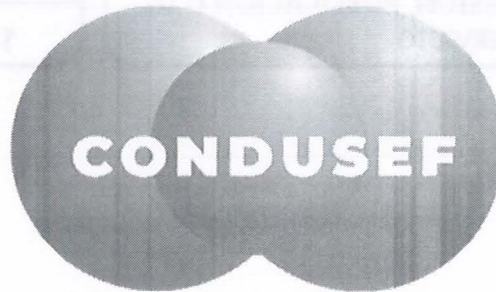




Hacienda
Secretaría de Hacienda y Crédito Público



**COMISIÓN NACIONAL PARA LA PROTECCIÓN
Y DEFENSA DE LOS USUARIOS DE
SERVICIOS FINANCIEROS**

**MANUAL DEL PROCEDIMIENTO
PARA LA DIFUSIÓN DE LOS
MENSAJES EN MEDIOS DE
COMUNICACIÓN MEDIANTE
ÓRDENES DE INSERCIÓN,
TRANSMISIÓN, PUBLICACIÓN O
DE SERVICIO.**

Diciembre 2025

M
H
S
+
✓
de

**PARA LA DIFUSIÓN DE LOS MENSAJES EN MEDIOS
DE COMUNICACIÓN MEDIANTE ÓRDENES DE
INSERCIÓN, TRANSMISIÓN, PUBLICACIÓN O DE
SERVICIO**

FECHA DE ELABORACIÓN		No. DE PÁGINA
MES	AÑO	1
12	2025	

ÍNDICE

ÍNDICE

INTRODUCCIÓN	2
I. ÁMBITO DE APLICACIÓN, RESPONSABLES Y OBLIGACIONES	4
II. MARCO JURÍDICO - ADMINISTRATIVO	5
III. DEFINICIONES Y ACRÓNIMOS	7
IV. PROCEDIMIENTO	10
OBJETIVO	10
POLÍTICAS DE OPERACIÓN	10
DESCRIPCIÓN NARRATIVA	14
DIAGRAMA DE FLUJO	27
FORMATOS E INSTRUCTIVOS DE LLENADO	40
FIRMAS DE VALIDACIÓN	60
TRANSITORIOS	61

Handwritten marks

Handwritten signature

**PARA LA DIFUSIÓN DE LOS MENSAJES EN MEDIOS
DE COMUNICACIÓN MEDIANTE ÓRDENES DE
INSERCIÓN, TRANSMISIÓN, PUBLICACIÓN O DE
SERVICIO**

FECHA DE ELABORACIÓN		No. DE PÁGINA
MES	AÑO	
12	2025	2

INTRODUCCIÓN.

La Dirección de Planeación y Finanzas, con la participación de la Dirección General de Educación Financiera, con fundamento en los artículos 14 fracción III, 37, fracción XIX y 40 fracciones I, IX, XIII y XIX, del Estatuto Orgánico de la Comisión Nacional para la Protección y Defensa de los Usuarios de Servicios Financieros, se dieron a la tarea de actualizar el Manual del Procedimiento para la Orden de Inserción, Transmisión, Publicación o de Servicio de mensajes en Medios de Comunicación, el cual cambia su denominación a: **"Manual del Procedimiento para la difusión de los mensajes en medios de comunicación mediante Órdenes de Inserción, Transmisión, Publicación o de Servicio"**.

El presente Manual tiene como propósito describir el proceso a seguir para difundir mensajes en Medios de Comunicación, derivados de la atribución de publicar las comisiones más representativas en medios masivos de comunicación, así como lo relativo a la Estrategia y Programa Anual de Comunicación Social de la Comisión Nacional, en el ejercicio fiscal correspondiente; así como orientar a los servidores públicos responsables, que participan en dicho proceso, sobre la forma, requisitos y plazos que deben cumplir, antes y después de que se difundan los mensajes; además de disponer de un documento normativo al que deben apegarse dichos responsables, sin perjuicio de lo que establece la normatividad vigente.

La Comisión Nacional para la Protección y Defensa de los Usuarios de Servicios Financieros (CONDUSEF), tiene la obligación de promover, respetar, proteger y garantizar los derechos humanos de conformidad con los principios de universalidad, interdependencia, indivisibilidad y progresividad; de este modo la CONDUSEF no discrimina por razón alguna o condición, incluyendo aquellas que se refieran al origen étnico o nacional, género, edad, discapacidad, condición social, condiciones de salud, religión, preferencia sexual, estado civil o cualquier otra que atente contra la dignidad humana y tenga por objeto vulnerar los derechos y libertades de las personas.

La CONDUSEF rechaza las conductas que, de forma directa o indirecta, intencional o no, propicien un trato de distinción, exclusión o restricción que tengan como resultado afectar el reconocimiento, goce o ejercicio de uno o más derechos humanos, por lo que está comprometida a respetar los principios democráticos y los derechos humanos de las personas en general.

**PARA LA DIFUSIÓN DE LOS MENSAJES EN MEDIOS
DE COMUNICACIÓN MEDIANTE ÓRDENES DE
INSERCIÓN, TRANSMISIÓN, PUBLICACIÓN O DE
SERVICIO**

FECHA DE ELABORACIÓN		No. DE PÁGINA
MES	AÑO	
12	2025	3

Por ello, el lenguaje empleado en este instrumento no busca generar ninguna clase de discriminación, ni marcar diferencias entre mujeres y hombres, y las referencias o alusiones a los sujetos, representan siempre a hombres y mujeres.

