

Plataforma Nacional de Transparencia



Junta de Coordinación Política
Unidad de transparencia
LXIV Legislatura del Estado
Modificación de formatos de carga de información



MODIFICACIONES DE LOS FOMATOS DE LAS OBLIGACIONES ESPECIFICAS Y COMUNES DE LA CARGA DE PLATAFORMA NACIONAL DE TRANSPARENCIA PARA LA COORDINACION DE COMUNICACIÓN SOCIAL

XXIII. Los montos destinados a gastos relativos a comunicación social y publicidad oficial desglosada por tipo de medio, proveedores, número de contrato y concepto o campaña

Los sujetos obligados deberán publicar y actualizar la información tanto de los programas de comunicación social o equivalente que de acuerdo con la normatividad aplicable deban elaborar, como la de los recursos públicos erogados o utilizados para realizar las actividades relacionadas con la comunicación y la publicidad institucionales a través de los distintos medios de comunicación: espectaculares, Internet, radio, televisión, cine, medios impresos, digitales, entre otros. Se trata de todas aquellas 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; así como la publicidad comercial de los productos y servicios que generan ingresos para los sujetos obligados.

Además, incluirán un hipervínculo a la información publicada por la Dirección General de Radio, Televisión y Cinematografía, adscrita a la Secretaría de Gobernación, relacionada con la publicidad oficial que se difunde en los espacios a los que accedan y utilicen los sujetos obligados de manera gratuita en todos los medios de comunicación, es decir, los Tiempos Oficiales, que pueden ser: por tiempo de Estado y tiempo fiscal. En dicha información se deberá especificar el tipo de medio utilizado, la información relativa a los proveedores, órdenes de inserción, así como contratos celebrados por todo tipo de servicio.

Con base en lo anterior, la información se organizará en tres categorías:

- Programa Anual de Comunicación Social o equivalente
- Erogación de recursos por contratación de servicios de impresión, difusión y publicidad
- Utilización de los Tiempos Oficiales: tiempo de Estado y tiempo fiscal

En la primer categoría: *Programa Anual de Comunicación Social o equivalente* los sujetos obligados deben publicar y actualizar anualmente, **durante el primer trimestre del siguiente año**, el documento que realicen respecto al Programa Anual de Comunicación Social⁹⁰ o equivalente, de acuerdo con los datos especificados en su normatividad aplicable o ámbito al cual pertenezcan; por ejemplo, en el ámbito federal deberán apearse a lo establecido 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 que corresponda"*.

Respecto a la segunda categoría: *Erogación de recursos por contratación de servicios de impresión, difusión y publicidad*, **se refiere al gasto ejercido por la contratación de servicios de difusión en medios y otros servicios relacionados con la comunicación**, se deberá indicar si el sujeto obligado que **publica** la información tiene la función de contratante, solicitante o contratante y solicitante, con base en las atribuciones que le hayan sido conferidas. En caso de que el sujeto obligado sea únicamente solicitante y no cuente con todos los rubros a publicar, lo deberá especificar por medio de una nota fundamentada, motivada y actualizada al periodo que

corresponda. Si se trata de "contratos marco"⁹¹ se deberá especificar y publicarlo, o en su caso, la factura que ampare la adquisición.

Además, se deberá incluir la información derivada de la contratación de servicios de impresión y publicación de información específicamente y con base en el Clasificador por Objeto del Gasto que es el instrumento que permite registrar de manera ordenada, sistemática y homogénea las compras, los pagos y las erogaciones autorizados en capítulos, conceptos y partidas con base en la clasificación económica del gasto .aplicable a cada sujeto obligado, así como el emitido por el Consejo Nacional de Armonización Contable; es decir, la información sobre los gastos erogados y asignados a las partidas correspondientes que, de manera ejemplificativa, no limitativa, corresponden a los siguientes conceptos del *Capítulo 3000 Servicios generales*:

