencias y entidades de la Administración Pública Federal.

En el mismo Acuerdo en su artículo 4o. marca que compete a la Secretaría de Gobernación, por conducto de la Dirección General de Normatividad de Comunicación (en adelante DGNC), autorizar la Estrategia y el Programa Anual de Comunicación Social de las dependencias y entidades.

También el Reglamento Interno de la Secretaría de Educación Pública faculta a la Dirección General de Comunicación Social en su artículo 12, a:

- "I. Informar a la opinión pública y a los medios de comunicación acerca de los asuntos competencia de la Secretaría;
- II. Difundir los objetivos, programas y acciones de la Secretaría;
- VIII. Proponer y aplicar los programas de comunicación social de la Secretaría, de conformidad con las políticas y lineamientos que establezca al efecto la Secretaría de Gobernación, y tramitar la aprobación de los programas de comunicación social de los órganos desconcentrados y de las entidades del sector educativo;
- IX. Establecer políticas respecto a publicaciones periódicas de la Secretaría de carácter informativo y de difusión;
- XII. Gestionar, promover y regular la transmisión por radio y televisión de materiales informativos y de difusión de la Secretaría, de los órganos desconcentrados y de las entidades paraestatales que lo requieran."

	<b>DIRECCIÓN EJECUTIVA DE PRERROGATIVAS Y PARTIDOS POLÍTICOS</b>	
	<b>FORMULARIO PARA LA PRESENTACIÓN DE LA INFORMACIÓN MÍNIMA NECESARIA PARA LA ATENCIÓN DE LAS CONSULTAS TÉCNICAS RELACIONADAS CON LAS EXCEPCIONES PREVISTAS PARA LA DIFUSIÓN DE PROPAGANDA GUBERNAMENTAL</b>	FORM/DEPPP/DAI/001
	Versión 1.0	

<b>III. DATOS DEL CONTACTO</b>	
<b>NOMBRE COMPLETO</b>	
Eduardo Gutiérrez Campos	
<b>CARGO</b>	
Director General de Comunicación Social	
<b>TELÉFONO</b>	<b>CORREO ELECTRÓNICO</b>
36011000, Ext.51472	eduardo.gutierrez@nube.sep.gob.mx

<b>INFORMACIÓN ADICIONAL</b>
<p style="text-align: center;">Formato de guion de radio para la promoción del portal <a href="http://www.gob.mx/sep">www.gob.mx/sep</a> y <a href="http://www.becas.sep.gob.mx">www.becas.sep.gob.mx</a></p> <p>LOC. Mujer Si estás estudiando en una institución pública puedes solicitar una beca para continuar tus estudios, hacer tu servicio social o titularte. Consulta los requisitos de las convocatorias en el portal de la Coordinación Nacional de Becas de Educación Superior. <a href="http://www.gob.mx/sep">www.gob.mx/sep</a> o en <a href="http://www.becas.sep.gob.mx">www.becas.sep.gob.mx</a></p> <p>LOC. Mujer y hombre No te quedes atrás, hay una beca para ti.</p> <p>LOC. Hombre</p> <p>Secretaría de Educación Pública</p> <p>Este programa es público, ajeno a cualquier partido político, queda prohibido el uso para fines distintos a los establecidos en el programa.</p>

	<b>DIRECCIÓN EJECUTIVA DE PRERROGATIVAS Y PARTIDOS POLÍTICOS</b>	
	<b>FORMULARIO PARA LA PRESENTACIÓN DE LA INFORMACIÓN MÍNIMA NECESARIA PARA LA ATENCIÓN DE LAS CONSULTAS TÉCNICAS RELACIONADAS CON LAS EXCEPCIONES PREVISTAS PARA LA DIFUSIÓN DE PROPAGANDA GUBERNAMENTAL</b>	<b>FORM/DEPPP/DAI/001</b>
	<b>Versión 1.0</b>	

INSTITUCIÓN / ORGANISMO RESPONSABLE DE LA CAMPAÑA DE DIFUSIÓN*	FECHA**
Secretaría de Educación Pública	05/01/2017

\* Utilice un formato para cada una de las campañas o programas que requiera consultar.

\*\* La solicitud de consulta técnica deberá presentarse al menos 20 días previos al inicio de transmisión de la campaña que se pretenda difundir.

I. DATOS GENERALES DE LA CAMPAÑA DE DIFUSIÓN	
<b>NOMBRE COMPLETO DE LA CAMPAÑA</b>	
Quehacer Educativo, versión Igualdad, equidad e inclusión educativa.	
<b>FECHA DE INICIO DE LAS TRANSMISIONES</b>	<b>FECHA DE TÉRMINO DE LAS TRANSMISIONES</b>
01/02/2017	31/07/2017
<b>DESCRIPCIÓN, ALCANCE Y POBLACIÓN OBJETIVO DE LA CAMPAÑA ***</b>	
<p>La campaña Quehacer Educativo, versión Igualdad, equidad e inclusión educativa será el eje de difusión de diversas medidas administrativas y estructurales que les permitirá a los alumnos de Educación Básica, Media Superior y Superior el acceso a programas que fortalecen la integración, el respeto y la accesibilidad a la infraestructura escolar.</p> <p>En este sentido las disposiciones que se aplicaran tendrán un carácter nacional por lo que la población objetivos de esta campaña y versión son mujeres y hombres de zonas rurales y urbanas con un rango de edad entre los 19 a 24, 25 a 34, 35 a 44, 45 a 64, 65 o más años; NSE AB / C+ / C / D / E.</p>	
<b>OBJETIVO DEL PROGRAMA GUBERNAMENTAL QUE SE DIFUNDIRÁ</b>	
<p>Difundir diversas medidas administrativas y estructurales que les permitirá a los alumnos de Educación Básica, Media Superior y Superior el acceso a programas que fortalecen la integración, el respeto y la accesibilidad a la infraestructura escolar.</p>	

\*\*\* Adjunte los promocionales, propaganda o materiales que pretenda difundir.

II. ELEMENTOS JUSTIFICATORIOS DE LA EXCEPCIÓN A LA CAMPAÑA		
SUPUESTO DE EXCEPCIÓN APLICABLE (Marque con una "X")	INDIQUE LAS RAZONES QUE MOTIVAN LA EXCEPCIÓN EN ESTE CASO	
Educación	<input checked="" type="checkbox"/>	En un clima de complejidad social exacerbada por fenómenos como la violencia el recobrar valores como el respeto, la inclusión y la tolerancia hace fundamental el desarrollo de programas que fortalezcan conductas positivas que promuevan la formación de comunidad en un sentido amplio.
Salud	<input type="checkbox"/>	
Protección civil	<input type="checkbox"/>	
<b>INDIQUE LOS ARGUMENTOS PARA DIFUNDIR ESTA CAMPAÑA DURANTE EL PROCESO ELECTORAL</b>		

	<b>DIRECCIÓN EJECUTIVA DE PRERROGATIVAS Y PARTIDOS POLÍTICOS</b>	
	<b>FORMULARIO PARA LA PRESENTACIÓN DE LA INFORMACIÓN MÍNIMA NECESARIA PARA LA ATENCIÓN DE LAS CONSULTAS TÉCNICAS RELACIONADAS CON LAS EXCEPCIONES PREVISTAS PARA LA DIFUSIÓN DE PROPAGANDA GUBERNAMENTAL</b>	<b>FORM/DEPPP/DAI/001</b>
	<b>Versión 1.0</b>	

La campaña tendrá una vigencia amplia que abarcará 5 de los 6 meses del primer semestre del año y dado que es parte de los servicios educativos que tiene como mandato brindar la Secretaría de Educación Pública solicitamos la autorización de difusión durante el proceso electoral al amparo de los artículos 41, Base III, apartado C, de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos; 209, numeral 1, de la Ley General de Instituciones y Procedimientos Electorales; así como el artículo 7, numeral 7, del Reglamento de Radio y Televisión en Materia Electoral, establecen que, durante el tiempo que comprendan las campañas electorales, federales o locales, y hasta la conclusión de las jornadas comiciales respectivas, deberá suspenderse la difusión en los medios de comunicación social de toda propaganda gubernamental, excepto la relativa a las campañas de información de las autoridades electorales, servicios educativos y de salud, o las necesarias para la protección civil en casos de emergencia. .

**INDIQUE LOS FUNDAMENTOS DE LAS FACULTADES DEL ÓRGANO PARA DIFUNDIR PROGRAMAS GUBERNAMENTALES**

Lo dispuesto en el artículo 134 de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos; a lo establecido en el artículo 27, fracción XXXIX de la Ley Orgánica de la Administración Pública Federal, donde compete a la Secretaría de Gobernación formular, regular y conducir la política de Comunicación Social del Gobierno Federal, así como las relaciones con los medios masivos de información y orientar, autorizar, coordinar, supervisar y evaluar los programas de comunicación social de las dependencias del Sector Público Federal.

En el artículo 38 de la Ley Federal de Presupuesto y Responsabilidad Hacendaria, donde se establece que le compete a dicha dependencia autorizar la programación y el ejercicio de los recursos destinados a comunicación social, para lo cual emite las disposiciones correspondientes.

El artículo 17, séptimo párrafo, del Presupuesto de Egresos de la Federación para el ejercicio fiscal 2017, igualmente establece la competencia de la Secretaría de Gobernación, para autorizar las estrategias y programas de comunicación social, así como registrar los gastos derivados de la ejecución de las mismas y la obligatoriedad de emitir las disposiciones correspondientes.

El 29 de diciembre de 2016 se publicó en el Diario Oficial de la Federación 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 (en adelante el Acuerdo), en cuyo artículo 1o. señala como su objeto el establecer las bases para la orientación, planeación, autorización, coordinación, supervisión y evaluación de la propaganda gubernamental, las estrategias, programas y Campañas de Comunicación Social y publicidad de las dependencias y entidades de la Administración Pública Federal.

En el mismo Acuerdo en su artículo 4o. marca que compete a la Secretaría de Gobernación, por conducto de la Dirección General de Normatividad de Comunicación (en adelante DGNC), autorizar la Estrategia y el Programa Anual de Comunicación Social de las dependencias y entidades.

También el Reglamento Interno de la Secretaría de Educación Pública faculta a la Dirección General de Comunicación Social en su artículo 12, a:

- "I. Informar a la opinión pública y a los medios de comunicación acerca de los asuntos competencia de la Secretaría;
- II. Difundir los objetivos, programas y acciones de la Secretaría;
- VIII. Proponer y aplicar los programas de comunicación social de la Secretaría, de conformidad con las políticas y lineamientos que establezca al efecto la Secretaría de Gobernación, y tramitar la aprobación de los programas de comunicación social de los órganos desconcentrados y de las entidades del sector educativo;
- IX. Establecer políticas respecto a publicaciones periódicas de la Secretaría de carácter informativo y de difusión;
- XII. Gestionar, promover y regular la transmisión por radio y televisión de materiales informativos y de difusión de la Secretaría, de los órganos desconcentrados y de las entidades paraestatales que lo requieran."

 <b>INE</b> Instituto Nacional Electoral	<b>DIRECCIÓN EJECUTIVA DE PRERROGATIVAS Y PARTIDOS POLÍTICOS</b>	
	<b>FORMULARIO PARA LA PRESENTACIÓN DE LA INFORMACIÓN MÍNIMA          NECESARIA PARA LA ATENCIÓN DE LAS CONSULTAS TÉCNICAS RELACIONADAS          CON LAS EXCEPCIONES PREVISTAS PARA LA DIFUSIÓN DE PROPAGANDA          GUBERNAMENTAL</b>	<b>FORM/DEPPP/DAI/001</b>
	Versión 1.0	

<b>III. DATOS DEL CONTACTO</b>	
<b>NOMBRE COMPLETO</b>	
Eduardo Gutiérrez Campos	
<b>CARGO</b>	
Director General de Comunicación Social	
<b>TELÉFONO</b>	<b>CORREO ELECTRÓNICO</b>
36011000, Ext.51472	eduardo.gutierrez@nube.sep.gob.mx

<b>INFORMACIÓN ADICIONAL</b>

 <b>INE</b> Instituto Nacional Electoral	<b>DIRECCIÓN EJECUTIVA DE PRERROGATIVAS Y PARTIDOS POLÍTICOS</b>	
	<b>FORMULARIO PARA LA PRESENTACIÓN DE LA INFORMACIÓN MÍNIMA          NECESARIA PARA LA ATENCIÓN DE LAS CONSULTAS TÉCNICAS RELACIONADAS          CON LAS EXCEPCIONES PREVISTAS PARA LA DIFUSIÓN DE PROPAGANDA          GUBERNAMENTAL</b>	<b>FORM/DEPPP/DAI/001</b>
	Versión 1.0	

INSTITUCIÓN / ORGANISMO RESPONSABLE DE LA CAMPAÑA DE DIFUSIÓN*	FECHA**
Secretaría de Educación Pública	05/01/2017

\* Utilice un formato para cada una de las campañas o programas que requiera consultar.

\*\* La solicitud de consulta técnica deberá presentarse al menos 20 días previos al inicio de transmisión de la campaña que se pretenda difundir.