[Handwritten signatures and initials in blue ink]

[Handwritten initials in blue ink]

**PARA LA DIFUSIÓN DE LOS MENSAJES EN MEDIOS
DE COMUNICACIÓN MEDIANTE ÓRDENES DE
INSERCIÓN, TRANSMISIÓN, PUBLICACIÓN O DE
SERVICIO**

FECHA DE ELABORACIÓN		No. DE PÁGINA
MES	AÑO	4
12	2025	

I. ÁMBITO DE APLICACIÓN, RESPONSABLES Y OBLIGACIONES.

Las disposiciones contenidas en el presente Manual serán de aplicación obligatoria para todos los servidores públicos adscritos a la Dirección General de Educación Financiera, la Dirección de Promoción y Desarrollo de Capacidades Financieras, a la Subdirección de Promoción de la Educación Financiera y las unidades administrativas de la Comisión Nacional que participan en el proceso que se describe, en el ámbito de actuación que les corresponda.

Los titulares de las áreas involucradas serán responsables de observar las disposiciones vertidas en este Manual y de difundirlas entre el personal bajo su mando para su ejecución, así como de llevar a cabo revisiones periódicas para que su contenido corresponda a la operación y normatividad vigentes, a fin de que se constituya como una herramienta de trabajo eficaz.

La Dirección de Planeación y Finanzas, será la responsable de la actualización y mejoramiento de este Manual, con base en las propuestas y requerimientos que formulen las áreas responsables de los procedimientos.

Su difusión en la CONDURED se realizará a través del responsable de administrar y operar la Normateca Interna.

Handwritten signatures and initials in blue ink, including a large 'M' and various initials like 'H', 'S', 'X', and 'P'.

**PARA LA DIFUSIÓN DE LOS MENSAJES EN MEDIOS
DE COMUNICACIÓN MEDIANTE ÓRDENES DE
INSERCIÓN, TRANSMISIÓN, PUBLICACIÓN O DE
SERVICIO**

FECHA DE ELABORACIÓN		No. DE PÁGINA
MES	AÑO	5
12	2025	

I. MARCO JURÍDICO-ADMINISTRATIVO

Ordenamientos de tipo Legislativo

- Ley de Adquisiciones, Arrendamientos y Servicios del Sector Público.
- Ley de Planeación.
- Ley de Protección y Defensa al Usuario de Servicios Financieros.
- Ley del Impuesto al Valor Agregado.
- Ley Federal de las Entidades Paraestatales.
- Ley General de Comunicación Social.
- Ley General de Responsabilidades Administrativas.
- Ley General de Títulos y Operaciones de Crédito.
- Ley General de Transparencia y Acceso a la Información Pública.
- Ley Orgánica de la Administración Pública Federal.
- Ley para la Transparencia y Ordenamiento de los Servicios Financieros.

Códigos

- Código Fiscal de la Federación.

Reglamentos

- Reglamento de la Ley de Adquisiciones, Arrendamientos y Servicios del Sector Público.
- Reglamento de la Ley del Impuesto al Valor Agregado.
- Reglamento de la Ley Federal de las Entidades Paraestatales.
- Reglamento de la Ley Federal de Transparencia y Acceso a la Información Pública Gubernamental.



**PARA LA DIFUSIÓN DE LOS MENSAJES EN MEDIOS
DE COMUNICACIÓN MEDIANTE ÓRDENES DE
INSERCIÓN, TRANSMISIÓN, PUBLICACIÓN O DE
SERVICIO**

FECHA DE ELABORACIÓN		No. DE PÁGINA
MES	AÑO	
12	2025	6

- Reglamento del Código Fiscal de la Federación.

Ordenamientos de Alcance General.

- Acuerdo por el que se establece la Política de Comunicación Social del Gobierno Federal.
- Acuerdo por el que se establecen los Lineamientos generales para el registro y autorización de los programas de comunicación social y de promoción y de publicidad de las dependencias y entidades de la Administración Pública Federal para el ejercicio correspondiente.
- Estatuto Orgánico de la Comisión Nacional para la Protección y Defensa de los Usuarios de Servicios Financieros.
- Presupuesto de Egresos de la Federación para el Ejercicio Fiscal correspondiente.

Ordenamientos Normativos Internos.

- Manual de Organización General de la CONDUSEF.
- Manual del Procedimiento para la asignación de suficiencia y control presupuestal.
- Políticas, Bases y Lineamientos en materia de Adquisiciones, Arrendamientos y Servicios.

Documentos Normativo-Administrativos.

- Acuerdo por el que se expide el manual de Normas Presupuestarias para la Administración Pública Federal.
- Clasificador por Objeto del Gasto para la Administración Pública Federal.
- Manual de Contabilidad Gubernamental del Sector Paraestatal Federal.
- Guía de Identidad Gráfica del Gobierno de México.
- Plan Nacional de Desarrollo.

M
S
S
+

**PARA LA DIFUSIÓN DE LOS MENSAJES EN MEDIOS
DE COMUNICACIÓN MEDIANTE ÓRDENES DE
INSERCIÓN, TRANSMISIÓN, PUBLICACIÓN O DE
SERVICIO**

FECHA DE ELABORACIÓN		No. DE PÁGINA
MES	AÑO	
12	2025	7

II. DEFINICIONES Y ACRÓNIMOS.

Para efectos de este manual, se entenderá por:

ACUERDO

Al ACUERDO por el que se establecen los Lineamientos Generales para el registro y autorización de las Estrategias y Programas de Comunicación Social, de Promoción y Publicidad a cargo de las dependencias y entidades de la Administración Pública Federal, para el ejercicio fiscal correspondiente.