- Concepto 3300 *Servicios profesionales, científicos, técnicos y otros servicios* (partidas específicas 33604 Impresión y elaboración de material informativo derivado de la operación y administración de las dependencias y entidades; 33605 Información en medios masivos derivada de la operación y administración de las dependencias y entidades).
- Concepto 3600 *Servicios de comunicación social y publicidad* (partidas específicas 361 Difusión por radio, televisión y otros medios de mensajes sobre programas y actividades gubernamentales; 362 Difusión por radio, televisión y otros medios de mensajes comerciales para promover la venta de bienes o servicios; 363 Servicios de creatividad, preproducción y producción de publicidad, excepto Internet; 364 Servicios de revelado de fotografías; 365 Servicios de la industria fílmica, del sonido y del video; 366 Servicio de creación y difusión de contenido exclusivamente a través de Internet; 369 Otros servicios de información).

En relación con la tercera categoría: *Utilización de los Tiempos Oficiales: tiempo de Estado y tiempo fiscal*, la Dirección General de Radio, Televisión y Cinematografía, adscrita a la Secretaría de Gobernación, como ya se mencionó, será la responsable de publicar la información correspondiente a dicha sección, en virtud de que es la administradora de los tiempos de Estado. Además, en tiempos electorales la autoridad electoral⁹² (Instituto Nacional Electoral) asignará una clave de identificación análoga a los spots que transmitan los partidos políticos en el uso de Tiempos oficiales, mismos que están conformados por los tiempos fiscales y a los tiempos de estado, y a sus propios mensajes.

Los tiempos oficiales consisten, con fundamento en el artículo 251 y 252 de la *Ley Federal de Telecomunicaciones y Radiodifusión*, en tiempo de Estado: son 30 minutos diarios de transmisión gratuita disponibles en todas las estaciones de radio y canales de televisión abierta; y tiempo fiscal es el pago en especie de un impuesto federal que deben realizar las empresas de radio y televisión concesionarias (estaciones comerciales) por hacer uso del espacio aéreo mexicano para difundir sus señales⁹³: "Las empresas de radio y televisión concesionarias difundirán materiales grabados del Poder Ejecutivo Federal, en 18 minutos diarios de transmisión en televisión y 35 minutos diarios en radio. Los mensajes transmitidos tendrán duración de 20 o 30 segundos."

Párrafo modificado DOF 28/12/2020

Criterios sustantivos de contenido

Respecto del Programa Anual de Comunicación Social o equivalente que en su caso sea aplicable al sujeto obligado, se publicará lo siguiente:

- Criterio 1** Ejercicio.
- Criterio 2** Periodo que se informa (fecha de inicio y fecha de término con el formato día/mes/año).
- Criterio 3** Denominación del documento del Programa Anual de Comunicación Social o equivalente.
- Criterio 4** Fecha en la que se aprobó el Programa Anual de Comunicación Social por la instancia correspondiente.
- Criterio 5** Hipervínculo al Programa Anual de Comunicación Social o equivalente, que sea vigente y aplicable al sujeto obligado.

La información correspondiente a Erogación de recursos por contratación de servicios de impresión, difusión y publicidad constará de los siguientes datos:

- Criterio 6** Ejercicio.
- Criterio 7** Periodo que se informa (fecha de inicio y fecha de término con el formato día/mes/año).
- Criterio 8** Función del sujeto obligado (catálogo): Contratante/ Solicitante/ Contratante y solicitante.
- Criterio 9** Área administrativa encargada de solicitar el servicio o producto, en su caso.
- Criterio 10** Clasificación del(los) servicios (catálogo): Servicio de difusión en medios de comunicación / Otros servicios asociados a la comunicación / Erogación de recursos por contratación de servicios de impresión, difusión y publicidad / Utilización de los Tiempos Oficiales: tiempo de Estado y tiempo fiscal.