I. DATOS GENERALES DE LA CAMPAÑA DE DIFUSIÓN	
NOMBRE COMPLETO DE LA CAMPAÑA	
Opciones de Educación Media Superior y Superior, versión Ampliación de la oferta educativa.	
FECHA DE INICIO DE LAS TRANSMISIONES	FECHA DE TÉRMINO DE LAS TRANSMISIONES
01/02/2017	31/07/2017
DESCRIPCIÓN, ALCANCE Y POBLACIÓN OBJETIVO DE LA CAMPAÑA ***	
<p>Difundir la oferta educativa de los subsistemas de Educación Media Superior y Superior para orientar a los jóvenes hacia las nuevas opciones educativas y carreras que requiere el mercado laboral, promoviendo con ello la pertinencia de los programas educativos a nivel nacional.</p> <p>La campaña tiene un carácter nacional por lo que la población objetivo de esta campaña y versión son mujeres y hombres de zonas rurales y urbanas con un rango de edad entre los 12 a 18, 19 a 24, 25 a 34, 35 a 44, 45 a 64, 65 o más años; NSE C+ / C / D / E.</p>	
OBJETIVO DEL PROGRAMA GUBERNAMENTAL QUE SE DIFUNDIRÁ	
<p>Dar un impulso renovado a la cobertura en Educación Media Superior y Superior, el objetivo es informar oportunamente a los jóvenes y a la ciudadanía en general respecto a la oferta educativa que está a su disposición.</p>	

\*\*\* Adjunte los promocionales, propaganda o materiales que pretenda difundir.

II. ELEMENTOS JUSTIFICATORIOS DE LA EXCEPCIÓN A LA CAMPAÑA		
SUPUESTO DE EXCEPCIÓN APLICABLE (Marque con una "X")	INDIQUE LAS RAZONES QUE MOTIVAN LA EXCEPCIÓN EN ESTE CASO	
Educación	<input checked="" type="checkbox"/>	Los diferentes periodos de inscripciones de programas y opciones educativas como Prepa en Línea, Prepa Abierta, Telebachilleratos comunitarios, la UnAD de México, El programa Aprende 2.0, el Tecnológico de México, entre otros.
Salud	<input type="checkbox"/>	
Protección civil	<input type="checkbox"/>	
INDIQUE LOS ARGUMENTOS PARA DIFUNDIR ESTA CAMPAÑA DURANTE EL PROCESO ELECTORAL		

	<b>DIRECCIÓN EJECUTIVA DE PRERROGATIVAS Y PARTIDOS POLÍTICOS</b>	
	<b>FORMULARIO PARA LA PRESENTACIÓN DE LA INFORMACIÓN MÍNIMA NECESARIA PARA LA ATENCIÓN DE LAS CONSULTAS TÉCNICAS RELACIONADAS CON LAS EXCEPCIONES PREVISTAS PARA LA DIFUSIÓN DE PROPAGANDA GUBERNAMENTAL</b>	<b>FORM/DEPPP/DAI/001</b>
	<b>Versión 1.0</b>	

La campaña tendrá una vigencia amplia que abarcará 5 de los 6 meses del primer semestre del año y dado que es parte de los servicios educativos que tiene como mandato brindar la Secretaría de Educación Pública solicitamos la autorización de difusión durante el proceso electoral al amparo de los artículos 41, Base III, apartado C, de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos; 209, numeral 1, de la Ley General de Instituciones y Procedimientos Electorales; así como el artículo 7, numeral 7, del Reglamento de Radio y Televisión en Materia Electoral, establecen que, durante el tiempo que comprendan las campañas electorales, federales o locales, y hasta la conclusión de las jornadas comiciales respectivas, deberá suspenderse la difusión en los medios de comunicación social de toda propaganda gubernamental, excepto la relativa a las campañas de información de las autoridades electorales, servicios educativos y de salud, o las necesarias para la protección civil en casos de emergencia. .

**INDIQUE LOS FUNDAMENTOS DE LAS FACULTADES DEL ÓRGANO PARA DIFUNDIR PROGRAMAS GUBERNAMENTALES**

Lo dispuesto en el artículo 134 de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos; a lo establecido en el artículo 27, fracción XXXIX de la Ley Orgánica de la Administración Pública Federal, donde compete a la Secretaría de Gobernación formular, regular y conducir la política de Comunicación Social del Gobierno Federal, así como las relaciones con los medios masivos de información y orientar, autorizar, coordinar, supervisar y evaluar los programas de comunicación social de las dependencias del Sector Público Federal.

En el artículo 38 de la Ley Federal de Presupuesto y Responsabilidad Hacendaria, donde se establece que le compete a dicha dependencia autorizar la programación y el ejercicio de los recursos destinados a comunicación social, para lo cual emite las disposiciones correspondientes.

El artículo 17, séptimo párrafo, del Presupuesto de Egresos de la Federación para el ejercicio fiscal 2017, igualmente establece la competencia de la Secretaría de Gobernación, para autorizar las estrategias y programas de comunicación social, así como registrar los gastos derivados de la ejecución de las mismas y la obligatoriedad de emitir las disposiciones correspondientes.

El 29 de diciembre de 2016 se publicó en el Diario Oficial de la Federación 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 (en adelante el Acuerdo), en cuyo artículo 1o. señala como su objeto el establecer las bases para la orientación, planeación, autorización, coordinación, supervisión y evaluación de la propaganda gubernamental, las estrategias, programas y Campañas de Comunicación Social y publicidad de las dependencias y entidades de la Administración Pública Federal.

En el mismo Acuerdo en su artículo 4o. marca que compete a la Secretaría de Gobernación, por conducto de la Dirección General de Normatividad de Comunicación (en adelante DGNC), autorizar la Estrategia y el Programa Anual de Comunicación Social de las dependencias y entidades.

También el Reglamento Interno de la Secretaría de Educación Pública faculta a la Dirección General de Comunicación Social en su artículo 12, a:

- "I. Informar a la opinión pública y a los medios de comunicación acerca de los asuntos competencia de la Secretaría;
- II. Difundir los objetivos, programas y acciones de la Secretaría;
- VIII. Proponer y aplicar los programas de comunicación social de la Secretaría, de conformidad con las políticas y lineamientos que establezca al efecto la Secretaría de Gobernación, y tramitar la aprobación de los programas de comunicación social de los órganos desconcentrados y de las entidades del sector educativo;
- IX. Establecer políticas respecto a publicaciones periódicas de la Secretaría de carácter informativo y de difusión;
- XII. Gestionar, promover y regular la transmisión por radio y televisión de materiales informativos y de difusión de la Secretaría, de los órganos desconcentrados y de las entidades paraestatales que lo requieran."

 <b>INE</b> Instituto Nacional Electoral	<b>DIRECCIÓN EJECUTIVA DE PRERROGATIVAS Y PARTIDOS POLÍTICOS</b>	
	<b>FORMULARIO PARA LA PRESENTACIÓN DE LA INFORMACIÓN MÍNIMA          NECESARIA PARA LA ATENCIÓN DE LAS CONSULTAS TÉCNICAS RELACIONADAS          CON LAS EXCEPCIONES PREVISTAS PARA LA DIFUSIÓN DE PROPAGANDA          GUBERNAMENTAL</b>	<b>FORM/DEPPP/DAI/001</b>
	Versión 1.0	

<b>III. DATOS DEL CONTACTO</b>	
<b>NOMBRE COMPLETO</b>	
Eduardo Gutiérrez Campos	
<b>CARGO</b>	
Director General de Comunicación Social	
<b>TELÉFONO</b>	<b>CORREO ELECTRÓNICO</b>
36011000, Ext.51472	eduardo.gutierrez@nube.sep.gob.mx

<b>INFORMACIÓN ADICIONAL</b>

	<b>DIRECCIÓN EJECUTIVA DE PRERROGATIVAS Y PARTIDOS POLÍTICOS</b>	
	<b>FORMULARIO PARA LA PRESENTACIÓN DE LA INFORMACIÓN MÍNIMA NECESARIA PARA LA ATENCIÓN DE LAS CONSULTAS TÉCNICAS RELACIONADAS CON LAS EXCEPCIONES PREVISTAS PARA LA DIFUSIÓN DE PROPAGANDA GUBERNAMENTAL</b>	FORM/DEPPP/DAI/001
		Versión 1.0

INSTITUCIÓN / ORGANISMO RESPONSABLE DE LA CAMPAÑA DE DIFUSIÓN*	FECHA**
Instituto Nacional para la Educación de los Adultos	Enero 2017

\* Utilice un formato para cada una de las campañas o programas que requiera consultar.

\*\* La solicitud de consulta técnica deberá presentarse al menos 20 días previos al inicio de transmisión de la campaña que se pretenda difundir.

I. DATOS GENERALES DE LA CAMPAÑA DE DIFUSIÓN	
<b>NOMBRE COMPLETO DE LA CAMPAÑA</b>	
Campaña Nacional de Alfabetización y Abatimiento del Rezago Educativo	
<b>FECHA DE INICIO DE LAS TRANSMISIONES</b>	<b>FECHA DE TÉRMINO DE LAS TRANSMISIONES</b>
Mayo 2017	Septiembre 2017
<b>DESCRIPCIÓN, ALCANCE Y POBLACIÓN OBJETIVO DE LA CAMPAÑA ***</b>	
Mensajes testimoniales motivacionales, dirigidos a mujeres y hombres mayores de 15 años que no tengan su primaria y secundaria o que no sepan leer ni escribir. El alcance es nacional.	
<b>OBJETIVO DEL PROGRAMA GUBERNAMENTAL QUE SE DIFUNDIRÁ</b>	
El INEA es una Institución educativa que atiende a personas mayores de 15 años que por alguna situación no tuvieron la oportunidad de aprender a leer o a escribir, prepara a quienes no han concluido su primaria o secundaria para terminarla con la ayuda de la creación de su Programa Educativo.	
Las personas jóvenes y adultas en condición de analfabetismo o rezago educativo, representan una diversidad de intereses, objetivos y capacidades, siendo necesario considerar sus expectativas y requerimientos en el diseño de la oferta educativa del Instituto, con temas relevantes, alternativas de atención y herramientas adecuadas que resulten efectivas para la atención de la población objetivo, ubicada en el territorio nacional y en el exterior. Las estrategias, proyectos, acciones y materiales consideran las características de la población objetivo, para cubrir las principales inquietudes y aspiraciones de los adultos en rezago educativo de tal forma, que motive la continuidad de las personas hasta la conclusión de su formación básica.	

\*\*\* Adjunte los promocionales, propaganda o materiales que pretenda difundir.

II. ELEMENTOS JUSTIFICATORIOS DE LA EXCEPCIÓN A LA CAMPAÑA		
SUPUESTO DE EXCEPCIÓN APLICABLE (Marque con una "X")	INDIQUE LAS RAZONES QUE MOTIVAN LA EXCEPCIÓN EN ESTE CASO	
Educación	( X )	La solución al problema del analfabetismo no deriva en la simple transición generacional. No actuar para abrir posibilidades de conocimiento es no darle oportunidad a 5.4 millones de personas en edad productiva que no saben leer ni escribir a vivir en desventaja y al desempleo que padece este grupo de población. En el mismo sentido, anualmente se incorporan cientos de miles de jóvenes al rezago educativo; sin la intervención del Programa, esta población se incrementaría a poco más de 34
Salud	( )	
Protección civil	( )	

	<b>DIRECCIÓN EJECUTIVA DE PRERROGATIVAS Y PARTIDOS POLÍTICOS</b>	
	<b>FORMULARIO PARA LA PRESENTACIÓN DE LA INFORMACIÓN MÍNIMA NECESARIA PARA LA ATENCIÓN DE LAS CONSULTAS TÉCNICAS RELACIONADAS CON LAS EXCEPCIONES PREVISTAS PARA LA DIFUSIÓN DE PROPAGANDA GUBERNAMENTAL</b>	<b>FORM/DEPPP/DAI/001</b>
	<b>Versión 1.0</b>	

		<p>millones de personas para el 2025. Por ello, la operación de una campaña que tiene por objetivos la reducción de el índice de analfabetismo y del rezago educativo tiende a brindar opciones educativas y por tanto, generar oportunidades que contribuyan a un México Próspero y promoviendo la inclusión y la equidad en este sistema educativo.</p> <p>Se pretende disminuir las cifras de rezago educativo durante el sexenio de la siguiente manera: • 2.2 millones de personas se alfabetizarán. • 2.2 millones de personas terminaran su educación primaria. • 3.1 millones de personas terminaran su educación.</p>
--	--	--

**INDIQUE LOS ARGUMENTOS PARA DIFUNDIR ESTA CAMPAÑA DURANTE EL PROCESO ELECTORAL**

El INEA es la institución responsable para la educación de adultos en México. Depende de la Secretaría de Educación Pública. Promueve e imparte servicios de alfabetización, educación primaria y secundaria para que jóvenes y adultos incrementen sus capacidades y saberes, eleven su calidad de vida, y cuenten con mejores herramientas de desarrollo individual y social. Imparte los servicios a través de su propio Modelo Educación para la Vida y el Trabajo (MEVyT) a través de módulos denominados básicos y diversificados; estos últimos abordan diferentes temáticas vinculadas a la vida cotidiana. El modelo comprende 3 vertientes: inicial (alfabetización), intermedio (primaria) y avanzado (secundaria). El estudiante puede combinar los módulos de estudio diversificados de acuerdo con sus intereses y al nivel educativo que cursa. Lo módulos están disponibles en las modalidades hispanohablante e indígena.

En México existen 16.4 millones de personas con secundaria inconclusa.