**Comisión Nacional o
CONDUSEF**

A la Comisión Nacional para la Protección y Defensa de los Usuarios de Servicios Financieros.

Comité

Al Comité de Adquisiciones, Arrendamientos y Servicios de la CONDUSEF.

DGEF

A la Dirección General de Educación Financiera.

DGNC

A la Dirección General de Normatividad de Comunicación de la Secretaría de Gobernación.

DPF

A la Dirección de Planeación y Finanzas.

DPDCF

A la Dirección de Promoción y Desarrollo de Capacidades Financieras.

DRMSGCD

A la Dirección de Recursos Materiales, Servicios Generales y Control Documental.

**Estrategia anual de
comunicación social**

A la planeación que expresa los temas gubernamentales prioritarios a ser difundidos durante el ejercicio fiscal por la CONDUSEF.

✂ M

✂
d.
g-f

**PARA LA DIFUSIÓN DE LOS MENSAJES EN MEDIOS
DE COMUNICACIÓN MEDIANTE ÓRDENES DE
INSERCIÓN, TRANSMISIÓN, PUBLICACIÓN O DE
SERVICIO**

FECHA DE ELABORACIÓN		No. DE PÁGINA
MES	AÑO	8
12	2025	

Material a difundir

Al Arte gráfico, guion de radio/televisión y spot de radio/video.

**Orden de Inserción,
Transmisión, Publicación
o Servicio**

Al Documento que detalla las características técnicas del espacio publicitario contratado en un medio de comunicación, para difundir el mensaje o campaña.

Orden de Inserción para medios impresos.

Orden de Transmisión para medios electrónicos (televisión y radio).

Orden de Publicación para medios digitales.

Orden de Servicio para medios complementarios.

Plan de medios

Al Conjunto de medios de comunicación necesarios para difundir una Campaña e información derivada de la operación y administración de la Dependencia.

**Programa anual de
comunicación social**

Al conjunto de campañas derivadas de la Estrategia de comunicación social, encaminadas al cumplimiento del objetivo institucional con recursos asignados en la partida de gasto 36101 del Clasificador por Objeto del Gasto para la Administración Pública Federal.

RTC

A la Dirección General de Radio, Televisión y Cinematografía.

SEGOB

A la Secretaría de Gobernación.

SHCP

A la Secretaría de Hacienda y Crédito Público.

SINC

Al Sistema de Información de Normatividad de Comunicación de la Secretaría de Gobernación.

Handwritten signatures and initials in blue ink.

Handwritten marks and symbols in blue ink.

**PARA LA DIFUSIÓN DE LOS MENSAJES EN MEDIOS
DE COMUNICACIÓN MEDIANTE ÓRDENES DE
INSERCIÓN, TRANSMISIÓN, PUBLICACIÓN O DE
SERVICIO**

FECHA DE ELABORACIÓN		No. DE PÁGINA
MES	AÑO	9
12	2025	

SPEF

A la Subdirección de Promoción de la Educación Financiera.

Testigo

En medios impresos: ejemplar en original de las inserciones realizadas.

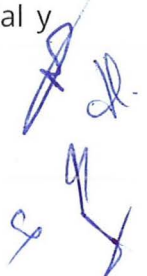
En medios electrónicos: bitácoras de transmisión y spots (audio/video) transmitidos.

En medios complementarios: informe con la evidencia del servicio.

En medios digitales: bitácora de impresiones e informe con la evidencia de la publicación.

Vocería

A la Coordinación General de Comunicación Social y Vocería del Gobierno de la República.



**PARA LA DIFUSIÓN DE LOS MENSAJES EN MEDIOS
DE COMUNICACIÓN MEDIANTE ÓRDENES DE
INSERCIÓN, TRANSMISIÓN, PUBLICACIÓN O DE
SERVICIO**

FECHA DE ELABORACIÓN		No. DE PÁGINA
MES	AÑO	10
12	2025	

III. PROCEDIMIENTO.

Objetivo.

Establecer las políticas y describir el procedimiento a seguir para difundir mensajes en medios de comunicación, con la finalidad de informar a la ciudadanía sobre temas de Educación Financiera y de las principales acciones que lleva a cabo la Comisión Nacional.

Políticas de Operación.

1. La Secretaría de la Junta de Gobierno, deberá comunicar a la DGEF, sobre el Acuerdo de Autorización del Presupuesto de Comunicación Social para el ejercicio correspondiente.
2. El titular de la DGEF deberá solicitar a la DPF, mediante memorando o correo electrónico, el presupuesto autorizado para las partidas presupuestales 33605 "Información en medios masivos derivada de la operación y administración de las dependencias y entidades" y 36101 "Difusión de mensajes sobre programas y actividades gubernamentales".
3. El titular de la DGEF, entrega la información al titular de la SPEF, quien realizará el o los Plan(es) de medios para los mensajes a difundir en los medios de comunicación, así como la Estrategia y el Programa Anual de Comunicación Social de la Comisión Nacional, de acuerdo al presupuesto autorizado, y lo establecido en el ACUERDO.
4. El titular de la SPEF, verificará que en cada Plan de Medios contemple la selección de medios de comunicación que cumplan con los siguientes criterios:
 - a. Disponer de certificación de circulación (cuando sea aplicable).
 - b. Ser congruentes con la estrategia de comunicación, el público objetivo y el mensaje a difundir.
 - c. Contar con tarifas registradas ante la SHCP.
5. El titular de la SPEF presentará cada Plan de Medios al titular de la DGEF para su validación.