Los datos que se deberán publicar con relación a la erogación de recursos por contratación de servicios de impresión, difusión y publicidad son los siguientes:

- Criterio 11** Tipo de servicio.
- Criterio 12** Tipo de medio (catálogo): Internet/Radio/Televisión/Cine/Medios impresos⁹⁴/Medios digitales⁹⁵/Espectaculares/Medios complementarios⁹⁶/Otros servicios asociados⁹⁷/Otro (especificar).
- Criterio 13** Descripción de unidad, por ejemplo: spot de 30 segundos (radio); ½ plana (periódico); cine segundos, revistas, folletos.
- Criterio 14** Tipo (catálogo): Campaña⁹⁸/ Aviso institucional⁹⁹.
- Criterio 15** Nombre de la campaña o aviso Institucional, en su caso. La información deberá estar redactada con perspectiva de género¹⁰⁰, es decir, haciendo uso del lenguaje incluyente y no sexista.
Criterio modificado DOF 26/04/2023
- Criterio 16** Año de la campaña.
- Criterio 17** Tema de la campaña o aviso institucional. La información deberá estar redactada con perspectiva de género¹⁰¹, es decir, haciendo uso del lenguaje incluyente y no sexista.
Criterio modificado DOF 26/04/2023
- Criterio 18** Objetivo institucional.
- Criterio 19** Objetivo de comunicación. La información deberá estar redactada con perspectiva de género¹⁰², es decir, haciendo uso del lenguaje incluyente y no sexista.
Criterio modificado DOF 26/04/2023
- Criterio 20** Costo por unidad.
- Criterio 21** Clave única o número de identificación de campaña, aviso institucional o análogo.
- Criterio 22** Autoridad que proporcionó la clave única de identificación de campaña publicitaria o aviso institucional, o el número análogo de identificación de la campaña.

Criterio 23 Cobertura¹⁰³(catálogo): Internacional / Nacional / Estatal / Delegacional o municipal.

Criterio 24 Ámbito geográfico de cobertura, en su caso.

Criterio 25 Fecha de inicio de la campaña o aviso institucional con el formato día/mes/año.

Criterio 26 Fecha de término de la campaña o aviso institucional con el formato día/mes/año.

Respecto a la población objetivo de la campaña o aviso institucional, se publicará:

Criterio 27 Sexo (catálogo): Mujer/Hombre/Mujeres y Hombres.

Criterio modificado DOF 26/04/2023

Criterio 28 Lugar de residencia.

Criterio 29 Nivel educativo.

Criterio 30 Grupo de edad.

Criterio 31 Nivel socioeconómico.

Respecto a los proveedores y su contratación se publicará:

Criterio 32 Razón social o nombre completo de la(s) persona(s) proveedora(s) y/o responsable/s de publicar la campaña o la comunicación correspondiente (nombre[s], primer apellido y segundo apellido en caso de ser persona física).

Criterio modificado DOF 26/04/2023

Criterio 33 Sexo (catálogo): Mujer/Hombre.

Criterio adicionado DOF 26/04/2023

Criterio 34 Registro Federal de Contribuyentes de la persona física o moral proveedora del producto o servicio publicitario.

Criterio 35 Procedimiento de contratación (catálogo): Licitación pública/Adjudicación directa/Invitación restringida.

Criterio 36 Fundamento jurídico del proceso de contratación.

Criterio 37 Descripción breve de las razones que justifican la elección de la(s) persona(s) proveedora(s) Respecto a los recursos y el presupuesto.

Criterio modificado DOF 26/04/2023

Respecto a los recursos y el presupuesto:

Criterio 38 Partida genérica¹⁰⁴.

Criterio 39 Clave del concepto (conforme al clasificador por objeto del gasto).

Criterio 40 Nombre del concepto (conforme al clasificador por objeto del gasto)¹⁰⁵.

Criterio 41 Presupuesto asignado por concepto.

Criterio 42 Presupuesto modificado por concepto.