10.1 millones de personas con primaria inconclusa.

5.4 sin saber leer y escribir.

Para darle atención a este grupo de personas es necesario difundir de manera permanente los servicios educativos que presta el INEA para llegar a la población objetivo y cumplir con las metas establecidas.

**INDIQUE LOS FUNDAMENTOS DE LAS FACULTADES DEL ÓRGANO PARA DIFUNDIR PROGRAMAS GUBERNAMENTALES**

Reglas de Operación del Instituto Nacional para la Educación de los Adultos.

Estatuto Orgánico del Instituto Nacional para la Educación de los Adultos.

<b>III. DATOS DEL CONTACTO</b>
<b>NOMBRE COMPLETO</b>
LIC. ARTURO GONZÁLEZ GONZÁLEZ SALAS
<b>CARGO</b>
DIRECTOR DE CONCERTACIÓN Y ALIANZAS ESTRATÉGICAS

	<b>DIRECCIÓN EJECUTIVA DE PRERROGATIVAS Y PARTIDOS POLÍTICOS</b>	
	<b>FORMULARIO PARA LA PRESENTACIÓN DE LA INFORMACIÓN MÍNIMA NECESARIA PARA LA ATENCIÓN DE LAS CONSULTAS TÉCNICAS RELACIONADAS CON LAS EXCEPCIONES PREVISTAS PARA LA DIFUSIÓN DE PROPAGANDA GUBERNAMENTAL</b>	<b>FORM/DEPPP/DAI/001</b>
		Versión 1.0

TELÉFONO	CORREO ELECTRÓNICO
52412700 EXT. 22706 Y 22716	agonzalezgs@inec.gob.mx

INFORMACIÓN ADICIONAL
(Agregue toda aquella información adicional que considere necesaria para sustentar su solicitud de consulta técnica)

	<b>DIRECCIÓN EJECUTIVA DE PRERROGATIVAS Y PARTIDOS POLÍTICOS</b>	
	<b>FORMULARIO PARA LA PRESENTACIÓN DE LA INFORMACIÓN MÍNIMA NECESARIA PARA LA ATENCIÓN DE LAS CONSULTAS TÉCNICAS RELACIONADAS CON LAS EXCEPCIONES PREVISTAS PARA LA DIFUSIÓN DE PROPAGANDA GUBERNAMENTAL</b>	
	FORM/DEPPP/DAI/001	Versión 1.0

INSTITUCIÓN / ORGANISMO RESPONSABLE DE LA CAMPAÑA DE DIFUSIÓN*	FECHA**
Sistema Nacional para el Desarrollo Integral de la Familia (DIF Nacional)	28 de noviembre 2016

\* Utilice un formato para cada una de las campañas o programas que requiera consultar.

\*\* La solicitud de consulta técnica deberá presentarse al menos 20 días previos al inicio de transmisión de la campaña que se pretenda difundir.

I. DATOS GENERALES DE LA CAMPAÑA DE DIFUSIÓN	
NOMBRE COMPLETO DE LA CAMPAÑA	
VALORES EN FAMILIA (VERSIÓN ÚNICA)	
FECHA DE INICIO DE LAS TRANSMISIONES	FECHA DE TÉRMINO DE LAS TRANSMISIONES
3 de abril 2017	26 de mayo 2017
DESCRIPCIÓN, ALCANCE Y POBLACIÓN OBJETIVO DE LA CAMPAÑA***	
Debido al creciente número de casos de violencia intrafamiliar y escolar (bullying), el DIF Nacional pretende fortalecer los valores en el entorno familiar con el fin de mejorar la convivencia entre sus integrantes y con ello promover el respeto, la honestidad y la tolerancia, para una mejor convivencia social. La campaña va dirigida a mujeres y hombres de 8 a 66 años de edad, quienes radiquen en poblaciones urbanas y rurales, con un nivel socioeconómico A, B, C, D Y E. Su difusión será a nivel nacional.	
OBJETIVO DEL PROGRAMA GUBERNAMENTAL QUE SE DIFUNDIRÁ	
Promover los valores de respeto, honestidad, y tolerancia para fomentar y fortalecer, con el apoyo de la familia y de la sociedad, el desarrollo integral de los individuos particularmente de las niñas, niños y adolescentes.	

\*\*\* Adjunte los promocionales, propaganda o materiales que pretenda difundir.

II. ELEMENTOS JUSTIFICATORIOS DE LA EXCEPCIÓN A LA CAMPAÑA		
SUPUESTO DE EXCEPCIÓN APLICABLE (Marque con una "X")	INDIQUE LAS RAZONES QUE MOTIVAN LA EXCEPCIÓN EN ESTE CASO	
Educación	( )	Siendo esta una campaña que, únicamente tiene como finalidad promover los valores en familia, consideramos no existe incumplimiento alguno para que pueda difundirse en periodos de veda electoral.
Salud	(X)	
Protección civil	( )	
INDIQUE LOS ARGUMENTOS PARA DIFUNDIR ESTA CAMPAÑA DURANTE EL PROCESO ELECTORAL		
Ante la problemática de violencia que viven las niñas, niños y adolescentes en nuestro país, tanto en el ámbito familiar como el escolar; se tiene que actuar de manera inmediata, para que estos actos de violencia y agresión contra esta población vulnerable, disminuyan o incluso desaparezcan, el Sistema Nacional para el Desarrollo Integral de la Familia, apegándose al Plan Nacional de Desarrollo (PND) 2013-2018, y en atención al Plan de Acción VI, objetivo 1.1 que a la letra dice <i>Difundir campañas que contribuyan al fortalecimiento de los valores y principios democráticos</i> , pretende de nuevo difundir para este año la campaña <i>Valores en Familia (versión única)</i> , con el fin de rescatar, fortalecer y difundir los valores en el núcleo familiar,		

 <b>INE</b> Instituto Nacional Electoral	<b>DIRECCIÓN EJECUTIVA DE PRERROGATIVAS Y PARTIDOS POLÍTICOS</b>	
	FORMULARIO PARA LA PRESENTACIÓN DE LA INFORMACIÓN MÍNIMA NECESARIA PARA LA ATENCIÓN DE LAS CONSULTAS TÉCNICAS RELACIONADAS CON LAS EXCEPCIONES PREVISTAS PARA LA DIFUSIÓN DE PROPAGANDA GUBERNAMENTAL	FORM/DEPPP/DAI/001
	Versión 1.0	

<b>INDIQUE LOS FUNDAMENTOS DE LAS FACULTADES DEL ÓRGANO PARA DIFUNDIR PROGRAMAS GUBERNAMENTALES</b>
<p>Con base en el Estatuto Orgánico del Sistema Nacional para el Desarrollo Integral de la Familia, una de las atribuciones que le confiere a la Dirección General de Enlace Interinstitucional es <b>desarrollar campañas, eventos, boletines de prensa, entrevistas y conferencias relativos a los programas del Organismo y coordinar la contratación de los medios de comunicación que se requieran para su realización.</b></p>

<b>III. DATOS DEL CONTACTO</b>	
<b>NOMBRE COMPLETO</b>	
Lic. María Inés Téllez Gutiérrez	
<b>CARGO</b>	
Directora de Comunicación Social	
<b>TELÉFONO</b>	<b>CORREO ELECTRÓNICO</b>
30032200 ext. 6503	maria.tellez@dif.gob.mx

<b>INFORMACIÓN ADICIONAL</b>
(Agregue toda aquella información adicional que considere necesaria para sustentar su solicitud de consulta técnica)

 <b>INE</b> Instituto Nacional Electoral	<b>DIRECCIÓN EJECUTIVA DE PREROGATIVAS Y PARTIDOS POLÍTICOS</b>	
	<b>FORMULARIO PARA LA PRESENTACIÓN DE LA INFORMACIÓN MÍNIMA          NECESARIA PARA LA ATENCIÓN DE LAS CONSULTAS TÉCNICAS RELACIONADAS          CON LAS EXCEPCIONES PREVISTAS PARA LA DIFUSIÓN DE PROPAGANDA          GUBERNAMENTAL</b>	<b>FORM/DEPPP/DAI/001</b>
	<b>Versión 1.0</b>	

INSTITUCIÓN / ORGANISMO RESPONSABLE DE LA CAMPAÑA DE DIFUSIÓN*	FECHA**
Secretaría de Salud / Centro Nacional para la Salud de la Infancia y la Adolescencia (CeNSIA)	30/11/2016

\* Utilice un formato para cada una de las campañas o programas que requiera consultar.

\*\* La solicitud de consulta técnica deberá presentarse al menos 20 días previos al inicio de transmisión de la campaña que se pretenda difundir.

<b>I. DATOS GENERALES DE LA CAMPAÑA DE DIFUSIÓN</b>	
<b>NOMBRE COMPLETO DE LA CAMPAÑA</b>	
Cáncer en la Infancia y Adolescencia	
<b>FECHA DE INICIO DE LAS TRANSMISIONES</b>	<b>FECHA DE TÉRMINO DE LAS TRANSMISIONES</b>
5 de febrero de 2017	15 de febrero de 2017
<b>DESCRIPCIÓN, ALCANCE Y POBLACIÓN OBJETIVO DE LA CAMPAÑA ***</b>	
<p>En México, el cáncer es la causa número uno de muerte por enfermedad entre 5 y 14 años de edad, con 23,000 casos anuales y cobrando más de 2,000 vidas.</p> <p>Se pretende generar conciencia social, tanto en la población general como en el personal de salud, para favorecer el diagnóstico temprano, acceso efectivo, tratamiento oportuno e integral, y seguimiento adecuado de los casos, para lograr mayor probabilidad de sobrevivida, y mejorar la calidad de vida de los enfermos y sus familiares.</p>	
<b>OBJETIVO DEL PROGRAMA GUBERNAMENTAL QUE SE DIFUNDIRÁ</b>	
<p>Generar conciencia social, tanto en la comunidad como en el personal de salud, respecto a la importancia del problema, así como del modelo y estrategias que la Secretaría de Salud ha implementado y tiene planeadas a futuro, para lograr un diagnóstico temprano y tratamiento oportuno, que permitan mejorar las condiciones de atención y tener mayor probabilidad de sobrevivir la enfermedad y mejorar la calidad de vida de todos las familias mexicanas afectadas.</p>	

\*\*\* Adjunte los promocionales, propaganda o materiales que pretenda difundir.

<b>II. ELEMENTOS JUSTIFICATORIOS DE LA EXCEPCIÓN A LA CAMPAÑA</b>		
SUPUESTO DE EXCEPCIÓN APLICABLE (Marque con una X)	INDIQUE LAS RAZONES QUE MOTIVAN LA EXCEPCIÓN EN ESTE CASO	
Educación ( )	El cáncer en México es un problema de salud pública. La sobrevivida global de nuestros pacientes es menor al 50%. Somos el único país de América, Europa, Asia y Oceanía, que no ha logrado disminuir la mortalidad por cáncer infantil en los últimos 40 años. Es fundamental el trabajo conjunto entre la sociedad y el gobierno para modificar la expectativa de vida de nuestros menores.	
Salud ( X )		
Protección civil ( )		
<b>INDIQUE LOS ARGUMENTOS PARA DIFUNDIR ESTA CAMPAÑA DURANTE EL PROCESO ELECTORAL</b>		
<p>El 15 de febrero es el Día Internacional del Cáncer infantil, se considera el preámbulo para promover un diagnóstico temprano y tratamiento oportuno en madres, padres y/o tutores. Para ello, es importante llevar a cabo la transmisión de mensajes para generar conciencia en la población a nivel nacional en el período establecido.</p>		

 <b>INE</b> Instituto Nacional Electoral	<b>DIRECCIÓN EJECUTIVA DE PRERROGATIVAS Y PARTIDOS POLÍTICOS</b>	
	<b>FORMULARIO PARA LA PRESENTACIÓN DE LA INFORMACIÓN MÍNIMA          NECESARIA PARA LA ATENCIÓN DE LAS CONSULTAS TÉCNICAS RELACIONADAS          CON LAS EXCEPCIONES PREVISTAS PARA LA DIFUSIÓN DE PROPAGANDA          GUBERNAMENTAL</b>	FORM/DEPPP/DAI/001
		Versión 1.0

<b>INDIQUE LOS FUNDAMENTOS DE LAS FACULTADES DEL ÓRGANO PARA DIFUNDIR PROGRAMAS GUBERNAMENTALES</b>
<p>En el reglamento interior de la Secretaría de Salud, el artículo 47, número III menciona como atribución del Centro Nacional para la Salud de la Infancia y la Adolescencia "Proponer al Subsecretario de Prevención y Promoción de la Salud las políticas y estrategias nacionales en materia de salud de la infancia y la adolescencia, incluyendo lo relativo al cáncer en dichos grupos poblacionales y evaluar su impacto".</p>

<b>III. DATOS DEL CONTACTO</b>	
<b>NOMBRE COMPLETO</b>	
Jenny Maribel Cortés Ibáñez	
<b>CARGO</b>	
Jefatura del Departamento de Vinculación Operativa Institucional	
<b>TELÉFONO</b>	<b>CORREO ELECTRÓNICO</b>
5062-1600 ext. 41165	jenny.cortes@salud.gob.mx

<b>INFORMACIÓN ADICIONAL</b>
(Agregue toda aquella información adicional que considere necesaria para sustentar su solicitud de consulta técnica)

	<b>DIRECCIÓN EJECUTIVA DE PRERROGATIVAS Y PARTIDOS POLÍTICOS</b>	
	<b>FORMULARIO PARA LA PRESENTACIÓN DE LA INFORMACIÓN MÍNIMA NECESARIA PARA LA ATENCIÓN DE LAS CONSULTAS TÉCNICAS RELACIONADAS CON LAS EXCEPCIONES PREVISTAS PARA LA DIFUSIÓN DE PROPAGANDA GUBERNAMENTAL</b>	<b>FORM/DEPPP/DAI/001</b>
	<b>Versión 1.0</b>	

INSTITUCIÓN / ORGANISMO RESPONSABLE DE LA CAMPAÑA DE DIFUSIÓN*	FECHA**
Secretaría de Salud / Centro Nacional para la Salud de la Infancia y la Adolescencia (CeNSIA)	30/11/2016

\* Utilice un formato para cada una de las campañas o programas que requiera consultar.

