I. PROPÓSITO

- Desarrollar y operar la estrategia y el programa de comunicación social que expresen los temas prioritarios a ser difundidos por el Instituto, a través de un conjunto de campañas encaminadas al objetivo comunicacional que persigue la entidad.

II. ALCANCE

- Dirección General
- Dirección General Adjunta de Coordinación y Enlace.
- Dirección General Adjunta Académica y de Políticas Lingüísticas.
- Dirección de Comunicación Social y Enlace del INALI.
- Subdirección de Difusión y Asuntos Internacionales.
- Dirección de Administración y Finanzas.
- Departamento de Campañas de Comunicación.

III. POLÍTICAS DE OPERACIÓN

- La Dirección General Adjunta Académica y de Políticas Lingüísticas otorga información sobre las acciones, proyectos o instrumentos que se requieran difundir a través de campañas.

- La Subdirección de Difusión y Asuntos Internacionales elabora, en el último trimestre del ejercicio fiscal previo, la estrategia o instrumento de planeación anual y diseña el conjunto de campañas con base en los lineamientos generales de comunicación social emitidos por la Secretaría de Gobernación.

- La Subdirección de Difusión y Asuntos Internacionales elabora, en el último trimestre del ejercicio fiscal previo, un plan de erogaciones que garantice el cumplimiento de la estrategia y el programa.

- La Subdirección de Difusión y Asuntos Internacionales desarrolla y opera la estrategia y programa anuales de comunicación de acuerdo con los programas, acciones y temas prioritarios para el Instituto y con la normatividad vigente en la materia.

- La Dirección de Comunicación Social y Enlace presenta ante la Dirección General Adjunta de Coordinación y Enlace la estrategia y programa de comunicación social para su visto bueno.

- La Dirección General Adjunta de Coordinación y Enlace presenta, ante la Dirección General del Instituto, la estrategia y programa anual para su autorización.

- La Dirección General presenta, ante el Concejo Nacional del Instituto, la estrategia y programa anual de comunicación social para su validación.

- La Dirección de Comunicación Social y Enlace presenta, ante la Secretaría de Educación Pública (SEP), la estrategia y programa de comunicación social y, en su

caso, los ajustes correspondientes, para su visto bueno y trámite de autorización y registro.

- La Dirección de Comunicación Social y Enlace autoriza a la Subdirección de Difusión y Asuntos Internacionales la operación y el desarrollo de la estrategia y el programa de comunicación social.

- La Dirección de Administración y Finanzas otorga suficiencia presupuestal y da seguimiento al ejercicio del presupuesto, de tal forma que permita el cumplimiento de los objetivos y metas de la estrategia y el programa de comunicación social del Instituto.

- La Dirección de Comunicación Social y Enlace vigilará la ejecución de la estrategia y el programa anual de comunicación social y, en su caso, llevará a cabo las adecuaciones pertinentes.

- El Departamento de Campañas de Comunicación participará en la elaboración de la Estrategia y el Programa Anual de Comunicación Social y dará seguimiento a los mismos observando que se apegue en tiempo y forma a lo establecido en la normatividad.

- La Subdirección de Difusión y Asuntos Internacionales será responsable de integrar y presentar para autorización los ajustes a la estrategia y el programa de comunicación social, derivados de causas imputables a la prestación de los servicios, así como a las adecuaciones que existan en materia de precios, vigencia o alguna otra considerable.

- La Dirección de Comunicación Social y Enlace y la Subdirección de Difusión y Asuntos Internacionales deberán observar la normatividad aplicable en materia de comunicación social.