[Handwritten signature and initials in blue ink]

**PARA LA DIFUSIÓN DE LOS MENSAJES EN MEDIOS
DE COMUNICACIÓN MEDIANTE ÓRDENES DE
INSERCIÓN, TRANSMISIÓN, PUBLICACIÓN O DE
SERVICIO**

FECHA DE ELABORACIÓN		No. DE PÁGINA
MES	AÑO	11
12	2025	

6. La SPEF y la DPDCF, establecerán las fechas en que se deberán entregar los mensajes a difundir, para validación interna.
7. La DPDCF y/o la SPEF enviarán a la DGEF la(s) propuesta(s) de cada mensaje a difundir, por correo electrónico.
8. La DGEF presentará al Presidente de la CONDUSEF, las propuestas de cada mensaje a difundir, para su validación.
9. La DGEF, informará a la SPEF el mensaje a difundir autorizado, para continuar con los trámites correspondientes.
10. Una vez que el mensaje a difundir ha sido aprobado internamente, la SPEF enviará el material a difundir a la Unidad de Comunicación Social de la SHCP, para obtener la validación correspondiente.
11. El titular de la SPEF, deberá gestionar el trámite de registro del gasto del mensaje a difundir ligado al cuadro comparativo de comisiones vigentes; mediante el envío de oficio con el "Formato de erogación para la partida 33605" (Anexo 4) y el material a difundir, a la Unidad de Comunicación Social de la SHCP. Lo cual permitirá a la Unidad, llevar a cabo el trámite de registro del gasto correspondiente ante la DGNC.
12. El titular de la SPEF enviará la Estrategia y el Programa Anual de Comunicación Social de la CONDUSEF al titular de la Unidad de Comunicación Social de la SHCP. Esto con la finalidad de gestionar su trámite y obtener la autorización de la Vocería y la DGNC.
13. Será responsabilidad de la SPEF, enviar el material a difundir, la hoja mínima y el plan de medios de cada Campaña a la Unidad de Comunicación Social de la SHCP, para la validación de la Vocería.
14. En el caso de incluir tiempos comerciales de radio y/o televisión en el Plan de medios, el titular de la SPEF deberá enviar Oficio a la Unidad de Comunicación Social de la SHCP, para su trámite de Negativa ante RTC, conforme lo estipulado en el ACUERDO.
15. En el caso de incluir tiempos oficiales de radio y/o televisión en el Plan de medios, el titular de la SPEF deberá enviar Oficio a la Unidad de Comunicación Social de la SHCP, para su trámite ante RTC, conforme lo estipulado en el ACUERDO.

f M

de 9

**PARA LA DIFUSIÓN DE LOS MENSAJES EN MEDIOS
DE COMUNICACIÓN MEDIANTE ÓRDENES DE
INSERCIÓN, TRANSMISIÓN, PUBLICACIÓN O DE
SERVICIO**

FECHA DE ELABORACIÓN		No. DE PÁGINA
MES	AÑO	12
12	2025	

16. Una vez aprobados la Estrategia y el Programa Anual de Comunicación Social, así como los materiales a difundir, la SPEF enviará el Formato de Presentación de Campaña (Anexo 3) a la Unidad de Comunicación Social de la SHCP. La unidad se encargará de tramitar y obtener la autorización ante la Vocería y la DGNC, a fin de obtener la Clave de Autorización correspondiente.
17. Cualquier modificación a la Estrategia y el Programa Anual de Comunicación Social, a la Presentación de Campañas o a la Erogación de la Partida 33605, lo realizará el titular de la SPEF y deberá apegarse a lo estipulado en el ACUERDO.
18. Los servicios contratados no deberán exceder las tarifas registradas en la SHCP, de conformidad con lo estipulado en el ACUERDO.
19. La SPEF enviará a la DRMSGCD la documentación necesaria para la contratación de los servicios de difusión de los mensajes en los medios de comunicación. Este procedimiento de contratación se ajustará a lo establecido en la Ley de Adquisiciones, Arrendamientos y Servicios del Sector Público, su Reglamento, el ACUERDO y las demás disposiciones aplicables en la materia.
20. Previo a la difusión en el medio de comunicación contratado, la SPEF enviará al proveedor adjudicado, por correo electrónico, la Orden de Inserción, Transmisión, Publicación o Servicio correspondiente. Toda Orden deberá incluir, como mínimo, los siguientes datos:
- Costo unitario (en su caso tarifa registrada ante la SHCP).
 - Concepto.
 - Descripción del mensaje.
 - Población objetivo.
 - Cobertura.
 - Pautas de difusión (en caso de ser necesario).
 - Circulación certificada/Tiraje (en medios impresos).
 - Vigencia de difusión.
21. Una vez finalizado el servicio, la SPEF tramitará el pago previa autorización de la DGEF, mediante el trámite de la solicitud de pago y la documentación que determine la DPF. La factura y el testigo deberán ser validados con la firma del Administrador o Supervisor del Contrato.