- Criterio 43** Presupuesto total ejercido por concepto al periodo reportado.
- Criterio 44** Denominación de cada partida.
- Criterio 45** Presupuesto total asignado a cada partida.
- Criterio 46** Presupuesto modificado por partida.
- Criterio 47** Presupuesto ejercido al periodo reportado de cada partida.
- Criterio 48** Fecha de firma de contrato con el formato día/mes/año.
- Criterio 49** Número o referencia de identificación del contrato.
- Criterio 50** Objeto del contrato.
- Criterio 51** Hipervínculo al contrato¹⁰⁶ firmado.
- Criterio 52** Hipervínculo al convenio modificatorio, en su caso.
- Criterio 53** Monto total del contrato.
- Criterio 54** Monto pagado al periodo publicado.
- Criterio 55** Fecha de inicio de los servicios contratados con el formato día/mes/año.
- Criterio 56** Fecha de término de los servicios contratados con el formato día/mes/año.
- Criterio 57** Número de factura.
- Criterio 58** Hipervínculo a la factura.

Los datos que deberá publicar la Dirección General de Radio, Televisión y Cinematografía de la Secretaría de Gobernación y el Instituto Nacional Electoral con relación a la Utilización de los Tiempos Oficiales son los siguientes:

- Criterio 59** Ejercicio.
 - Criterio 60** Periodo que se informa (fecha de inicio y fecha de término con el formato día/mes/año).
 - Criterio 61** Sujeto obligado al que se le proporcionó el servicio/permiso.
 - Criterio 62** Tipo (catálogo): Tiempo de Estado/Tiempo fiscal/Tiempo oficial.
 - Criterio 63** Medio de comunicación (catálogo): Televisión/ Radio.
 - Criterio 64** Descripción de unidad, por ejemplo: spot de 30 segundos (radio/televisión).
 - Criterio 65** Concepto o campaña. La información deberá estar redactada con perspectiva de género¹⁰⁷, es decir, haciendo uso del lenguaje incluyente y no sexista.
- Criterio modificado DOF 26/04/2023*
- Criterio 66** Clave única de identificación de campaña o aviso institucional, en su caso.
 - Criterio 67** Autoridad que proporcionó la clave única de identificación de campaña o aviso institucional.
 - Criterio 68** Cobertura (catálogo): Internacional/Nacional/Estatal/Delegacional o municipal.
 - Criterio 69** Ámbito geográfico de cobertura.

En cuanto a la población objetivo¹⁰⁸ de la campaña o aviso institucional, se publicará:

Criterio 70 Sexo (catálogo): Mujer/Hombre/Mujeres y Hombres.

Criterio modificado DOF 26/04/2023

Criterio 71 Lugar de residencia.

Criterio 72 Nivel educativo.

Criterio 73 Grupo de edad.

Criterio 74 Nivel socioeconómico.

Criterio 75 Concesionario responsable de publicar la campaña o la comunicación correspondiente (razón social).

Criterio 76 Distintivo¹⁰⁹ y/o nombre comercial del concesionario responsable de publicar la campaña o comunicación.

Criterio 77 Descripción breve de las razones que justifican la elección de la persona proveedora. La información deberá estar redactada con perspectiva de género¹¹⁰, es decir, haciendo uso del lenguaje incluyente y no sexista.

Criterio modificado DOF 26/04/2023

Criterio 78 Monto total del tiempo de Estado o tiempo fiscal consumidos (con el formato: horas/minutos/segundos).

Criterio 79 Área administrativa encargada de solicitar la difusión del mensaje o producto, en su caso.

Criterio 80 Fecha de inicio de difusión del concepto o campaña en el formato día/mes/año.

Criterio 81 Fecha de término de difusión del concepto o campaña con el formato día/mes/año.

Criterio 82 Presupuesto total asignado a cada partida.

Criterio 83 Presupuesto ejercido al periodo reportado de cada partida.

Criterio 84 Número de factura, en su caso.

[4 criterios derogados]

Criterio Modificado DOF 28/12/2020

Criterios adjetivos de actualización

Criterio 85 Periodo de actualización de la información: trimestral y anual.

Criterio 86 La información deberá estar actualizada al periodo que corresponde de acuerdo con la *Tabla de actualización y conservación de la información*.

Criterio 87 Conservar en el sitio de Internet y a través de la Plataforma Nacional la información del ejercicio en curso y la correspondiente a dos ejercicios anteriores de acuerdo con la *Tabla de actualización y conservación de la información*.