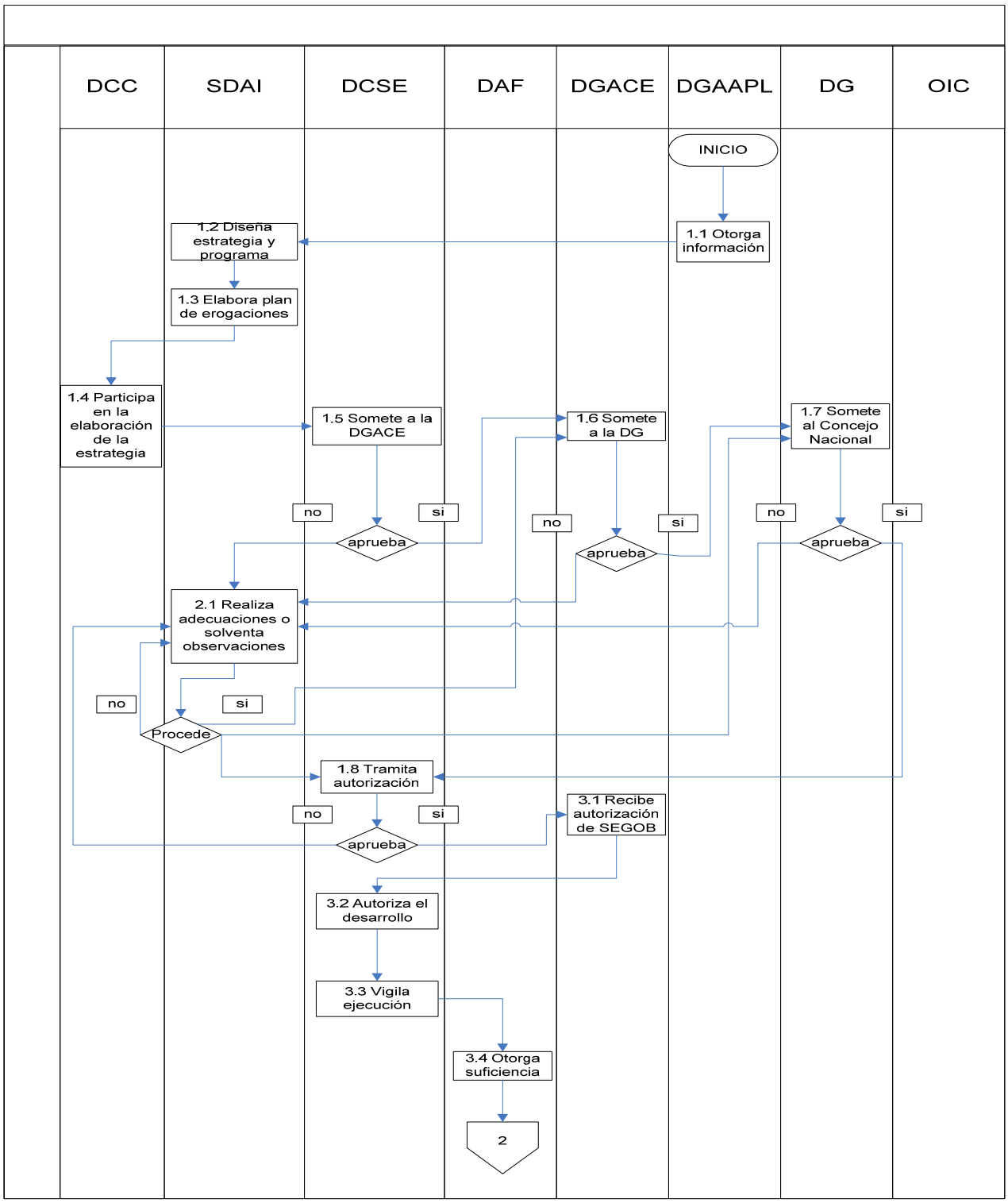
- La Subdirección de Difusión y Asuntos Internacionales y el Departamento de Campañas de Comunicación elaborarán reportes de evaluación sobre la ejecución y avance de lo programado y los enviará a las instancias correspondientes.

