SEGOB

SECRETARÍA DE GOBERNACIÓN

SUBSECRETARÍA DE NORMATIVIDAD DE MEDIOS
DIRECCIÓN GENERAL DE NORMATIVIDAD DE COMUNICACIÓN

Casa de Moneda de México
RECIBIDO
08 FEB 2017
DIRECCION GENERAL

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

Oficio No. SNM/DGNC/ 0201 /17

México, D. F., a 8 de febrero de 2017

ASUNTO:	**Autorización de la Estrategia y el Programa anual de Promoción y Publicidad 2017 de la Casa de Moneda de México.**

LIC. EDUARDO DEL RÍO HOLGUÍN
TITULAR DE LA UNIDAD DE COMUNICACIÓN SOCIAL Y VOCERO
SECRETARÍA DE HACIENDA Y CRÉDITO PÚBLICO

GUILLERMO HOPKINS GÁMEZ
DIRECTOR GENERAL
CASA DE MONEDA DE MÉXICO

Me refiero a su oficio 395-056, remitido a esta Dirección General el 2 de febrero de 2017, mediante el cual se remite a la Estrategia y Programa anual de Promoción y Publicidad de la **Casa de Moneda de México**, correspondiente al Ejercicio Fiscal 2017.

Sobre el particular y con fundamento en el artículo 27, fracción XXXIX de la Ley Orgánica de la Administración Pública Federal; 32 del Reglamento Interior de la Secretaría de Gobernación; 17 del Presupuesto de Egresos de la Federación para el Ejercicio Fiscal 2017, así como por lo dispuesto en el Acuerdo por el que se establecen los Lineamientos Generales para las Campañas de Comunicación Social de las dependencias y entidades de la Administración Pública Federal para el ejercicio fiscal 2017, publicado en el Diario Oficial de la Federación el 29 de diciembre de 2016 (en lo sucesivo el "Acuerdo"), esta Dirección General autoriza, en el ámbito de su competencia, la Estrategia y el Programa Anual de **Promoción y Publicidad 2017 de la Casa de Moneda de México**.

Los recursos presupuestarios deberán estar previamente autorizados y asignados a la **partida de gasto 36201** del Clasificador por Objeto del Gasto para la Administración Pública Federal. Las erogaciones de dichos recursos deberán sujetarse a las disposiciones de austeridad y racionalidad del gasto contenidas en la Ley Federal de Presupuesto y Responsabilidad Hacendaria y el Presupuesto de Egresos de la Federación para el Ejercicio Fiscal 2017. El ejercicio de los recursos presupuestarios se llevará a cabo bajo la estricta responsabilidad de la dependencia o entidad contratante.

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

Dinamarca No. 84, 3er Piso, Col. Juárez, Del. Cuauhtémoc, México, DF C.P.06600
Teléfono (55)5209 8800 www.gobernacion.gob.mx

Oficio No. SNM/DGNC/ 0201 /17

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

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

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

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

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

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

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

Dinamarca No. 84, 3er Piso, Col. Juárez, Del. Cuauhtémoc, México, DF C.P.06600
Teléfono (55)5209 8800 www.gobernacion.gob.mx

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

Oficio No. SNM/DGNC/ 0201 /17

La difusión de las campañas deberán someterse a la autorización de esta Dirección General, de acuerdo a las vigencias programadas, observando el procedimiento y los plazos señalados en los artículos 17, 18, 19, 20 y demás relativos y aplicables del Acuerdo, siempre y cuando, las campañas cuya difusión están programadas en el periodo de suspensión de propaganda gubernamental relativo a los comicios 2017, cuenten con la resolución de excepción emitida por el Instituto Nacional Electoral, de lo contrario se tendrá que realizar la modificación de programa.

Finalmente le informo que en caso de solicitar la cancelación de la Estrategia y el Programa Anual de Promoción y Publicidad 2017, o decremento en su techo presupuestario, se deberá atender lo señalado en los **artículos 14 y 16 del Acuerdo**, respectivamente.

Sin otro particular, le envío un cordial saludo.