M
A. S.
H
+

**PARA LA DIFUSIÓN DE LOS MENSAJES EN MEDIOS
DE COMUNICACIÓN MEDIANTE ÓRDENES DE
INSERCIÓN, TRANSMISIÓN, PUBLICACIÓN O DE
SERVICIO**

FECHA DE ELABORACIÓN		No. DE PÁGINA
MES	AÑO	
12	2025	13

22. Los expedientes, serán resguardados por la SPEF y se integrará mínimo con la siguiente documentación:

- a) Acuerdo de los miembros de la Junta de Gobierno sobre la Autorización al Presupuesto de Comunicación Social, para el ejercicio correspondiente.
- b) Memorando o correo electrónico de la DPF, con el presupuesto autorizado en las partidas presupuestales 33605 y 36101.
- c) Acuse del Oficio con el Formato de erogación para la partida 33605 (**Anexo 4**), para el trámite de registro de gasto de cada mensaje a difundir, ante la SHCP.
- d) Acuse del Oficio de registro de gasto de la partida 33605, de DGNC, de cada mensaje a difundir.
- e) Acuse del Oficio con los formatos de la Estrategia (**Anexo 1**) y del Programa Anual de Comunicación Social (**Anexo 2**), para el trámite de autorización ante la SHCP.
- f) Acuse del Oficio de autorización de la DGNC, a la Estrategia y Programa Anual de Comunicación Social.
- g) Acuse del Oficio con los formatos de Presentación de Campañas (**Anexo 3**), para el trámite de autorización ante la SHCP, de cada campaña.
- h) Acuse del Oficio con la clave de autorización de la DGNC; de cada campaña de Comunicación Social presentada.
- i) Acuse de la documentación de contratación de cada servicio, dirigido a la DRMSGCD, de acuerdo al procedimiento de contratación.
- j) Acta de aprobación del Comité (en caso de que aplique).
- k) Instrumento jurídico, generado por la DRMSGCD, por cada servicio solicitado.
- l) Formato Orden de Inserción, Transmisión, Publicación o Servicio (**Anexo 5**) enviada al proveedor adjudicado.
- m) Acuse de la Solicitud de Pago, con sus respectivos anexos
- n) Testigo del servicio.
- o) Plan de medios autorizad

[Handwritten signatures and initials in blue ink]

[Handwritten initials in blue ink]

**PARA LA DIFUSIÓN DE LOS MENSAJES EN MEDIOS
DE COMUNICACIÓN MEDIANTE ÓRDENES DE
INSERCIÓN, TRANSMISIÓN, PUBLICACIÓN O DE
SERVICIO**

FECHA DE ELABORACIÓN

No. DE PÁGINA

MES

AÑO

12

2025

14

DESCRIPCIÓN NARRATIVA

**PROCEDIMIENTO: PARA LA DIFUSIÓN DE LOS MENSAJES EN MEDIOS DE COMUNICACIÓN MEDIANTE ÓRDENES
DE INSERCIÓN, TRANSMISIÓN, PUBLICACIÓN O DE SERVICIO**

RESPONSABLE	ACTIVIDAD	DOCUMENTOS INVOLUCRADOS
DGEF	<p><u>PARA LA EROGACIÓN DE LA PARTIDA 36101 CAMPAÑAS DE COMUNICACIÓN SOCIAL</u></p> <p><u>INICIA EN LA ACTIVIDAD NO. 16.</u></p> <p><u>PARA LA EROGACIÓN DE LA PARTIDA 33605 PUBLICACIÓN DE LAS COMISIONES VIGENTES</u></p> <p>1. EMITE Y ENVÍA MEMORÁNDUM O CORREO ELECTRÓNICO A LA DPF, SOLICITANDO EL PRESUPUESTO AUTORIZADO A LA PARTIDA 33605.</p> <p>TIEMPO: 1 DÍA HÁBIL.</p> <p>2. RECIBE DE LA DPF POR MEMORÁNDUM O CORREO ELECTRÓNICO, EL PRESUPUESTO AUTORIZADO A LA PARTIDA 33605. ENTREGA A LA SPEF PARA ELABORACIÓN DEL PLAN DE MEDIOS CORRESPONDIENTE.</p> <p>TIEMPO: 2 DÍAS HÁBILES.</p>	<p><input type="checkbox"/> MEMORÁNDUM O CORREO ELECTRÓNICO</p> <p><input type="checkbox"/> MEMORÁNDUM O CORREO ELECTRÓNICO</p>

M

MS

X

+

**PARA LA DIFUSIÓN DE LOS MENSAJES EN MEDIOS
DE COMUNICACIÓN MEDIANTE ÓRDENES DE
INSERCIÓN, TRANSMISIÓN, PUBLICACIÓN O DE
SERVICIO**

FECHA DE ELABORACIÓN		No. DE PÁGINA
MES	AÑO	
12	2025	15

DESCRIPCIÓN NARRATIVA

PROCEDIMIENTO: PARA LA DIFUSIÓN DE LOS MENSAJES EN MEDIOS DE COMUNICACIÓN MEDIANTE ÓRDENES DE INSERCIÓN, TRANSMISIÓN, PUBLICACIÓN O DE SERVICIO