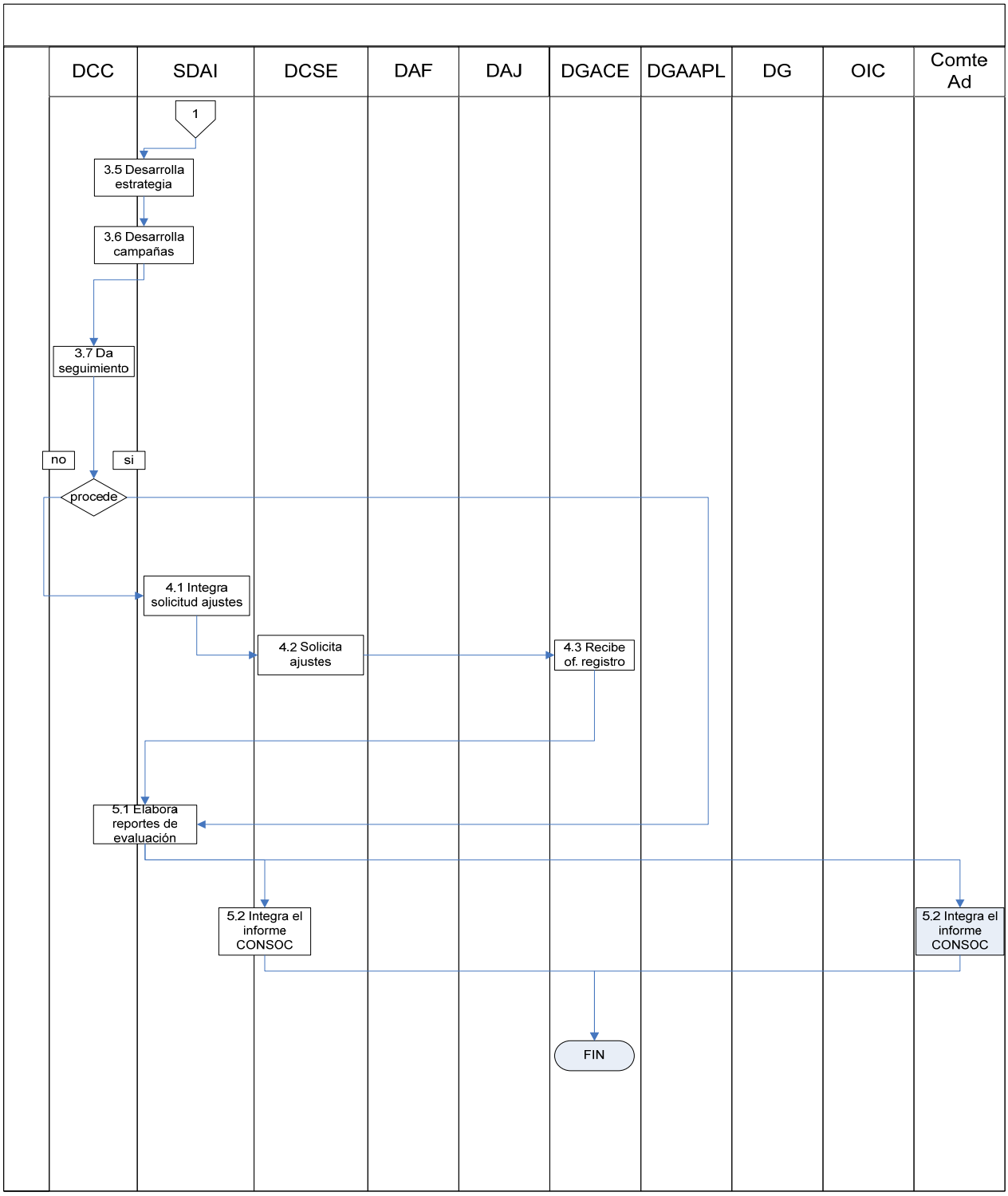
- La Dirección de Comunicación Social y Enlace, la Subdirección de Difusión y Asuntos Internacionales y el Órgano Interno de Control, deberán integrar el informe de erogaciones que se presenta ante la Secretaría de la Función Pública.

IV. RESPONSABLES

- Dirección General (DG)
- Dirección General Adjunta de Coordinación y Enlace (DGACE)
- Dirección de Comunicación Social y Enlace del INALI (DCSE)
- Subdirección de Difusión y Asuntos Internacionales (SDAI)
- Departamento de Campañas de Comunicación (DCC)
- Dirección de Administración y Finanzas (DAF)
- Dirección General Adjunta Académica y de Políticas Lingüísticas (DGAAPL)

V. DIAGRAMA DE FLUJO




DCC
SDAI
DCSE
DAF
DAJ
DGACE
DGAAPL
DG
OIC
Comte Ad
1
3.5 Desarrolla estrategia
3.6 Desarrolla campañas
3.7 Da seguimiento
no
si
procede
4.1 Integra solicitud ajustes
4.2 Solicita ajustes
4.3 Recibe of. registro
5.1 Elabora reportes de evaluación
5.2 Integra el informe CONSOC
5.2 Integra el informe CONSOC
FIN