Criterios adjetivos de confiabilidad

Criterio 88 Área(s) responsable(s) que genera(n), posee(n), publica(n) y/o actualiza(n) la información.

Criterio 89 Fecha de actualización de la información publicada con el formato día/mes/año.

[Criterio derogado]

Criterio 90 Nota. Este criterio se **emplea** en caso de que sea necesario que el sujeto obligado incluya alguna aclaración relativa a la información publicada y/o explicación por la falta de información.

Criterios adjetivos de formato

Criterio 91 La información publicada se organiza mediante los formatos 23a, 23b y 23c en los que se incluyen todos los campos especificados en los criterios sustantivos de contenido.

Criterio 92 El soporte de la información permite su reutilización.

Respecto a los recursos y el presupuesto									
Partida genérica	Clave del concepto (conforme al clasificador por objeto del gasto)	Nombre del concepto (conforme al clasificador por objeto del gasto)	Presupuesto asignado por concepto	Presupuesto modificado por concepto	Presupuesto total ejercido por concepto al periodo reportado	Denominación de cada partida	Presupuesto total asignado a cada partida	Presupuesto modificado por partida	Presupuesto ejercido al periodo reportado de cada partida

Respecto al contrato y los montos										
Fecha de firma de contrato con el formato	Número o referencia de identificación del contrato	Objeto del contrato	Hipervínculo al contrato firmado	Hipervínculo al convenio modificatorio, en su caso	Monto total del contrato	Monto pagado al periodo publicado	Fecha de inicio de los servicios contratados (formato día/mes/año)	Fecha de término de los servicios contratados (formato día/mes/año)	Número de Factura	Hipervínculo a la factura

Área(s) responsable(s) que genera(n), posee(n), publica(n) y actualiza(n) la información	Fecha de actualización de la información (día/mes/año)	Nota

Formato modificado DOF 26/04/2023

Utilización de los Tiempos Oficiales: tiempo de Estado y tiempo fiscal

Ejercicio	Fecha de inicio del periodo que se informa (día/mes/año)	Fecha de término del periodo que se informa (día/mes/año)	Sujeto obligado al que se le proporcionó el servicio/permiso	Tipo: Tiempo de Estado/ Tiempo fiscal / Tiempo oficial	Medio de comunicación: radio, televisión	Descripción de unidad, por ejemplo: spot de 30 segundos (radio); mensaje en TV 20 segundos	Concepto o campaña (Redactada con perspectiva de género)	Clave única de identificación de campaña o aviso institucional

Autoridad que proporcionó la clave única de identificación de campaña o aviso institucional	Cobertura (catálogo):	Ámbito geográfico de cobertura	Respecto a la población objetivo de la campaña o aviso institucional, se publicará:				
			Sexo	Lugar de residencia	Nivel educativo	Grupo de edad	Nivel socioeconómico

Concesionario responsable de publicar la campaña o la comunicación correspondiente (razón social)	Nombre comercial del concesionario responsable de publicar la campaña o comunicación	Descripción breve de las razones que justifican la elección de la persona proveedora (Redactada con perspectiva de género)	Monto total del tiempo de Estado o tiempo fiscal consumidos (formato horas/minutos/segundos)	Área administrativa encargada de solicitar la difusión del mensaje o producto, en su caso	Fecha de inicio de difusión del concepto o campaña formato día/mes/año	Fecha de término de difusión del concepto o campaña formato día/mes/año

Presupuesto total asignado a cada partida	Presupuesto ejercido al periodo reportado de cada partida	Número de factura

Formato modificado DOF 10/11/2016

Área(s) responsable(s) que genera(n), posee(n), publica(n) y actualiza(n) la información	Fecha de actualización de la información (día/mes/año)	Nota

Formato modificado DOF 26/04/2023

[Se derogó el Formato 23d LGT_Art_70_Fr_XXIII Mensaje e hipervínculo a la información relacionada con los Tiempos Oficiales]