A T E N T A M E N T E

NORMA ANGÉLICA MORALES LEDESMA
DIRECTORA GENERAL

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

Dinamarca No. 84, 3er Piso, Col. Juárez, Del. Cuauhtémoc, México, DF C.P.06600
Teléfono (55)5209 8800 www.gobernacion.gob.mx

SHCP
SECRETARÍA DE HACIENDA
Y CRÉDITO PÚBLICO

Unidad de Comunicación Social y Vocero

Oficio No. 395-056
Ciudad de México a 31de enero de 2017

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

En cumplimiento con el Acuerdo por el que se establecen los lineamientos generales para las campañas de comunicación social de las dependencias y entidades de la Administración Pública Federal para el ejercicio fiscal 2017, publicado en el Diario Oficial de la Federación el 29 de diciembre de 2016 y en atención al oficio número: **DG/008/2017** remitido por **Casa de Moneda de México** envío a usted **La Estrategia y Programa Anual de Promoción y Publicidad para el Ejercicio Fiscal 2017**, al respecto se anexa.

- Formato de la Estrategia y Programa Anual de Promoción y Publicidad para el Ejercicio Fiscal 2017.
- Oficio DG/008/2016 enviado por Casa de Moneda.

Sin otro particular, hago propicia la ocasión para enviarle un cordial saludo.

ATENTAMENTE
EL TITULAR

CASA DE MONEDA DE MEXICO
RECIBIDO
03 FEB 2017
GERENCIA DE MERCADOTECNIA Y COMUNICACION

LIC. EDUARDO DEL RÍO HOLGUÍN

c.c.p.- Lic. Guillermo Hopkins Gámez.- Director General.- Casa de Moneda.- Presente
Mtra. Laura Patricia Flores Ibanarriaga.- Gerente de Mercadotecnia y Comunicación.- Presente
Lic. Sara Pérez Ledesma.- Subdirectora Corporativa de Comercialización.- Presente

ACUSE

Casa de Moneda de México

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

Casa de Moneda de México RECIBIDO 30 ENE 2017 SUBDIRECCIÓN CORPORATIVA DE COMERCIALIZACIÓN

Oficio Nº: (DG/008/2017): 27/01/17.

LIC. EDUARDO DEL RÍO HOLGUÍN
TITULAR DE LA UNIDAD DE COMUNICACIÓN SOCIAL Y VOCERO DE LA S.H.C.P
P R E S E N T E

De conformidad con lo dispuesto en el ***"Acuerdo por el que se establecen los Lineamientos Generales para las Campañas de Comunicación Social de las dependencias y entidades de la Administración Pública Federal para el ejercicio fiscal 2017"*** publicado el 29 de diciembre de 2016. *Artículo 5o.- La Estrategia anual debe presentarse con el Programa anual y enviarse de manera impresa mediante oficio, a través de la Coordinadora de sector, a la Dirección General de Normatividad de Comunicación, previo registro en el Sistema de Información de Normatividad de Comunicación.*

De acuerdo a lo anterior, adjunto sirvase encontrar el impreso surgido de la captura efectuada en el SINC y un CD-ROOM con el archivo que contiene la Estrategia y Programa Anual de Promoción y Publicidad correspondiente al ejercicio fiscal 2017.

Sin otro particular, aprovecho la ocasión para enviarle un cordial saludo

A T E N T A M E N T E

GUILLERMO HOPKINS GÁMEZ
DIRECTOR GENERAL

SECRETARÍA DE HACIENDA Y CRÉDITO PÚBLICO 30 ENE 2017 UNIDAD DE COMUNICACIÓN SOCIAL Y VOCERO

S.H.C.P. Unidad de Comunicación Social y Vocero 30 ENE 2017 DIRECCIÓN GENERAL ADJUNTA

c.c.p. Lic. Diana Castillo Mendieta.-Directora General Adjunta de Difusión S.H.C.P.
c.c.p. Lic. Sara Pérez Ledesma.-Subdirectora Corporativa de Comercialización S.H.C.P.
c.c.p. Mtra.- Laura Patricia Flores Ibinarriaga.- Gerente de Mercadotecnia y Comunicación.

CASA DE MONEDA DE MEXICO RECIBIDO 30 ENE 2017 GERENCIA DE MERCADOTECNIA Y COMUNICACION

Av. Paseo de la Reforma 295, 5º Piso
Col. Cuauhtémoc, 06500, Ciudad de México
Tel. (+ 52 55) 50 80 98 50
www.gob.mx/cmm

PROGRAMA ANUAL DE PROMOCIÓN Y PUBLICIDAD PARA EL EJERCICIO FISCAL 2017

Dependencia o Entidad: Casa de Moneda de México

Fecha de elaboración: 26 de enero de 2017

miles de pesos / I.V.A. incluido

Presupuesto anual de la dependencia o entidad destinado a la partida 36201:	27,837.12
ACUMULADO EN CAMPAÑAS:	27,837.12