VI. DESCRIPCIÓN DEL PROCEDIMIENTO

Secuencia de etapas	Actividad	Responsable
INICIO DEL PROCEDIMIENTO		
1. Diseño de la estrategia y el programa anual de comunicación social.	1.1 Otorga información sobre las acciones, proyectos, instrumentos o temas prioritarios que el Instituto requiera difundir.	DGAAPL
	1.2 Diseña la estrategia y el programa de comunicación social con base en los temas prioritarios del Instituto y en los lineamientos en materia de comunicación social del Gobierno Federal. 1.3 Elabora un plan de erogaciones que garantice el cumplimiento de la estrategia y el programa de comunicación social.	SDAI
	1.4 Participa en la elaboración de la estrategia y el programa de comunicación social.	DCC
	1.5 Presenta ante la Dirección General Adjunta de Coordinación y Enlace la estrategia y el programa de comunicación social para su visto bueno y trámite interno. ¿Otorga Visto Bueno? Sí, continúa con la actividad 1.6 No, pasa a la actividad 2.1	DCSE
	1.6 Presenta ante la Dirección General la estrategia y el programa de comunicación social. ¿Autoriza? Sí, continúa con la actividad 1.7 No, pasa a la actividad 2.1	DGACE
	1.7 Presenta ante el Concejo Nacional del INALI la estrategia y el programa para su validación. ¿Autoriza? Sí, continúa con la actividad 1.8 No, pasa a la actividad 2.1	DG
	1.8 Presenta ante la SEP la estrategia y el programa para su visto bueno y trámite correspondiente con la Secretaría de	DCSE

	Gobernación. ¿Se obtiene autorización? Sí, continúa con la actividad 3.1 No, pasa a la actividad 2.1	
2. Modificaciones a la estrategia, programa y plan de erogaciones.	2.1 Recibe de los distintos niveles de decisión la solicitud para realizar modificaciones o solventar observaciones y adecúa la estrategia, programa de comunicación y plan de erogaciones para continuar con el procedimiento de autorización. ¿Procede el desarrollo? Sí, pasa a la actividad 1.8 No, se queda en la actividad 2.1	SDAI
3. Desarrollo de la estrategia y el programa de comunicación social.	3.1 Recibe de la Secretaría de Gobernación la autorización correspondiente a la estrategia y el programa anuales de comunicación social.	DGACE
	3.2 Autoriza a la Subdirección de Difusión y Asuntos Internacionales y al Departamento de Campañas de Comunicación la operación y el desarrollo de la estrategia y el programa de comunicación social. 3.3 Vigila la ejecución de la estrategia y el programa, con base en la normatividad vigente.	DCSE
	3.4 Otorga suficiencia presupuestal y da seguimiento al ejercicio del presupuesto.	DAF
	3.5 Desarrolla la estrategia y el programa de comunicación social de acuerdo a las acciones y temas prioritarios para el Instituto y a la normatividad vigente en la materia. 3.6 Desarrolla las campañas de comunicación social del programa anual.	SDAI DCC
	3.7 Da seguimiento a la estrategia y el programa de comunicación social observando que se apeguen en tiempo y forma a lo establecido en la normatividad. ¿Se apega a lo programado? Sí, pasa a la actividad 5.1 No, pasa a la actividad 4.1	DCC

4. Ajustes a la estrategia y el programa de comunicación social.	4.1 En caso de modificaciones derivadas de la prestación de los servicios, así como a las adecuaciones existentes en materia de precios, vigencia de las campañas o alguna otra considerable, integra la solicitud de registro de ajustes, de conformidad con la norma aplicable en la materia.	SDAI
	4.2 Presenta a la SEP la solicitud de ajustes para su autorización.	DCSE
	4.3 Recibe de la Secretaría de Gobernación el registro de ajustes a la estrategia y el programa.	DGACE
5. Reportes de ejecución de la estrategia y el programa de comunicación social.	5.1 Elabora reportes de evaluación de la ejecución y avance de lo programado y lo envía a la instancia correspondiente.	SDAI DCC
	5.2 Integra el Informe COMSOC de avance de lo programado que se presenta ante la Secretaría de la Función Pública.	DCSE SDAI OIC
FIN DEL PROCEDIMIENTO		

VII. DOCUMENTOS DE REFERENCIA

- Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos
- Ley Federal de las Entidades Paraestatales
- Ley Federal de Responsabilidades Administrativas de los Servidores Públicos
- Ley de Adquisiciones, Arrendamientos y Servicios del Sector Público
- Ley General de Derechos Lingüísticos de los Pueblos Indígenas
- Ley Orgánica de la Administración Pública Federal
- Ley de Planeación
- Presupuesto de Egresos de la Federación para el ejercicio fiscal
- Reglamento de la Ley Federal de las Entidades Paraestatales
- Reglamento de la Ley de Adquisiciones, Arrendamientos y Servicios del Sector Público
- Estatuto Orgánico del Instituto Nacional de Lenguas Indígenas
- Plan Nacional de Desarrollo 2007-2012
- Programa de Revitalización, Fortalecimiento y Desarrollo de las Lenguas Indígenas Nacionales 2008-2012
- Manual de Organización del Instituto Nacional de Lenguas Indígenas
- Lineamientos Generales para la orientación, planeación, autorización, coordinación, supervisión y evaluación de las estrategias, los programas y las campañas de comunicación social de las dependencias y entidades de la Administración Pública