\*\* La solicitud de consulta técnica deberá presentarse al menos 20 días previos al inicio de transmisión de la campaña que se pretenda difundir.

<b>I. DATOS GENERALES DE LA CAMPAÑA DE DIFUSIÓN</b>	
<b>NOMBRE COMPLETO DE LA CAMPAÑA</b>	
Semanas Nacionales de Salud 2017, versión Primera Semana Nacional de Salud 2017	
<b>FECHA DE INICIO DE LAS TRANSMISIONES</b>	<b>FECHA DE TÉRMINO DE LAS TRANSMISIONES</b>
12 de febrero de 2017	25 de febrero de 2017
<b>DESCRIPCIÓN, ALCANCE Y POBLACIÓN OBJETIVO DE LA CAMPAÑA ***</b>	
<p>Las Semanas Nacionales de Salud (SeNaS) son una estrategia de vacunación que tiene como objetivo mantener el control, eliminación o la erradicación de Enfermedades Prevenibles por Vacunación (EPV), estas acciones deben efectuarse en un corto periodo de tiempo para lograr el impacto epidemiológico deseado. Cada año se realizan tres Semanas Nacionales de Salud, con distintos ejes.</p> <p>En la Primera Semana Nacional de Salud 2017, las actividades de vacunación están enfocadas a la <b>aplicación de la vacuna oral bivalente contra la polio en niñas y niños de 6 a 59 meses de edad.</b></p>	
<b>OBJETIVO DEL PROGRAMA GUBERNAMENTAL QUE SE DIFUNDIRÁ</b>	
<p>Promover la participación de madres, padres y/o responsables de niñas y niños de 6 a 59 meses de edad para aplicarles la <b>vacuna oral bivalente contra la polio</b>, además de que inicien o completen sus esquemas de vacunación correspondientes.</p>	

\*\*\* Adjunte los promocionales, propaganda o materiales que pretenda difundir.

<b>II. ELEMENTOS JUSTIFICATORIOS DE LA EXCEPCIÓN A LA CAMPAÑA</b>		
SUPUESTO DE EXCEPCIÓN APLICABLE (Marque con una "X")	INDIQUE LAS RAZONES QUE MOTIVAN LA EXCEPCIÓN EN ESTE CASO	
Educación	( )	<p>Es necesario vacunar a niñas y niños de 6 a 59 meses de edad con la vacuna oral bivalente para mantener la erradicación de la polio en el territorio nacional; es importante mantener coberturas de vacunación del 95% en todos los menores de 5 años de edad.</p>
Salud	( X )	
Protección civil	( )	
<b>INDIQUE LOS ARGUMENTOS PARA DIFUNDIR ESTA CAMPAÑA DURANTE EL PROCESO ELECTORAL</b>		

 <b>INE</b> Instituto Nacional Electoral	<b>DIRECCIÓN EJECUTIVA DE PRERROGATIVAS Y PARTIDOS POLÍTICOS</b>	
	<b>FORMULARIO PARA LA PRESENTACIÓN DE LA INFORMACIÓN MÍNIMA          NECESARIA PARA LA ATENCIÓN DE LAS CONSULTAS TÉCNICAS RELACIONADAS          CON LAS EXCEPCIONES PREVISTAS PARA LA DIFUSIÓN DE PROPAGANDA          GUBERNAMENTAL</b>	FORM/DEPPP/DAI/001
		Versión 1.0

Las acciones preventivas de vacunación evitan la reintroducción de enfermedades eliminadas o erradicadas en nuestro país (polio) y prevención de desarrollo de enfermedades. Por ello, es indispensable llevar a cabo las actividades del personal de enfermería a nivel nacional en el período establecido.

**INDIQUE LOS FUNDAMENTOS DE LAS FACULTADES DEL ÓRGANO PARA DIFUNDIR PROGRAMAS GUBERNAMENTALES**

En el reglamento interior de la Secretaría de Salud, el artículo 47, número II menciona como atribución del Centro Nacional para la Salud de la Infancia y la Adolescencia "Proponer al Subsecretario de Prevención y Promoción de la Salud las políticas y estrategias nacionales, lineamientos y procedimientos en materia de vacunación para toda la población residente en la República Mexicana, y evaluar su impacto"

<b>III. DATOS DEL CONTACTO</b>	
<b>NOMBRE COMPLETO</b>	
Jenny Maribel Cortés Ibáñez	
<b>CARGO</b>	
Jefatura del Departamento de Vinculación Operativa Institucional	
<b>TELÉFONO</b>	<b>CORREO ELECTRÓNICO</b>
5062-1600 ext. 41165	jenny.cortes@salud.gob.mx

<b>INFORMACIÓN ADICIONAL</b>
(Agregue toda aquella información adicional que considere necesaria para sustentar su solicitud de consulta técnica)

OK

 <b>INE</b> Instituto Nacional Electoral	<b>DIRECCIÓN EJECUTIVA DE PRERROGATIVAS Y PARTIDOS POLÍTICOS</b>	
	<b>FORMULARIO PARA LA PRESENTACIÓN DE LA INFORMACIÓN MÍNIMA          NECESARIA PARA LA ATENCIÓN DE LAS CONSULTAS TÉCNICAS RELACIONADAS          CON LAS EXCEPCIONES PREVISTAS PARA LA DIFUSIÓN DE PROPAGANDA          GUBERNAMENTAL</b>	FORM/DEPPP/DAI/001
		Versión 1.0

INSTITUCIÓN / ORGANISMO RESPONSABLE DE LA CAMPAÑA DE DIFUSIÓN*	FECHA**
Secretaría de Salud / Centro Nacional para la Salud de la Infancia y la Adolescencia (CeNSIA)	30/11/2016

\* Utilice un formato para cada una de las campañas o programas que requiera consultar.

\*\* La solicitud de consulta técnica deberá presentarse al menos 20 días previos al inicio de transmisión de la campaña que se pretenda difundir.

<b>I. DATOS GENERALES DE LA CAMPAÑA DE DIFUSIÓN</b>	
<b>NOMBRE COMPLETO DE LA CAMPAÑA</b>	
Semanas Nacionales de Salud 2017, versión Segunda Semana Nacional de Salud 2017	
<b>FECHA DE INICIO DE LAS TRANSMISIONES</b>	<b>FECHA DE TÉRMINO DE LAS TRANSMISIONES</b>
14 de mayo de 2017	27 de mayo de 2017
<b>DESCRIPCIÓN, ALEANCY Y POBLACIÓN OBJETIVO DE LA CAMPAÑA ***</b>	
<p>Las Semanas Nacionales de Salud (SeNaS) son una estrategia de vacunación que tiene como objetivo mantener el control, eliminación o la erradicación de Enfermedades Prevenibles por Vacunación (EPV), estas acciones deben efectuarse en un corto periodo de tiempo para lograr el impacto epidemiológico deseado. Cada año se realizan tres Semanas Nacionales de Salud, con distintos ejes.</p> <p>En la Segunda Semana Nacional de Salud, las actividades de vacunación están enfocadas a la aplicación en las niñas de quinto grado de primaria y en niñas de 11 años no escolarizadas la <b>segunda dosis de vacuna contra el VPH para protegerlas de los principales tipos de cáncer provocados por el virus del papiloma humano</b>. También se administrará la <b>vacuna contra la poliomielitis (bOPV) a niñas y niños de 6 a 59 meses de edad</b>.</p>	
<b>OBJETIVO DEL PROGRAMA GUBERNAMENTAL QUE SE DIFUNDIRÁ</b>	
<p>Promover la participación de madres, padres y/o responsables de niñas del quinto grado de primaria en las escuelas y las de 11 años de edad no inscritas en el Sistema Educativo Nacional en la aplicación de la vacuna de VPH. Y la administración de la vacuna contra la poliomielitis (bOPV) a niñas y niños de 6 a 59 meses de edad.</p>	

\*\*\* Adjunte los promocionales, propaganda o materiales que pretenda difundir.

<b>II. ELEMENTOS JUSTIFICATORIOS DE LA EXCEPCIÓN A LA CAMPAÑA</b>	
SUPUESTO DE EXCEPCIÓN APLICABLE (Marque con una "X")	INDIQUE LAS RAZONES QUE MOTIVAN LA EXCEPCIÓN EN ESTE CASO
Educación ( )	<p>Es importante que el 95% de las niñas del quinto grado de primaria y las de 11 años de edad no inscritas en el Sistema Educativo Nacional se les aplique la segunda dosis de la vacuna VPH. Y el 95% de niñas y niños de 6 a 59 meses de edad se les administre la vacuna contra la poliomielitis (bOPV)</p>
Salud ( X )	
Protección civil ( )	
<b>INDIQUE LOS ARGUMENTOS PARA DIFUNDIR ESTA CAMPAÑA DURANTE EL PROCESO ELECTORAL</b>	

 <b>INE</b> Instituto Nacional Electoral	<b>DIRECCIÓN EJECUTIVA DE PREROGATIVAS Y PARTIDOS POLÍTICOS</b>	
	<b>FORMULARIO PARA LA PRESENTACIÓN DE LA INFORMACIÓN MÍNIMA          NECESARIA PARA LA ATENCIÓN DE LAS CONSULTAS TÉCNICAS RELACIONADAS          CON LAS EXCEPCIONES PREVISTAS PARA LA DIFUSIÓN DE PROPAGANDA          GUBERNAMENTAL</b>	<b>FORM/DEPPP/DAI/001</b>
	<b>Versión 1.0</b>	

Las acciones preventivas de vacunación evitan la reintroducción de enfermedades eliminadas o erradicadas en nuestro país y prevención de desarrollo de enfermedades (VPH). Por ello, es indispensable llevar a cabo las actividades del personal de enfermería a nivel nacional en el período establecido.

**INDIQUE LOS FUNDAMENTOS DE LAS FACULTADES DEL ÓRGANO PARA DIFUNDIR PROGRAMAS GUBERNAMENTALES**

En el reglamento interior de la Secretaría de Salud, el artículo 47, número II menciona como atribución del Centro Nacional para la Salud de la Infancia y la Adolescencia "Proponer al Subsecretario de Prevención y Promoción de la Salud las políticas y estrategias nacionales, lineamientos y procedimientos en materia de vacunación para toda la población residente en la República Mexicana, y evaluar su impacto"

<b>III. DATOS DEL CONTACTO</b>	
<b>NOMBRE COMPLETO</b>	
Jenny Maribel Cortés Ibáñez	
<b>CARGO</b>	
Jefatura del Departamento de Vinculación Operativa Institucional	
<b>TELÉFONO</b>	<b>CORREO ELECTRÓNICO</b>
5062-1600 ext. 41165	jenny.cortes@salud.gob.mx

**INFORMACIÓN ADICIONAL**

(Agregue toda aquella información adicional que considere necesaria para sustentar su solicitud de consulta técnica)

	<b>DIRECCIÓN EJECUTIVA DE PRERROGATIVAS Y PARTIDOS POLÍTICOS</b>	
	FORMULARIO PARA LA PRESENTACIÓN DE LA INFORMACIÓN MÍNIMA NECESARIA PARA LA ATENCIÓN DE LAS CONSULTAS TÉCNICAS RELACIONADAS CON LAS EXCEPCIONES PREVISTAS PARA LA DIFUSIÓN DE PROPAGANDA GUBERNAMENTAL	FORM/DEPPP/DAI/001
	Versión 1.0	

INSTITUCIÓN / ORGANISMO RESPONSABLE DE LA CAMPAÑA DE DIFUSIÓN*	FECHA**
SECRETARÍA DE SALUD / DIRECCIÓN GENERAL DE COMUNICACIÓN SOCIAL	02 DE ENERO DE 2017

\* Utilice un formato para cada una de las campañas o programas que requiera consultar.

\*\* La solicitud de consulta técnica deberá presentarse al menos 20 días previos al inicio de transmisión de la campaña que se pretenda difundir.