RESPONSABLE	ACTIVIDAD	DOCUMENTOS INVOLUCRADOS
SPEF	<p>3. ELABORA EL PLAN DE MEDIOS, CON BASE EN LA INFORMACIÓN RECIBIDA, ACATANDO EL ACUERDO, EL PRESUPUESTO AUTORIZADO Y LAS TARIFAS REGISTRADAS ANTE LA SHCP. LO PRESENTA A LA DGEF PARA SU VALIDACIÓN</p> <p>TIEMPO: 10 DÍAS HÁBILES.</p>	
DPDCF	<p>4. ENVÍA POR CORREO ELECTRÓNICO A LA DPDCF, LAS FECHAS EN QUE SE DEBERÁ ENTREGAR CADA MENSAJE A DIFUNDIR.</p> <p>TIEMPO: 1 DÍA HÁBIL.</p>	
DPDCF	<p>5. RECIBE Y ENVÍA A LA DGEF POR CORREO ELECTRÓNICO, EL MENSAJE A DIFUNDIR, PARA LA VALIDACIÓN DEL PRESIDENTE DE LA CONDUSEF.</p> <p>TIEMPO: INDEFINIDO.</p>	
DGEF	<p>6. RECIBE Y PRESENTA AL PRESIDENTE LA(S) PROPUESTA(S) DEL MENSAJE A DIFUNDIR, PARA SU VALIDACIÓN.</p> <p>TIEMPO: INDEFINIDO.</p>	

Handwritten marks: a plus sign and a stylized 'M'.

Handwritten signatures and initials in blue ink.

**PARA LA DIFUSIÓN DE LOS MENSAJES EN MEDIOS
DE COMUNICACIÓN MEDIANTE ÓRDENES DE
INSERCIÓN, TRANSMISIÓN, PUBLICACIÓN O DE
SERVICIO**

FECHA DE ELABORACIÓN		No. DE PÁGINA
MES	AÑO	16
12	2025	

DESCRIPCIÓN NARRATIVA

PROCEDIMIENTO: PARA LA DIFUSIÓN DE LOS MENSAJES EN MEDIOS DE COMUNICACIÓN MEDIANTE ÓRDENES DE INSERCIÓN, TRANSMISIÓN, PUBLICACIÓN O DE SERVICIO

RESPONSABLE	ACTIVIDAD	DOCUMENTOS INVOLUCRADOS
DGEF	7. INFORMA A LA SPEF EL MENSAJE A DIFUNDIR VALIDADO, PARA QUE SE CONTINUEN CON LOS TRÁMITES CORRESPONDIENTES. TIEMPO: INDEFINIDO.	<input type="checkbox"/> MENSAJE A DIFUNDIR
SPEF	8. ELABORA EL DISEÑO DEL MATERIAL A DIFUNDIR Y LO ENVÍA POR CORREO ELECTRÓNICO A LA UNIDAD DE COMUNICACIÓN SOCIAL DE LA SHCP PARA LA VALIDACIÓN CORRESPONDIENTE. TIEMPO: 5 DÍAS HÁBILES. ¿AUTORIZA LA SHCP? NO CONTINÚA EN LA ACTIVIDAD No. 9. SÍ CONTINÚA EN LA ACTIVIDAD No. 10.	<input type="checkbox"/> MATERIAL A DIFUNDIR
SPEF	9. RECIBE LAS OBSERVACIONES POR CORREO ELECTRÓNICO Y REALIZA LA CORRECCIÓN DEL MATERIAL A DIFUNDIR. TIEMPO: 5 DÍAS HÁBILES. REGRESA A LA ACTIVIDAD No. 8.	

M
S.F.
X
X

PARA LA DIFUSIÓN DE LOS MENSAJES EN MEDIOS DE COMUNICACIÓN MEDIANTE ÓRDENES DE INSERCIÓN, TRANSMISIÓN, PUBLICACIÓN O DE SERVICIO

FECHA DE ELABORACIÓN

No. DE PÁGINA

MES

AÑO

12

2025

17

DESCRIPCIÓN NARRATIVA

PROCEDIMIENTO: PARA LA DIFUSIÓN DE LOS MENSAJES EN MEDIOS DE COMUNICACIÓN MEDIANTE ÓRDENES DE INSERCIÓN, TRANSMISIÓN, PUBLICACIÓN O DE SERVICIO

RESPONSABLE	ACTIVIDAD	DOCUMENTOS INVOLUCRADOS
SPEF	<p>10. RECIBE POR CORREO ELECTRÓNICO LA VALIDACIÓN DEL MATERIAL A DIFUNDIR.</p> <p>TIEMPO: INDEFINIDO.</p> <p>11. ELABORA OFICIO Y FORMATO DE EROGACIÓN PARA LA PARTIDA 33605 (ANEXO 4) POR CADA MATERIAL A DIFUNDIR. ENVÍA A LA UNIDAD DE COMUNICACIÓN SOCIAL DE LA SHCP PARA LOS TRÁMITES CONDUCENTES. ARCHIVA EL ACUSE EN LA CARPETA CORRESPONDIENTE.</p> <p>TIEMPO: 2 DÍAS HÁBILES.</p> <p>12. RECIBE OFICIO DE REGISTRO DEL GASTO DE LA PARTIDA 33605, POR PARTE DE LA DGNC. ARCHIVA EN LA CARPETA CORRESPONDIENTE.</p> <p>TIEMPO: INDEFINIDO.</p>	<p><input type="checkbox"/> OFICIO</p> <p><input type="checkbox"/> FORMATO DE EROGACIÓN PARA LA PARTIDA 33605 (ANEXO 4)</p> <p><input type="checkbox"/> MATERIAL A DIFUNDIR</p> <p><input type="checkbox"/> OFICIO DE REGISTRO DE LA DGNC</p>
SPEF	<p>13. ELABORA POR CADA SERVICIO, LA DOCUMENTACIÓN CONTRACTUAL REQUERIDA, CONFORME AL ACUERDO, AL PROCEDIMIENTO DE CONTRATACIÓN, Y A LAS DISPOSICIONES LEGALES APLICABLES.</p> <p>TIEMPO: 15 DÍAS HÁBILES.</p>	<p><input type="checkbox"/> DOCUMENTACIÓN DE CONTRATACIÓN</p>

f m

[Handwritten signatures and initials]