Federal del ejercicio fiscal de que se trate, publicado en el Diario Oficial de la Federación por la Secretaría de Gobernación
- Manual de Identidad Gráfica del Gobierno Federal, elaborado por la Dirección General de Opinión Pública e Imagen de la Presidencia de la República.
- Estudios previos de evaluación de efectividad y pertinencia de las campañas de comunicación
- Formato de Presentación de estrategia y programa anual de comunicación social vigente, emitido por la Secretaría de Gobernación.

VIII. GLOSARIO

- **Acciones gubernamentales prioritarias:** Aquellas derivadas del Plan Nacional de Desarrollo 2007-2012, planes y programas sectoriales, regionales, especiales o institucionales, que se pretenden difundir durante un ejercicio fiscal.

- **Ajuste de programas:** Reasignación de recursos por tipo de medio seleccionado y/o por campaña, así como el replanteamiento de las vigencias, sin que esto afecte la estrategia anual de comunicación, los techos presupuestales autorizados o la programación de campañas.

- **Coordinadora de sector:** Dependencias que fungen como coordinadoras de las instituciones y organismos públicos, enlistadas en el artículo 26 de la Ley Orgánica de la APF.

- **Campaña:** Conjunto de mensajes basados en un concepto rector, cuya difusión se realiza a través de los medios de comunicación.

- **Erogación:** Todo recurso presupuestario ejercido, incluido el Impuesto al Valor Agregado (IVA), en servicios que sean susceptibles de ser registrados en las partidas de gasto del concepto 3700 (servicios de comunicación social y publicidad) del Clasificador por Objeto del Gasto para la Administración Pública Federal.

- **Estrategia anual de comunicación:** Instrumento de planeación que expresa los temas gubernamentales prioritarios a ser difundidos durante el ejercicio fiscal por la dependencia o entidad.

- **Informe ComSoc:** Informe que se presenta a la Secretaría de la Función Pública, en el que se expresa la información desglosada y por partida de gasto sobre las erogaciones en el concepto 3600, que se refieren exclusivamente a periódicos y revistas, así como la totalidad de las erogaciones del concepto 3700.

- **Medios de comunicación complementarios:** Todos aquellos que apoyan la difusión de una campaña y cuyas erogaciones afectan el concepto 3700 del Clasificador por Objeto del Gasto para la Administración Pública Federal, como cine, encartes, parabuses, tarjetas telefónicas, entre otros.

- **Plan de Erogaciones:** Planeación de recursos presupuestarios debidamente programados que son canalizados para el cumplimiento de cada una de las acciones determinadas en el programa anual de comunicación social.

- **Población-objetivo:** Conjunto de individuos con características económicas, psicográficas y sociodemográficas comunes a quienes se dirige un mensaje.

- **Programa anual de comunicación social:** Acciones y actividades debidamente programadas para su ejecución durante el ejercicio anual correspondiente, establecidas en la estrategia de comunicación y encaminadas hacia un objetivo del Instituto, determinando la secuencia óptima de eventos con relación a los recursos disponibles.

- **Recursos presupuestarios:** Monto total anual disponible para la dependencia o entidad en el concepto 3700 (Servicios de Comunicación Social y Publicidad) del Clasificador por Objeto del Gasto para la Administración Pública Federal, que deberá indicarse en los formatos correspondientes.

IX. ANEXOS

- N/A

X. CAMBIOS DE ESTA VERSIÓN

Número de versión	Fecha de la actualización	Descripción del cambio
0	30 de septiembre de 2008	Creación de manuales

CONTROL DE EMISIÓN			
	Elaboró:	Revisó:	Autorizó:
Nombre:	Lic. Gloria Isabel Jadra Gutiérrez, Subdirectora de Difusión y Asuntos Internacionales	Lic. José Rogelio Hermenegildo García, Director de Comunicación Social y Enlace	Lic. Fabricio Julián Gaxiola Moraila, Director General Adjunto de Coordinación y Enlace
Firma:			
Fecha:	30 de septiembre de 2008	15 de octubre de 2008	30 de octubre de 2008