I. DATOS GENERALES DE LA CAMPAÑA DE DIFUSIÓN	
NOMBRE COMPLETO DE LA CAMPAÑA	
PREVENCIÓN DE ADICCIONES, VERSIONES: PREVENCIÓN DEL CONSUMO DE MARIHUANA, COCAÍNA, ALCOHOL, INHALABLES	
FECHA DE INICIO DE LAS TRANSMISIONES	FECHA DE TÉRMINO DE LAS TRANSMISIONES
10 DE ABRIL DE 2017	10 DE JUNIO DE 2017
DESCRIPCIÓN, ALCANCE Y POBLACIÓN OBJETIVO DE LA CAMPAÑA ***	
PROMOVER LOS RIESGOS DEL CONSUMO DE DROGAS. ALCANCE: NACIONAL POBLACIÓN OBJETIVO: HOMBRE Y MUJERES DE 12 A 65 AÑOS, CON NSE C, C+, D, D+ Y E	
OBJETIVO DEL PROGRAMA GUBERNAMENTAL QUE SE DIFUNDIRÁ	
IMPULSAR CAMPAÑAS PARA INFORMAR Y CONCIENTIZAR ACERCA DEL USO, ABUSO Y DEPENDENCIA A SUSTANCIAS PSICOACTIVAS	

\*\*\* Adjunte los promocionales, propaganda o materiales que pretenda difundir.

II. ELEMENTOS JUSTIFICATORIOS DE LA EXCEPCIÓN A LA CAMPAÑA		
SUPUESTO DE EXCEPCIÓN APLICABLE (Marque con una "X")	INDIQUE LAS RAZONES QUE MOTIVAN LA EXCEPCIÓN EN ESTE CASO	
Educación	( )	POR MANTENER UNA TEMÁTICA PARA PROMOVER HÁBITOS SALUDABLES ENTRE LA POBLACIÓN, ASÍ COMO DE CONCIENTIZAR SOBRE LOS RIESGOS DEL CONSUMO DE DROGAS; SE CONSIDERA QUE CAE EN EL SUPUESTO EN EL RUBRO DE SALUD.
Salud	(X)	
Protección civil	( )	
INDIQUE LOS ARGUMENTOS PARA DIFUNDIR ESTA CAMPAÑA DURANTE EL PROCESO ELECTORAL		
DE ACUERDO AL ARTÍCULO 2, NUMERAL 2 DEL CÓDIGO FEDERAL DE INSTITUCIONES Y PROCEDIMIENTOS ELECTORALES, ESTABLECE QUE LAS ÚNICAS EXCEPCIONES, A LA SUSPENSIÓN DE DIFUSIÓN EN LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN SOCIAL; SERÁN LAS CAMPAÑAS RELATIVAS A SERVICIOS DE SALUD. SUPUESTO EN EL QUE ENCAJA ESTA CAMPAÑA.		

	<b>DIRECCIÓN EJECUTIVA DE PRERROGATIVAS Y PARTIDOS POLÍTICOS</b>	
	<b>FORMULARIO PARA LA PRESENTACIÓN DE LA INFORMACIÓN MÍNIMA NECESARIA PARA LA ATENCIÓN DE LAS CONSULTAS TÉCNICAS RELACIONADAS CON LAS EXCEPCIONES PREVISTAS PARA LA DIFUSIÓN DE PROPAGANDA GUBERNAMENTAL</b>	<b>FORM/DEPPP/DAI/001</b>
	<b>Versión 1.0</b>	

<b>INDIQUE LOS FUNDAMENTOS DE LAS FACULTADES DEL ÓRGANO PARA DIFUNDIR PROGRAMAS GUBERNAMENTALES</b>
<p>ARTÍCULO 19 DEL REGLAMENTO INTERIOR DE LA SECRETARÍA DE SALUD, LOS NUMERALES II Y IV ESTABLECEN QUE A LA DIRECCIÓN GENERAL DE COMUNICACIÓN SOCIAL LE CORRESPONDE:</p> <p>II.- MANTENER INFORMADA A LA POBLACIÓN SOBRE EL DESARROLLO DE LOS PROGRAMAS DE LA SECRETARÍA Y CONTRIBUIR A LA DIFUSIÓN HOMOGÉNEA DE LAS ACTIVIDADES DEL SECTOR SALUD, DE CONFORMIDAD CON LAS DISPOSICIONES QUE EMITA LA SECRETARÍA DE GOBERNACIÓN EN MATERIA DE COMUNICACIÓN SOCIAL</p> <p>IV.- DEFINIR ESTRATEGIAS PARA LA PRODUCCIÓN Y DIFUSIÓN DE LOS PROGRAMAS Y ACTIVIDADES DE LA SECRETARÍA, ASÍ COMO PARTICIPAR EN LOS PROGRAMAS DE DIFUSIÓN DE LAS ENTIDADES COORDINADAS ADMINISTRATIVAMENTE POR EL SECTOR SALUD</p>

<b>III. DATOS DEL CONTACTO</b>	
<b>NOMBRE COMPLETO</b>	
RAMIRO NEPITA CHÁVEZ	
<b>CARGO</b>	
DIRECTOR DE COMUNICACIÓN Y ENLACE	
<b>TELÉFONO</b>	<b>CORREO ELECTRÓNICO</b>
5553-8855 5062-1700 EXT. 52533#	ramiro.nepita@salud.gob.mx ramironepita@gmail.com

<b>INFORMACIÓN ADICIONAL</b>

	<b>DIRECCIÓN EJECUTIVA DE PRERROGATIVAS Y PARTIDOS POLÍTICOS</b>	
	FORMULARIO PARA LA PRESENTACIÓN DE LA INFORMACIÓN MÍNIMA NECESARIA PARA LA ATENCIÓN DE LAS CONSULTAS TÉCNICAS RELACIONADAS CON LAS EXCEPCIONES PREVISTAS PARA LA DIFUSIÓN DE PROPAGANDA GUBERNAMENTAL	FORM/DEPPP/DAI/001
	Versión 1.0	

<b>INSTITUCIÓN / ORGANISMO RESPONSABLE DE LA CAMPAÑA DE DIFUSIÓN*</b>	<b>FECHA**</b>
SECRETARÍA DE SALUD / DIRECCIÓN GENERAL DE COMUNICACIÓN SOCIAL	02 DE ENERO DE 2017

\* Utilice un formato para cada una de las campañas o programas que requiera consultar.

\*\* La solicitud de consulta técnica deberá presentarse al menos 20 días previos al inicio de transmisión de la campaña que se pretenda difundir.

<b>I. DATOS GENERALES DE LA CAMPAÑA DE DIFUSIÓN</b>	
<b>NOMBRE COMPLETO DE LA CAMPAÑA</b>	
DIABETES, SOBREPESO Y OBESIDAD	
<b>FECHA DE INICIO DE LAS TRANSMISIONES</b>	<b>FECHA DE TÉRMINO DE LAS TRANSMISIONES</b>
15 DE FEBRERO DE 2017	15 DE MAYO DE 2017
<b>DESCRIPCIÓN, ALCANCE Y POBLACIÓN OBJETIVO DE LA CAMPAÑA ***</b>	
ESTIMULAR Y CONCIENTIZAR LA ADOPCIÓN DE MEDIDAS EFICACES DE VIGILANCIA Y CONTROL DE ESTAS ENFERMEDADES Y DE SUS COMPLICACIONES ALCANCE: NACIONAL POBLACIÓN OBJETIVO: HOMBRES Y MUJERES DE 13 A 64 AÑOS, CON NSE C, C+, D, D+ Y E	
<b>OBJETIVO DEL PROGRAMA GUBERNAMENTAL QUE SE DIFUNDIRÁ</b>	
ESTABLECER MECANISMOS DE DIFUSIÓN OPORTUNA DE LA INFORMACIÓN EPIDEMIOLÓGICA SOBRE OBESIDAD Y DIABETES	

\*\*\* Adjunte los promocionales, propaganda o materiales que pretenda difundir.

<b>II. ELEMENTOS JUSTIFICATORIOS DE LA EXCEPCIÓN A LA CAMPAÑA</b>	
<b>SUPUESTO DE EXCEPCIÓN APLICABLE</b> (Marque con una "X")	<b>INDIQUE LAS RAZONES QUE MOTIVAN LA EXCEPCIÓN EN ESTE CASO</b>
Educación ( )	ATENDER LA DECLARATORIA DE EMERGENCIA EPIDEMIOLÓGICA PARA SOBREPESO Y OBESIDAD, ASI COMO LA DECLARATORIA DE EMERGENCIA EPIDEMIOLÓGICA PARA DIABETES MELLITUS; EMITIDAS POR EL CENAPRECE
Salud (X)	
Protección civil ( )	
<b>INDIQUE LOS ARGUMENTOS PARA DIFUNDIR ESTA CAMPAÑA DURANTE EL PROCESO ELECTORAL</b>	
DE ACUERDO AL ARTÍCULO 2, NUMERAL 2 DEL CÓDIGO FEDERAL DE INSTITUCIONES Y PROCEDIMIENTOS ELECTORALES, ESTABLECE QUE LAS UNICAS EXCEPCIONES, A LA SUSPENSIÓN DE DIFUSIÓN EN LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN SOCIAL; SERÁN LAS CAMPAÑAS RELATIVAS A SERVICIOS DE SALUD. SUPUESTO EN EL QUE ENCAJA ESTA CAMPAÑA.	

	<b>DIRECCIÓN EJECUTIVA DE PRERROGATIVAS Y PARTIDOS POLÍTICOS</b>	
	<b>FORMULARIO PARA LA PRESENTACIÓN DE LA INFORMACIÓN MÍNIMA NECESARIA PARA LA ATENCIÓN DE LAS CONSULTAS TÉCNICAS RELACIONADAS CON LAS EXCEPCIONES PREVISTAS PARA LA DIFUSIÓN DE PROPAGANDA GUBERNAMENTAL</b>	<b>FORM/DEPPP/DAI/001</b>
	<b>Versión 1.0</b>	

<b>INDIQUE LOS FUNDAMENTOS DE LAS FACULTADES DEL ÓRGANO PARA DIFUNDIR PROGRAMAS GUBERNAMENTALES</b>
<p>ARTÍCULO 19 DEL REGLAMENTO INTERIOR DE LA SECRETARÍA DE SALUD, LOS NUMERALES II Y IV ESTABLECEN QUE A LA DIRECCIÓN GENERAL DE COMUNICACIÓN SOCIAL LE CORRESPONDE:</p> <p>II.- MANTENER INFORMADA A LA POBLACIÓN SOBRE EL DESARROLLO DE LOS PROGRAMAS DE LA SECRETARÍA Y CONTRIBUIR A LA DIFUSIÓN HOMOGÉNEA DE LAS ACTIVIDADES DEL SECTOR SALUD, DE CONFORMIDAD CON LAS DISPOSICIONES QUE EMITA LA SECRETARÍA DE GOBERNACIÓN EN MATERIA DE COMUNICACIÓN SOCIAL</p> <p>IV.- DEFINIR ESTRATEGIAS PARA LA PRODUCCIÓN Y DIFUSIÓN DE LOS PROGRAMAS Y ACTIVIDADES DE LA SECRETARÍA, ASÍ COMO PARTICIPAR EN LOS PROGRAMAS DE DIFUSIÓN DE LAS ENTIDADES COORDINADAS ADMINISTRATIVAMENTE POR EL SECTOR SALUD</p>

<b>III. DATOS DEL CONTACTO</b>	
<b>NOMBRE COMPLETO</b>	
RAMIRO NEPITA CHÁVEZ	
<b>CARGO</b>	
DIRECTOR DE COMUNICACIÓN Y ENLACE	
<b>TELÉFONO</b>	<b>CORREO ELECTRÓNICO</b>
5553-8855 5062-1700 EXT. 52533#	ramiro.nepita@salud.gob.mx ramironepita@gmail.com

<b>INFORMACIÓN ADICIONAL</b>
EL NOMBRE DE LA CAMPAÑA NO ES DEFINITIVO. LOS MATERIALES NO SE ENCUENTRAN LISTOS POR EL MOMENTO.

	<b>DIRECCIÓN EJECUTIVA DE PRERROGATIVAS Y PARTIDOS POLÍTICOS</b>	
	<b>FORMULARIO PARA LA PRESENTACIÓN DE LA INFORMACIÓN MÍNIMA NECESARIA PARA LA ATENCIÓN DE LAS CONSULTAS TÉCNICAS RELACIONADAS CON LAS EXCEPCIONES PREVISTAS PARA LA DIFUSIÓN DE PROPAGANDA GUBERNAMENTAL</b>	<b>FORM/DEPPP/DAI/001</b>
	<b>Versión 1.0</b>	

INSTITUCIÓN / ORGANISMO RESPONSABLE DE LA CAMPAÑA DE DIFUSIÓN*	FECHA**
PROCURADURÍA FEDERAL DE LA DEFENSA DEL TRABAJO	06 DE ENERO DE 2017

\* Utilice un formato para cada una de las campañas o programas que requiera consultar.

\*\* La solicitud de consulta técnica deberá presentarse al menos 20 días previos al inicio de transmisión de la campaña que se pretenda difundir.

<b>I. DATOS GENERALES DE LA CAMPAÑA DE DIFUSIÓN</b>	
<b>NOMBRE COMPLETO DE LA CAMPAÑA</b>	
PROFEDET DEFIENDE Y PROTEGE TUS DERECHOS. VERSIÓN: REPARTO DE UTILIDADES 2017	
<b>FECHA DE INICIO DE LAS TRANSMISIONES</b>	<b>FECHA DE TÉRMINO DE LAS TRANSMISIONES</b>
1 DE MAYO DE 2017	1 DE JUNIO DE 2017
<b>DESCRIPCIÓN, ALCANCE Y POBLACIÓN OBJETIVO DE LA CAMPAÑA ***</b>	
Descripción. - Informar a la clase trabajadora el derecho consignado en la Ley Federal del Trabajo que tienen para recibir el reparto de utilidades por parte del patrón. Alcance. - Prevención y promoción de la justicia laboral. Población Objetivo.- Urbana, Hombres y Mujeres 19 A 24, 25 A 34, 35 A 44, 45 A 64 AÑOS, NSE: C+, C, D, D+	
<b>OBJETIVO DEL PROGRAMA GUBERNAMENTAL QUE SE DIFUNDIRÁ</b>	
Dar a conocer a los trabajadores el derecho que tienen para recibir el Reparto de Utilidades y posicionar a la PROFEDET, como la instancia del Gobierno encargada de defender los derechos laborales de la clase trabajadora.	