**PARA LA DIFUSIÓN DE LOS MENSAJES EN MEDIOS
DE COMUNICACIÓN MEDIANTE ÓRDENES DE
INSERCIÓN, TRANSMISIÓN, PUBLICACIÓN O DE
SERVICIO**

FECHA DE ELABORACIÓN

No. DE PÁGINA

MES

AÑO

12

2025

18

DESCRIPCIÓN NARRATIVA

**PROCEDIMIENTO: PARA LA DIFUSIÓN DE LOS MENSAJES EN MEDIOS DE COMUNICACIÓN MEDIANTE ÓRDENES
DE INSERCIÓN, TRANSMISIÓN, PUBLICACIÓN O DE SERVICIO**

RESPONSABLE	ACTIVIDAD	DOCUMENTOS INVOLUCRADOS
SPEF	<p>14. ENTREGA A LA DRMSGCD LA DOCUMENTACIÓN ORIGINAL DE CONTRATACIÓN. ARCHIVA EL ACUSE EN LA CARPETA CORRESPONDIENTE.</p> <p>TIEMPO: 1 DÍA HÁBIL.</p> <p>15. OBTIENE EL INSTRUMENTO JURÍDICO DE CADA SERVICIO SOLICITADO Y ARCHIVA EN LA CARPETA CORRESPONDIENTE.</p> <p>TIEMPO: INDEFINIDO.</p> <p>CONTINÚA EN LA ACTIVIDAD No. 34.</p> <p><u>EROGACIÓN DE LA PARTIDA 36101 CAMPAÑAS DE COMUNICACIÓN SOCIAL</u></p>	<p><input type="checkbox"/> COPIA DE LA DOCUMENTACIÓN DE CONTRATACIÓN</p> <p><input type="checkbox"/> INSTRUMENTO JURÍDICO</p>
DGEF	<p>16. RECIBE DE LA SECRETARÍA DE LA JUNTA DE GOBIERNO, EL ACUERDO DE AUTORIZACIÓN PARA EL PRESUPUESTO DE COMUNICACIÓN SOCIAL, EMITIDO POR SUS MIEMBROS.</p> <p>TIEMPO: INDEFINIDO.</p>	<p><input type="checkbox"/> OFICIO DE AUTORIZACIÓN DE LA JUNTA DE GOBIERNO</p>

M
h
de. S
+
Y

**PARA LA DIFUSIÓN DE LOS MENSAJES EN MEDIOS
DE COMUNICACIÓN MEDIANTE ÓRDENES DE
INSERCIÓN, TRANSMISIÓN, PUBLICACIÓN O DE
SERVICIO**

FECHA DE ELABORACIÓN

No. DE PÁGINA

MES

AÑO

12

2025

19

DESCRIPCIÓN NARRATIVA

PROCEDIMIENTO: PARA LA DIFUSIÓN DE LOS MENSAJES EN MEDIOS DE COMUNICACIÓN MEDIANTE ÓRDENES DE INSERCIÓN, TRANSMISIÓN, PUBLICACIÓN O DE SERVICIO

RESPONSABLE	ACTIVIDAD	DOCUMENTOS INVOLUCRADOS
	<p>17. EMITE Y ENVÍA MEMORÁNDUM O CORREO ELECTRÓNICO A LA DPF, SOLICITANDO EL PRESUPUESTO AUTORIZADO A LA PARTIDA 36101.</p> <p>TIEMPO: 2 DÍAS HÁBILES.</p>	<p><input type="checkbox"/> MEMORÁNDUM O CORREO ELECTRÓNICO</p>
DGEF	<p>18. RECIBE DE LA DPF POR CORREO ELECTRÓNICO O MEMORANDO, EL PRESUPUESTO AUTORIZADO PARA LA PARTIDA 36101. ENTREGA A LA SPEF PARA LOS PROCESOS CORRESPONDIENTES.</p> <p>TIEMPO: 2 DÍAS HÁBILES.</p>	<p><input type="checkbox"/> MEMORÁNDUM O CORREO ELECTRÓNICO</p>
SPEF	<p>19. ELABORA CON BASE EN LA INFORMACIÓN, LA ESTRATEGIA (ANEXO 1) Y PROGRAMA (ANEXO 2) ANUAL DE COMUNICACIÓN SOCIAL, ASÍ COMO, EL PLAN DE MEDIOS DE CADA CAMPAÑA, CONFORME AL ACUERDO Y AL PRESUPUESTO AUTORIZADO. LO PRESENTA A LA DGEF PARA SU VALIDACIÓN.</p> <p>TIEMPO: 10 DÍAS HÁBILES.</p>	<p><input type="checkbox"/> ESTRATEGIA (ANEXO 1)</p> <p><input type="checkbox"/> PROGRAMA (ANEXO 2)</p>

+ M

Handwritten signatures and initials in blue ink.