CAMPAÑA 1

Datos generales

Nombre de la campaña:	Posicionamiento Casa de Moneda de México
Versión(es):	Arte y Valor en tus Manos
Tema específico y/o ventaja competitiva:	Inversión real de los productos de Casa de Moneda de México, por su calidad, exclusividad, valor, diseño e historia con reconocimiento nacional e internacional. Mostrar los productos de Casa de Moneda de México como una opción para regalo en fechas importantes .
Meta a alcanzar:	Elevar las ventas en tiendas un 8.5% con respecto al año inmediato anterior y 8.5% las ventas en línea.
Objetivo de comunicación:	Mantener el nivel de recordación total en 77%.
Coemisor:	
Población objetivo:	HOMBRES Y MUJERES — POBLACIÓN: URBANA Y RURAL 25 A 34, 35 A 44, 45 A 64 AÑOS NSE: AB, C+, C, D+
Vigencia de la campaña:	Etapas: 1 — Fechas: 03 de julio de 2017 al 31 de diciembre de 2017

Medios a utilizar

Tiempos comerciales: TV X; Radio X

Medios	Recursos programados por tipo de medio
Televisoras	1,500.00
Radiodifusoras	1,775.00
Cine	0.00
Diarios Editados en el D.F.	4,000.00
Diarios Editados en los Estados	1,200.00
Diarios Editados en el Extranjero	0.00
Revistas	1,547.12
Medios Complementarios	5,950.00
Medios Digitales	8,500.00
Pre-Estudios	400.00
Post-Estudios	365.00
Diseño, Producción, Preproducción, Post-producción y	2,600.00
Presupuesto asignado a la campaña	27,837.12
Porcentaje que representa la campaña de la partida 36201	100.00 %

Lic. Eduardo del Río Holguín

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

Guillermo Hopkins Gámez

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

SEGOB
SECRETARÍA DE GOBERNACIÓN

ESTRATEGIA ANUAL DE PROMOCIÓN Y PUBLICIDAD PARA EL EJERCICIO FISCAL 2017

DIRECCIÓN GENERAL DE NORMATIVIDAD DE COMUNICACIÓN

Dependencia o Entidad: Casa de Moneda de México

Naturaleza Jurídica: Organismo Descentralizado

Cabeza de sector: Secretaría de Hacienda y Crédito Público

Fecha de elaboración: 26 de enero de 2017

Misión:

Acuñar y comercializar monedas y medallas a través de procesos que cumplan con estándares de calidad para Banco de México e instituciones públicas y privadas, nacionales e internacionales, basados en la experiencia y responsabilidad de quienes la integran.

Visión:

Ser una entidad reconocida por su alta eficiencia, por la calidad e innovación de sus productos, en un ambiente colaborativo basado en la experiencia, capacidad y valores del personal que la integramos.

Objetivo Institucional:

Consolidar la presencia comercial de nuestra institución en los diferentes mercados nacionales e internacionales para generar mayores ingresos y con ello la adquisición de nuevas tecnologías para seguir siendo competitivos en la acuñación y precio de monedas y medallas.

Objetivo de la estrategia de comunicación:

Continuar con el posicionamiento de Casa de Moneda de México como competidor en el Mercado y mantener el nivel de recordación total de la campaña en 77%.

	Entorno del mercado	Metas generales	Temas específicos de promoción y publicidad y/o ventajas competitivas
1.-	Desconocimiento de los productos que se fabrican. Como y donde los comercializa la entidad. La calidad de los productos es una garantía de la Casa de Moneda de México, que cuenta con tecnología de punta en materia de acuñación.	Elevar las ventas en las tiendas con respecto al año inmediato anterior e impulsar la venta de la tienda en línea.	Inversión real de los productos de Casa de Moneda de México, por su calidad, exclusividad, valor, diseño e historia con reconocimiento nacional e internacional. Mostrar los productos de Casa de Moneda de México como una opción para regalo en fechas importantes .

MEDIOS ELECTRÓNICOS	11,775.00
MEDIOS IMPRESOS	6,747.12
MEDIOS COMPLEMENTARIOS	5,950.00

ESTUDIOS	765.00
DISEÑO, PRODUCCIÓN, POST-PRODUCCIÓN	2,600.00
TOTAL	27,837.12

Lic. Eduardo del Río Holguín

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

Guillermo Hopkins Gámez

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