\*\*\* Adjunte los promocionales, propaganda o materiales que pretenda difundir.

<b>II. ELEMENTOS JUSTIFICATORIOS DE LA EXCEPCIÓN A LA CAMPAÑA</b>		
SUPUESTO DE EXCEPCIÓN APLICABLE (Marque con una "X")	INDIQUE LAS RAZONES QUE MOTIVAN LA EXCEPCIÓN EN ESTE CASO	
Educación	( x )	Con la campaña se pretende que los trabajadores conozcan y tengan información sobre sus derechos laborales, en específico el pago del Reparto de utilidades, así como de los servicios de orientación, asesoría y defensoría legal que puedan obtener de manera gratuita por parte de PROFEDET.
Salud	( )	
Protección civil	( )	
<b>INDIQUE LOS ARGUMENTOS PARA DIFUNDIR ESTA CAMPAÑA DURANTE EL PROCESO ELECTORAL</b>		

	<b>DIRECCIÓN EJECUTIVA DE PRERROGATIVAS Y PARTIDOS POLÍTICOS</b>	
	<b>FORMULARIO PARA LA PRESENTACIÓN DE LA INFORMACIÓN MÍNIMA NECESARIA PARA LA ATENCIÓN DE LAS CONSULTAS TÉCNICAS RELACIONADAS CON LAS EXCEPCIONES PREVISTAS PARA LA DIFUSIÓN DE PROPAGANDA GUBERNAMENTAL</b>	<b>FORM/DEPPP/DAI/001</b>
	<b>Versión 1.0</b>	

La campaña se encuentra enfocada en dar a conocer a todos los trabajadores a nivel nacional los derechos laborales consignados en la Ley Federal del Trabajo, en específico el derecho que se genera como trabajador de una empresa que generó utilidades y se obtenga la confianza de los trabajadores para que exijan el cumplimiento de pago de Reparto de Utilidades y conozcan los servicios de PROFEDET.

**INDIQUE LOS FUNDAMENTOS DE LAS FACULTADES DEL ÓRGANO PARA DIFUNDIR PROGRAMAS GUBERNAMENTALES**

La Procuraduría Federal de la Defensa del Trabajo, es un órgano desconcentrado de la Secretaría del Trabajo y Previsión Social, con autonomía técnica y administrativa, que tiene a su cargo el cumplimiento, en el ámbito federal, de las facultades y funciones previstas en la Ley, el Reglamento Interior de la Secretaría del Trabajo y Previsión Social, el presente Reglamento y los demás ordenamientos jurídicos aplicables

Artículo 5. La Procuraduría tiene las atribuciones siguientes:

- I. Ejercer las funciones de su competencia, de conformidad con las disposiciones legales y reglamentarias aplicables, así como las directrices, lineamientos e instrucciones que emita el Secretario;
- II. Orientar y asesorar a los trabajadores, sus beneficiarios y sindicatos, de forma personal y sin intervención de persona alguna, sobre los derechos y obligaciones derivados de las normas de trabajo, de previsión y seguridad social, así como de los procedimientos y órganos competentes para hacerlos valer

De conformidad con el artículo 8 del propio reglamento señala que: La representación, trámite y resolución de los asuntos de la Procuraduría corresponde al Procurador General, quien tiene las facultades siguientes:

- VI. Aprobar los programas y estrategias de comunicación social de la Procuraduría, incluyendo los proyectos de difusión de los servicios que brinda, así como la evaluación de sus resultados y de la imagen institucional de la misma, en coordinación con la Dirección General de Comunicación Social de la Secretaría y las instancias competentes de la Administración Pública Federal.

<b>III. DATOS DEL CONTACTO</b>	
<b>NOMBRE COMPLETO</b>	
LIC. MINERVA GONZÁLEZ CEJA	
<b>CARGO</b>	
COORDINADORA DE COMUNICACIÓN SOCIAL	
<b>TELÉFONO</b>	<b>CORREO ELECTRÓNICO</b>
59982000 EXT.- 44530	mceja@stps.gob.mx

<b>INFORMACIÓN ADICIONAL</b>
(Agregue toda aquella información adicional que considere necesaria para sustentar su solicitud de consulta técnica)

	<b>DIRECCIÓN EJECUTIVA DE PRERROGATIVAS Y PARTIDOS POLÍTICOS</b>	
	<b>FORMULARIO PARA LA PRESENTACIÓN DE LA INFORMACIÓN MÍNIMA NECESARIA PARA LA ATENCIÓN DE LAS CONSULTAS TÉCNICAS RELACIONADAS CON LAS EXCEPCIONES PREVISTAS PARA LA DIFUSIÓN DE PROPAGANDA GUBERNAMENTAL</b>	<b>FORM/DEPPP/DAI/003</b>
	<b>Versión 1.0</b>	

INSTITUCIÓN / ORGANISMO RESPONSABLE DE LA CAMPAÑA DE DIFUSIÓN*	FECHA**
SECRETARIA DE TURISMO	14 DE DICIEMBRE DE 2016

\* Utilice un formato para cada una de las campañas o programas que requiera consultar.

\*\* La solicitud de consulta técnica deberá presentarse al menos 20 días previos al inicio de transmisión de la campaña que se pretenda difundir.

I. DATOS GENERALES DE LA CAMPAÑA DE DIFUSIÓN	
NOMBRE COMPLETO DE LA CAMPAÑA	
DIA MUNDIAL DEL TURISMO 2017	
FECHA DE INICIO DE LAS TRANSMISIONES	FECHA DE TÉRMINO DE LAS TRANSMISIONES
1° DE SEPTIEMBRE DE 2017	30 DE SEPTIEMBRE DE 2017
DESCRIPCIÓN, ALCANCE Y POBLACIÓN OBJETIVO DE LA CAMPAÑA ***	
POBLACIÓN: HOMBRES Y MUJERES, POBLACION RURAL Y URBANA ENTRE LOS 25 A 65 AÑOS. OBJETIVO: IMPULSAR LA PROMOCIÓN TURÍSTICA A CONTRIBUIR A LA DIVERSIFICACIÓN DE MERCADOS, EL DESARROLLO Y CRECIMIENTO DEL SECTOR.	
OBJETIVO DEL PROGRAMA GUBERNAMENTAL QUE SE DIFUNDIRÁ	
RESALTAR LA IMPORTANCIA DEL TURISMO EN EL DESARROLLO SOCIOECONÓMICO DEL PAÍS.	

\*\*\* Adjunte los promocionales, propaganda o materiales que pretenda difundir.

II. ELEMENTOS JUSTIFICATORIOS DE LA EXCEPCIÓN A LA CAMPAÑA	
SUPUESTO DE EXCEPCIÓN APLICABLE (Marque con una "X")	INDIQUE LAS RAZONES QUE MOTIVAN LA EXCEPCIÓN EN ESTE CASO
Educación	( X )
Salud	( )
Protección civil	( )
Hacemos énfasis de la importancia del turismo en nuestro país y en el resto del mundo. Se realiza un evento el día 27 de septiembre, por lo que la fecha no puede ser modificada. Además la información que se maneja es con fines turísticos, tratando de que la población esté enterada sobre el evento en mención.	
INDIQUE LOS ARGUMENTOS PARA DIFUNDIR ESTA CAMPAÑA DURANTE EL PROCESO ELECTORAL	

	<b>DIRECCIÓN EJECUTIVA DE PRERROGATIVAS Y PARTIDOS POLÍTICOS</b>	
	<b>FORMULARIO PARA LA PRESENTACIÓN DE LA INFORMACIÓN MÍNIMA NECESARIA PARA LA ATENCIÓN DE LAS CONSULTAS TÉCNICAS RELACIONADAS CON LAS EXCEPCIONES PREVISTAS PARA LA DIFUSIÓN DE PROPAGANDA GUBERNAMENTAL</b>	<b>FORM/DEPPP/DAI/003</b>
	<b>Versión 1.0</b>	

<b>INDIQUE LOS FUNDAMENTOS DE LAS FACULTADES DEL ÓRGANO PARA DIFUNDIR PROGRAMAS GUBERNAMENTALES</b>
<p>Artículo 42, fracción XIII de la Ley Orgánica de la Administración Pública Federal y artículo 32 fracción IV del Reglamento Interior de la SECTUR.</p>

<b>III. DATOS DEL CONTACTO</b>	
<b>NOMBRE COMPLETO</b>	
LIC. HUGO RENÁN GONZÁLEZ GONZÁLEZ	
<b>CARGO</b>	
DIRECTOR DE DIFUSION Y MERCADOTECNIA	
<b>TELÉFONO</b>	<b>CORREO ELECTRÓNICO</b>
3002.6300 EXT. 2824	hrenang@sectur.gob.mx

<b>INFORMACIÓN ADICIONAL</b>
(Agregue toda aquella información adicional que considere necesaria para sustentar su solicitud de consulta técnica)

	<b>DIRECCIÓN EJECUTIVA DE PRERROGATIVAS Y PARTIDOS POLÍTICOS</b>	
	<b>FORMULARIO PARA LA PRESENTACIÓN DE LA INFORMACIÓN MÍNIMA NECESARIA PARA LA ATENCIÓN DE LAS CONSULTAS TÉCNICAS RELACIONADAS CON LAS EXCEPCIONES PREVISTAS PARA LA DIFUSIÓN DE PROPAGANDA GUBERNAMENTAL</b>	<b>FORM/DEPPP/DAI/004</b>
	<b>Versión 1.0</b>	

INSTITUCIÓN / ORGANISMO RESPONSABLE DE LA CAMPAÑA DE DIFUSIÓN*	FECHA**
SECRETARIA DE TURISMO	14 DE DICIEMBRE DE 2016

\* Utilice un formato para cada una de las campañas o programas que requiera consultar.

\*\* La solicitud de consulta técnica deberá presentarse al menos 20 días previos al inicio de transmisión de la campaña que se pretenda difundir.

I. DATOS GENERALES DE LA CAMPAÑA DE DIFUSIÓN	
<b>NOMBRE COMPLETO DE LA CAMPAÑA</b>	
2017: AÑO INTERNACIONAL DEL TURISMO SUSTENTABLE PARA EL DESARROLLO.	
<b>FECHA DE INICIO DE LAS TRANSMISIONES</b>	<b>FECHA DE TÉRMINO DE LAS TRANSMISIONES</b>
03 DE ABRIL DE 2017	30 DE JUNIO DE 2017
<b>DESCRIPCIÓN, ALCANCE Y POBLACIÓN OBJETIVO DE LA CAMPAÑA ***</b>	
<p><b>DESCRIPCIÓN:</b> LA CAMPAÑA BUSCA SENSIBILIZAR A LA POBLACIÓN Y A LOS TURISTAS SOBRE LA IMPORTANCIA DEL TURISMO EN SUS ASPECTOS SOCIALES, MEDIOAMBIENTALES Y ECONÓMICOS, Y EL CUIDADO AL MEDIO AMBIENTE, EL RESPETO A LAS COMUNIDADES Y LA CONTRIBUCIÓN DE LA ACTIVIDAD.</p> <p><b>POBLACIÓN OBJETIVO:</b> HOMBRES Y MUJERES DE ÁREAS URBANAS Y RURALES DE ENTRE 15 AÑOS A 50 AÑOS. Y TURISTAS DE HABLA HISPANA QUE SE ENCUENTREN EN EL PAÍS.</p> <p><b>OBJETIVO:</b> COAYUVAR EN EL CUMPLIMIENTO DEL PROGRAMA SECTORIAL DE TURISMO EN ESPECIAL EL OBJETIVO 5, DE "FOMENTAR EL DESARROLLO SUSTENTABLE DE LOS DESTINOS TURÍSTICOS Y AMPLIAR LOS BENEFICIOS SOCIALES Y ECONÓMICOS DE LAS COMUNIDADES RECEPTORAS. SENSIBILIZANDO A LA POBLACIÓN DE LA CONTRIBUCIÓN DEL TURISMO EN LA ECONOMÍA EN EL MEDIO AMBIENTE Y LOS BENEFICIOS SOCIALES EN EL DESARROLLO DEL PAÍS.</p>	
<b>OBJETIVO DEL PROGRAMA GUBERNAMENTAL QUE SE DIFUNDIRÁ</b>	
RESALTAR LA IMPORTANCIA DEL TURISMO EN EL DESARROLLO SOCIOECONÓMICO Y MEDIO AMBIENTAL DEL PAÍS Y EL PAPEL QUE DESEMPEÑA LA POBLACIÓN Y EL TURISTA EN EL CUIDADO Y PRESERVACIÓN DEL PATRIMONIO TURÍSTICO.	

\*\*\* Adjunte los promocionales, propaganda o materiales que pretenda difundir.

II. ELEMENTOS JUSTIFICATORIOS DE LA EXCEPCIÓN A LA CAMPAÑA		
SUPUESTO DE EXCEPCIÓN APLICABLE (Marque con una "X")	INDIQUE LAS RAZONES QUE MOTIVAN LA EXCEPCIÓN EN ESTE CASO	
Educación	( X )	Hacemos énfasis de la importancia del turismo en nuestro país y en el cuidado del patrimonio natural y cultural. La ONU ha declarado el año 2017: año internacional de turismo sustentable para el desarrollo y ha pedido a los estados miembros que realicen campañas de sensibilización hacia la población y hacia los turistas. Además la información que se maneja es con fines educativos y turísticos, tratando de que la población objetivo y los turistas conozcan la importancia y el valor del patrimonio natural, histórico, cultural de México y la contribución del turismo en el desarrollo económico y social, así como su cuidado y preservación.
Salud	( )	
Protección civil	( )	

	<b>DIRECCIÓN EJECUTIVA DE PRERROGATIVAS Y PARTIDOS POLÍTICOS</b>	
	<b>FORMULARIO PARA LA PRESENTACIÓN DE LA INFORMACIÓN MÍNIMA NECESARIA PARA LA ATENCIÓN DE LAS CONSULTAS TÉCNICAS RELACIONADAS CON LAS EXCEPCIONES PREVISTAS PARA LA DIFUSIÓN DE PROPAGANDA GUBERNAMENTAL</b>	<b>FORM/DEPPP/DAI/004</b>
	Versión 1.0	

<b>INDIQUE LOS ARGUMENTOS PARA DIFUNDIR ESTA CAMPAÑA DURANTE EL PROCESO ELECTORAL</b>
<b>INDIQUE LOS FUNDAMENTOS DE LAS FACULTADES DEL ÓRGANO PARA DIFUNDIR PROGRAMAS GUBERNAMENTALES</b>
<p>Artículo 42, fracción XIII de la Ley Orgánica de la Administración Pública Federal y artículo 32 fracción IV del Reglamento Interior de la SECTUR.</p>

<b>III. DATOS DEL CONTACTO</b>	
<b>NOMBRE COMPLETO</b>	
LIC. HUGO RENÁN GONZÁLEZ GONZÁLEZ	
<b>CARGO</b>	
DIRECTOR DE DIFUSION Y MERCADOTECNIA	
<b>TELÉFONO</b>	<b>CORREO ELECTRÓNICO</b>
3002.6300 EXT. 2824	hrenang@sectur.gob.mx

<b>INFORMACIÓN ADICIONAL</b>
(Agregue toda aquella información adicional que considere necesaria para sustentar su solicitud de consulta técnica)

	<b>DIRECCIÓN EJECUTIVA DE PRERROGATIVAS Y PARTIDOS POLÍTICOS</b>	
	<b>FORMULARIO PARA LA PRESENTACIÓN DE LA INFORMACIÓN MÍNIMA NECESARIA PARA LA ATENCIÓN DE LAS CONSULTAS TÉCNICAS RELACIONADAS CON LAS EXCEPCIONES PREVISTAS PARA LA DIFUSIÓN DE PROPAGANDA GUBERNAMENTAL</b>	<b>FORM/DEPPP/DAI/005</b>
	<b>Versión 1.0</b>	

INSTITUCIÓN / ORGANISMO RESPONSABLE DE LA CAMPAÑA DE DIFUSIÓN*	FECHA**
SECRETARIA DE TURISMO	14 DE DICIEMBRE DE 2016

\* Utilice un formato para cada una de las campañas o programas que requiera consultar.

\*\* La solicitud de consulta técnica deberá presentarse al menos 20 días previos al inicio de transmisión de la campaña que se pretenda difundir.

I. DATOS GENERALES DE LA CAMPAÑA DE DIFUSIÓN	
<b>NOMBRE COMPLETO DE LA CAMPAÑA</b>	
DÉCIMO CUARTO CONCURSO NACIONAL DE CULTURA TURÍSTICA: TURISMO SUSTENTABLE PARA EL DESARROLLO	
<b>FECHA DE INICIO DE LAS TRANSMISIONES</b>	<b>FECHA DE TÉRMINO DE LAS TRANSMISIONES</b>
13 DE FEBRERO DE 2017	30 DE AGOSTO DE 2017
<b>DESCRIPCIÓN, ALCANCE Y POBLACIÓN OBJETIVO DE LA CAMPAÑA ***</b>	
<p><b>DESCRIPCIÓN:</b> CONCURSO NACIONAL QUE BUSCA SENSIBILIZAR EN 5 PUBLICOS OBJETIVO SOBRE LA IMPORTANCIA DEL TURISMO EN SUS ASPECTOS SOCIALES, MEDIOAMBIENTALES Y ECONÓMICOS, A TRAVÉS DE CONCURSOS DE DIBUJO, ENSAYO, FOTOGRAFÍA, VIDEO Y POLÍTICAS PÚBLICAS.</p> <p><b>POBLACIÓN OBJETIVO:</b> NIÑOS Y NIÑAS DE PRIMARIA Y SECUNDARIA, JOVENES DE EDUCACION MEDIA SUPERIOR Y EDUCACION SUPERIOR, Y OFICINAS DE TURISMO DE LOS GOBIERNOS ESTATALES.</p> <p><b>OBJETIVO:</b> COAYUVAR EN EL CUMPLIMIENTO DEL OBJETIVO 5 SECTORIAL DE "FOMENTAR EL DESARROLLO SUSTENTABLE DE LOS DESTINOS TURÍSTICOS Y AMPLIAR LOS BENEFICIOS SOCIALES Y ECONÓMICOS DE LAS COMUNIDADES RECEPTORAS.</p>	
<b>OBJETIVO DEL PROGRAMA GUBERNAMENTAL QUE SE DIFUNDIRÁ</b>	
RESALTAR LA IMPORTANCIA DEL TURISMO EN EL DESARROLLO SOCIOECONÓMICO Y MEDIO AMBIENTAL DEL PAÍS.	

\*\*\* Adjunte los promocionales, propaganda o materiales que pretenda difundir.

II. ELEMENTOS JUSTIFICATORIOS DE LA EXCEPCIÓN A LA CAMPAÑA	
<b>SUPUESTO DE EXCEPCIÓN APLICABLE</b> (Marque con una "X")	<b>INDIQUE LAS RAZONES QUE MOTIVAN LA EXCEPCIÓN EN ESTE CASO</b>
Educación (X)	<p>Hacemos énfasis de la importancia del turismo en nuestro país y en el cuidado del patrimonio natural y cultural. La ONU ha declarado el año 2017: año internacional de turismo sustentable para el desarrollo y ha pedido a los estados miembros que realicen campañas de sensibilización hacia la población. Además la información que se maneja es con fines educativos y turísticos, tratando de que la población participe en el concurso en las diversas modalidades y categorías.</p>
Salud ( )	
Protección civil ( )	
<b>INDIQUE LOS ARGUMENTOS PARA DIFUNDIR ESTA CAMPAÑA DURANTE EL PROCESO ELECTORAL</b>	

 <b>INE</b> Instituto Nacional Electoral	<b>DIRECCIÓN EJECUTIVA DE PRERROGATIVAS Y PARTIDOS POLÍTICOS</b>	
	FORMULARIO PARA LA PRESENTACIÓN DE LA INFORMACIÓN MÍNIMA NECESARIA PARA LA ATENCIÓN DE LAS CONSULTAS TÉCNICAS RELACIONADAS CON LAS EXCEPCIONES PREVISTAS PARA LA DIFUSIÓN DE PROPAGANDA GUBERNAMENTAL	<b>FORM/DEPPP/DAI/005</b>
	Versión 1.0	

<b>INDIQUE LOS FUNDAMENTOS DE LAS FACULTADES DEL ÓRGANO PARA DIFUNDIR PROGRAMAS GUBERNAMENTALES</b>
<p>Artículo 42, fracción XIII de la Ley Orgánica de la Administración Pública Federal y artículo 32 fracción IV del Reglamento Interior de la SECTUR.</p>

<b>III. DATOS DEL CONTACTO</b>	
<b>NOMBRE COMPLETO</b>	
LIC. HUGO RENÁN GONZÁLEZ GONZÁLEZ	
<b>CARGO</b>	
DIRECTOR DE DIFUSION Y MERCADOTECNIA	
<b>TELÉFONO</b>	<b>CORREO ELECTRÓNICO</b>
3002.6300 EXT. 2824	hrenang@sectur.gob.mx

<b>INFORMACIÓN ADICIONAL</b>
(Agregue toda aquella información adicional que considere necesaria para sustentar su solicitud de consulta técnica)

	<b>DIRECCIÓN EJECUTIVA DE PRERROGATIVAS Y PARTIDOS POLÍTICOS</b>	
	<b>FORMULARIO PARA LA PRESENTACIÓN DE LA INFORMACIÓN MÍNIMA NECESARIA PARA LA ATENCIÓN DE LAS CONSULTAS TÉCNICAS RELACIONADAS CON LAS EXCEPCIONES PREVISTAS PARA LA DIFUSIÓN DE PROPAGANDA GUBERNAMENTAL</b>	<b>FORM/DEPPP/DAI/001</b>
	<b>Versión 1.0</b>	

<b>INSTITUCIÓN / ORGANISMO RESPONSABLE DE LA CAMPAÑA DE DIFUSIÓN*</b>	<b>FECHA**</b>
SECRETARIA DE TURISMO	14 DE DICIEMBRE DE 2016

\* Utilice un formato para cada una de las campañas o programas que requiera consultar.

\*\* La solicitud de consulta técnica deberá presentarse al menos 20 días previos al inicio de transmisión de la campaña que se pretenda difundir.

<b>I. DATOS GENERALES DE LA CAMPAÑA DE DIFUSIÓN</b>	
<b>NOMBRE COMPLETO DE LA CAMPAÑA</b>	
ANGELES VERDES, VERANO	
<b>FECHA DE INICIO DE LAS TRANSMISIONES</b>	<b>FECHA DE TÉRMINO DE LAS TRANSMISIONES</b>
1° DE JULIO DE 2017	30 DE AGOSTO DE 2017
<b>DESCRIPCIÓN, ALCANCE Y POBLACIÓN OBJETIVO DE LA CAMPAÑA ***</b>	
IMPULSAR LA PROMOCIÓN TURÍSTICA A CONTRIBUIR A LA DIVERSIFICACIÓN DE MERCADOS, EL DESARROLLO Y CRECIMIENTO DEL SECTOR.	
<b>OBJETIVO DEL PROGRAMA GUBERNAMENTAL QUE SE DIFUNDIRÁ</b>	
APROVECHAR EL POTENCIAL TURÍSTICO DE MÉXICO PARA GENERAR UNA MAYOR DERRAMA ECONÓMICA EN EL PAÍS.	

\*\*\* Adjunte los promocionales, propaganda o materiales que pretenda difundir.

<b>II. ELEMENTOS JUSTIFICATORIOS DE LA EXCEPCIÓN A LA CAMPAÑA</b>	
<b>SUPUESTO DE EXCEPCIÓN APLICABLE</b> (Marque con una "X")	<b>INDIQUE LAS RAZONES QUE MOTIVAN LA EXCEPCIÓN EN ESTE CASO</b>
Educación ( )	Contienen información sobre el apoyo que la Corporación Ángeles Verdes brinda a los turistas que viajan en estas temporadas vacacionales por carretera en la República Mexicana, así como informar sobre el servicio que ofrece el 088.
Salud ( )	
Protección civil ( X )	
<b>INDIQUE LOS ARGUMENTOS PARA DIFUNDIR ESTA CAMPAÑA DURANTE EL PROCESO ELECTORAL</b>	

 <b>INE</b> Instituto Nacional Electoral	<b>DIRECCIÓN EJECUTIVA DE PRERROGATIVAS Y PARTIDOS POLÍTICOS</b>	
	<b>FORMULARIO PARA LA PRESENTACIÓN DE LA INFORMACIÓN MÍNIMA          NECESARIA PARA LA ATENCIÓN DE LAS CONSULTAS TÉCNICAS RELACIONADAS          CON LAS EXCEPCIONES PREVISTAS PARA LA DIFUSIÓN DE PROPAGANDA          GUBERNAMENTAL</b>	<b>FORM/DEPPP/DAI/001</b>
	<b>Versión 1.0</b>	

<b>INDIQUE LOS FUNDAMENTOS DE LAS FACULTADES DEL ÓRGANO PARA DIFUNDIR PROGRAMAS GUBERNAMENTALES</b>
<p>Artículo 42, fracción XIII de la Ley Orgánica de la Administración Pública Federal y artículo 32 fracción IV del Reglamento Interior de la SECTUR.</p>

<b>III. DATOS DEL CONTACTO</b>	
<b>NOMBRE COMPLETO</b>	
LIC. HUGO RENÁN GONZÁLEZ GONZÁLEZ	
<b>CARGO</b>	
DIRECTOR DE DIFUSIÓN Y MERCADOTECNIA	
<b>TELÉFONO</b>	<b>CORREO ELECTRÓNICO</b>
3002.6300 EXT. 2824	hrenang@sectur.gob.mx

<b>INFORMACIÓN ADICIONAL</b>
(Agregue toda aquella información adicional que considere necesaria para sustentar su solicitud de consulta técnica)

 <b>INE</b> Instituto Nacional Electoral	<b>DIRECCIÓN EJECUTIVA DE PRERROGATIVAS Y PARTIDOS POLÍTICOS</b>	
	FORMULARIO PARA LA PRESENTACIÓN DE LA INFORMACIÓN MÍNIMA NECESARIA PARA LA ATENCIÓN DE LAS CONSULTAS TÉCNICAS RELACIONADAS CON LAS EXCEPCIONES PREVISTAS PARA LA DIFUSIÓN DE PROPAGANDA GUBERNAMENTAL	FORM/DEPPP/DAI/002
	Versión 1.0	

INSTITUCIÓN / ORGANISMO RESPONSABLE DE LA CAMPAÑA DE DIFUSIÓN*	FECHA**
SECRETARIA DE TURISMO	14 DE DICIEMBRE DE 2016

\* Utilice un formato para cada una de las campañas o programas que requiera consultar.

\*\* La solicitud de consulta técnica deberá presentarse al menos 20 días previos al inicio de transmisión de la campaña que se pretenda difundir.

I. DATOS GENERALES DE LA CAMPAÑA DE DIFUSIÓN	
<b>NOMBRE COMPLETO DE LA CAMPAÑA</b>	
ANGELES VERDES, INVIERNO	
<b>FECHA DE INICIO DE LAS TRANSMISIONES</b>	<b>FECHA DE TÉRMINO DE LAS TRANSMISIONES</b>
1° DE NOVIEMBRE DE 2017	31 DE DICIEMBRE DE 2017
<b>DESCRIPCIÓN, ALCANCE Y POBLACIÓN OBJETIVO DE LA CAMPAÑA ***</b>	
IMPULSAR LA PROMOCIÓN TURÍSTICA A CONTRIBUIR A LA DIVERSIFICACIÓN DE MERCADOS, EL DESARROLLO Y CRECIMIENTO DEL SECTOR.	
<b>OBJETIVO DEL PROGRAMA GUBERNAMENTAL QUE SE DIFUNDIRÁ</b>	
APROVECHAR EL POTENCIAL TURÍSTICO DE MÉXICO PARA GENERAR UNA MAYOR DERRAMA ECONÓMICA EN EL PAÍS.	

\*\*\* Adjunte los promocionales, propaganda o materiales que pretenda difundir.

II. ELEMENTOS JUSTIFICATORIOS DE LA EXCEPCIÓN A LA CAMPAÑA		
SUPUESTO DE EXCEPCIÓN APLICABLE (Marque con una 'X')	INDIQUE LAS RAZONES QUE MOTIVAN LA EXCEPCIÓN EN ESTE CASO	
Educación	( )	Contienen información sobre el apoyo que la Corporación Ángeles Verdes brinda a los turistas que viajan en estas temporadas vacacionales por carretera en la República Mexicana, así como informar sobre el servicio que ofrece el 088.
Salud	( )	
Protección civil	( X )	
<b>INDIQUE LOS ARGUMENTOS PARA DIFUNDIR ESTA CAMPAÑA DURANTE EL PROCESO ELECTORAL</b>		

	<b>DIRECCIÓN EJECUTIVA DE PRERROGATIVAS Y PARTIDOS POLÍTICOS</b>	
	<b>FORMULARIO PARA LA PRESENTACIÓN DE LA INFORMACIÓN MÍNIMA NECESARIA PARA LA ATENCIÓN DE LAS CONSULTAS TÉCNICAS RELACIONADAS CON LAS EXCEPCIONES PREVISTAS PARA LA DIFUSIÓN DE PROPAGANDA GUBERNAMENTAL</b>	<b>FORM/DEPPP/DAI/002</b>
	<b>Versión 1.0</b>	

<b>INDIQUE LOS FUNDAMENTOS DE LAS FACULTADES DEL ÓRGANO PARA DIFUNDIR PROGRAMAS GUBERNAMENTALES</b>
<p>Artículo 42, fracción XIII de la Ley Orgánica de la Administración Pública Federal y artículo 32 fracción IV del Reglamento Interior de la SECTUR.</p>

<b>III. DATOS DEL CONTACTO</b>	
<b>NOMBRE COMPLETO</b>	
LIC. HUGO RENÁN GONZÁLEZ GONZÁLEZ	
<b>CARGO</b>	
DIRECTOR DE DIFUSION Y MERCADOTECNIA	
<b>TELÉFONO</b>	<b>CORREO ELECTRÓNICO</b>
3002.6300 EXT. 2824	hrenang@sectur.gob.mx

<b>INFORMACIÓN ADICIONAL</b>
(Agregue toda aquella información adicional que considere necesaria para sustentar su solicitud de consulta técnica)

0024

 <b>INE</b> Instituto Nacional Electoral	<b>DIRECCIÓN EJECUTIVA DE PRERROGATIVAS Y PARTIDOS POLÍTICOS</b>	
	<b>FORMULARIO PARA LA PRESENTACIÓN DE LA INFORMACIÓN MÍNIMA          NECESARIA PARA LA ATENCIÓN DE LAS CONSULTAS TÉCNICAS RELACIONADAS          CON LAS EXCEPCIONES PREVISTAS PARA LA DIFUSIÓN DE PROPAGANDA          GUBERNAMENTAL</b>	<b>FORM/DEPPP/DAI/001</b>
	<b>Versión 1.0</b>	

<b>INSTITUCIÓN / ORGANISMO RESPONSABLE DE LA CAMPAÑA DE DIFUSIÓN*</b>	<b>FECHA**</b>
Consejo de Promoción Turística de México S.A de C.V.	05/01/2017

\* Utilice un formato para cada una de las campañas o programas que requiera consultar.

\*\* La solicitud de consulta técnica deberá presentarse al menos 20 días previos al inicio de transmisión de la campaña que se pretenda difundir.

  
 17:55 pm  
 - 6 ENE 2017  
**RECIBIDO**  
**OFICIALÍA DE PARTES**

<b>I. DATOS GENERALES DE LA CAMPAÑA DE DIFUSIÓN</b>	
<b>NOMBRE COMPLETO DE LA CAMPAÑA</b>	
Campaña "Viajemos Todos por México"	
<b>FECHA DE INICIO DE LAS TRANSMISIONES</b>	<b>FECHA DE TÉRMINO DE LAS TRANSMISIONES</b>
30 de enero de 2017	31 de diciembre de 2017
<b>DESCRIPCIÓN, ALCANCE Y POBLACIÓN OBJETIVO DE LA CAMPAÑA ***</b>	
<p>La campaña Viajemos Todos por México busca fomentar el viaje por México como fuente de bienestar y orgullo para todos los mexicanos gracias a la existencia de una oferta diseñada para viajar más.</p> <p>El alcance de la campaña es nacional, la población objetivo es personas con nivel socioeconómico C+, C y D 18 a 65 años (incluye también adolescentes y personas aún mayores).</p>	
<b>OBJETIVO DEL PROGRAMA GUBERNAMENTAL QUE SE DIFUNDIRÁ</b>	
<p>Realizar un llamado contundente y directo de forma masiva a todos los mexicanos para viajar por México. Un llamado que se convertirá en la comunicación para el mercado nacional.</p>	

\*\*\* Adjunte los promocionales, propaganda o materiales que pretenda difundir.

<b>II. ELEMENTOS JUSTIFICATORIOS DE LA EXCEPCIÓN A LA CAMPAÑA</b>		
<b>SUPUESTO DE EXCEPCIÓN APLICABLE</b> (Marque con una 'X')	<b>INDIQUE LAS RAZONES QUE MOTIVAN LA EXCEPCIÓN EN ESTE CASO</b>	
Educación	( X )	La promoción nacional de México, en relación a los lugares del país y sus destinos turísticos, se inserta en el concepto de educación, al permitir a la población conocer la existencia de diversos sitios de interés, por su belleza geográfica, importancia histórica, cultural y costumbres.
Salud	( )	
Protección civil	( )	
<b>INDIQUE LOS ARGUMENTOS PARA DIFUNDIR ESTA CAMPAÑA DURANTE EL PROCESO ELECTORAL</b>		
<p>El artículo 3 párrafo segundo, de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos establece que la educación que imparta el Estado tenderá a desarrollar armónicamente, todas las facultades del ser humano y fomentará en él, a la vez, el amor a la Patria, el respeto a los derechos humanos y la conciencia de la solidaridad internacional, en la independencia y en la justicia.</p> <p>Asimismo, la fracción II de este artículo 3 de la Constitución Federal, establece que el criterio que orientará la educación será</p>		

21355

	<b>DIRECCIÓN EJECUTIVA DE PRERROGATIVAS Y PARTIDOS POLÍTICOS</b>	
	<b>FORMULARIO PARA LA PRESENTACIÓN DE LA INFORMACIÓN MÍNIMA NECESARIA PARA LA ATENCIÓN DE LAS CONSULTAS TÉCNICAS RELACIONADAS CON LAS EXCEPCIONES PREVISTAS PARA LA DIFUSIÓN DE PROPAGANDA GUBERNAMENTAL</b>	<b>FORM/DEPPP/DAI/001</b>
		<b>Versión 1.0</b>

democrático, considerando la democracia no solamente como una estructura jurídica y un régimen político sino como un sistema de vida fundado en el constate mejoramiento económico, social y cultural del pueblo.

El mismo artículo 3 fracción III, inciso b) señala que la educación que imparta el Estado será nacional, en cuanto a que atenderá a la comprensión de nuestros problemas, al aprovechamiento de nuestros recursos, a la defensa de nuestra independencia política, al aseguramiento de nuestra independencia económica y a la continuidad y acrecentamiento de nuestra cultura; asimismo contribuirá a la mejor convivencia humana, tanto por los elementos que aporte a fin de robustecer el aprecio para la dignidad de la persona y la integridad de la familia, la convicción del interés general de la sociedad, así como el cuidado que ponga en sustentar los ideales de derechos de todos los individuos.

Por lo anterior se considera que la promoción del país y de sus centros turísticos constituye una campaña de naturaleza educativa, cuyo sustento es el concepto integral de educación que proporciona el artículo 3° de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos.

**INDIQUE LOS FUNDAMENTOS DE LAS FACULTADES DEL ÓRGANO PARA DIFUNDIR PROGRAMAS GUBERNAMENTALES**

Las facultades para la difusión de Campañas de la entidad se establecen en los artículos 37 y 38 de la Ley General de Turismo, así como en el artículo 5 y 6 del Estatuto Orgánico del Consejo de Promoción Turística de México S.A. de C.V., que dicen:

“Artículo 37. Los Estados, los Municipios y el Distrito Federal deberán coordinarse con la Secretaría para el desarrollo de las campañas de promoción turística en territorio nacional y el extranjero.” (Ley General de Turismo)

“Artículo 38. La Secretaría en el ejercicio de sus atribuciones en materia de promoción turística, nacional e internacional, determinará las políticas que aplicará a través de la empresa de participación estatal mayoritaria denominada Consejo de Promoción Turística de México.” (Ley General de Turismo)

“Artículo 5.- El Consejo tiene por objeto planear, diseñar, coordinar y realizar en coadyuvancia con la Secretaría, las políticas y estrategias de promoción turística a nivel Nacional e Internacional. Asimismo, el Consejo ejecutará sus programas con base en acciones y procesos de mejora continua, de manera planificada y organizada, en apego a los principios de cooperación, promoción, eficacia, economía, transparencia, honradez, legalidad, publicidad, buena fe e imparcialidad.” (Estatuto Orgánico CPTM )

“Artículo 6.- El Consejo tendrá los siguientes objetivos: I. Coadyuvar en el diseño de los planes, programas, estrategias y prioridades en materia de promoción turística dentro del marco de la Ley de Planeación, del Plan Nacional de Desarrollo y de los programas y/o políticas sectoriales que en materia turística emita el Ejecutivo Federal; II. Operar campañas de promoción turística a nivel Nacional e Internacional...” (Estatuto Orgánico CPTM )

<b>III. DATOS DEL CONTACTO</b>	
<b>NOMBRE COMPLETO</b>	
Emmanuel Romain Ernest Rey	
<b>CARGO</b>	
Encargado de la Dirección Ejecutiva de Mercadotecnia	
<b>TELÉFONO</b>	<b>CORREO ELECTRÓNICO</b>
(55) 5278-4200 Ext. 1601	erey@promotur.com.mx

	<b>DIRECCIÓN EJECUTIVA DE PRERROGATIVAS Y PARTIDOS POLÍTICOS</b>	
	<b>FORMULARIO PARA LA PRESENTACIÓN DE LA INFORMACIÓN MÍNIMA NECESARIA PARA LA ATENCIÓN DE LAS CONSULTAS TÉCNICAS RELACIONADAS CON LAS EXCEPCIONES PREVISTAS PARA LA DIFUSIÓN DE PROPAGANDA GUBERNAMENTAL</b>	<b>FORM/DEPPP/DAI/001</b>
		Versión 1.0

<b>INFORMACIÓN ADICIONAL</b>
<p>La Campaña "Viajemos todos por México" al ser una campaña nacional cuenta con creatividad no solo de los estados de Coahuila, Estado de México, Nayarit y Veracruz, sino de las 32 entidades del país, atendiendo a los objetivos de Promocionar integral y competitivamente a México, con sus productos y destinos, en los mercados nacional e internacional, a través del trabajo conjunto entre todos los actores de la actividad turística y el principio de imparcialidad al contar con una campaña que integra a todo el país.</p>