**PARA LA DIFUSIÓN DE LOS MENSAJES EN MEDIOS
DE COMUNICACIÓN MEDIANTE ÓRDENES DE
INSERCIÓN, TRANSMISIÓN, PUBLICACIÓN O DE
SERVICIO**

FECHA DE ELABORACIÓN		No. DE PÁGINA
MES	AÑO	
12	2025	20

DESCRIPCIÓN NARRATIVA

PROCEDIMIENTO: PARA LA DIFUSIÓN DE LOS MENSAJES EN MEDIOS DE COMUNICACIÓN MEDIANTE ÓRDENES DE INSERCIÓN, TRANSMISIÓN, PUBLICACIÓN O DE SERVICIO

RESPONSABLE	ACTIVIDAD	DOCUMENTOS INVOLUCRADOS
SPEF	<p>20. ENVÍA A LA UNIDAD DE COMUNICACIÓN SOCIAL DE LA SHCP MEDIANTE OFICIO Y A TRAVÉS DEL SINC, LA ESTRATEGIA (ANEXO 1) Y PROGRAMA ANUAL DE COMUNICACIÓN SOCIAL (ANEXO 2), PARA LOS TRÁMITES CONCERNIENTES. ARCHIVA ACUSE EN LA CARPETA CORRESPONDIENTE.</p> <p>TIEMPO: 5 DÍAS HÁBILES.</p>	<p><input type="checkbox"/> ESTRATEGIA (ANEXO 1)</p> <p><input type="checkbox"/> PROGRAMA (ANEXO 2)</p>
	<p>21. RECIBE OFICIO DE AUTORIZACIÓN A LA ESTRATEGIA Y PROGRAMA ANUAL DE COMUNICACIÓN SOCIAL, POR PARTE DE LA DGNC. ARCHIVA ACUSE EN LA CARPETA CORRESPONDIENTE.</p> <p>TIEMPO: INDEFINIDO.</p>	<p><input type="checkbox"/> OFICIO DE AUTORIZACIÓN DE LA DGNC</p>
	<p>22. ELABORA LOS MATERIALES A DIFUNDIR POR CADA CAMPAÑA Y LOS PRESENTA A LA DGEF PARA VALIDACIÓN DEL PRESIDENTE DE LA CONDUSEF.</p> <p>TIEMPO: 10 DÍAS HÁBILES.</p>	<p><input type="checkbox"/> MATERIAL A DIFUNDIR</p>
DGEF	<p>23. PRESENTA AL PRESIDENTE DE LA CONDUSEF LA(S) PROPUESTA(S) DEL MATERIAL A DIFUNDIR, PARA SU VALIDACIÓN.</p> <p>TIEMPO: INDEFINIDO</p>	

M

R. H. S.

+

**PARA LA DIFUSIÓN DE LOS MENSAJES EN MEDIOS
DE COMUNICACIÓN MEDIANTE ÓRDENES DE
INSERCIÓN, TRANSMISIÓN, PUBLICACIÓN O DE
SERVICIO**

FECHA DE ELABORACIÓN

No. DE PÁGINA

MES

AÑO

12

2025

21

DESCRIPCIÓN NARRATIVA

PROCEDIMIENTO: PARA LA DIFUSIÓN DE LOS MENSAJES EN MEDIOS DE COMUNICACIÓN MEDIANTE ÓRDENES DE INSERCIÓN, TRANSMISIÓN, PUBLICACIÓN O DE SERVICIO

RESPONSABLE	ACTIVIDAD	DOCUMENTOS INVOLUCRADOS
SPEF	<p>24. INFORMA A LA SPEF EL MATERIAL A DIFUNDIR VALIDADO, PARA QUE SE CONTINUEN CON LOS TRÁMITES CORRESPONDIENTES</p> <p>TIEMPO: INDEFINIDO</p>	<p><input type="checkbox"/> MATERIAL A DIFUNDIR</p>
	<p>25. VALIDA LOS MATERIALES A DIFUNDIR, LA SPF LOS ENVÍA POR CORREO ELECTRÓNICO JUNTO CON LA HOJA MÍNIMA POR CADA CAMPAÑA, A LA UNIDAD DE COMUNICACIÓN SOCIAL DE LA SHCP, PARA VALIDACIÓN DE LA VOCERÍA.</p> <p>TIEMPO: 2 DÍAS HÁBILES.</p> <p>¿AUTORIZA VOCERÍA?</p> <p>NO</p> <p>CONTINÚA EN LA ACTIVIDAD No. 26.</p> <p>SÍ</p> <p>CONTINÚA EN LA ACTIVIDAD No. 27.</p>	<p><input type="checkbox"/> MATERIAL A DIFUNDIR</p> <p><input type="checkbox"/> HOJA MÍNIMA DE CAMPAÑA</p>

Handwritten marks: a plus sign and the letters 'LM'

Handwritten signature and initials

**PARA LA DIFUSIÓN DE LOS MENSAJES EN MEDIOS
DE COMUNICACIÓN MEDIANTE ÓRDENES DE
INSERCIÓN, TRANSMISIÓN, PUBLICACIÓN O DE
SERVICIO**

FECHA DE ELABORACIÓN

No. DE PÁGINA

MES

AÑO

12

2025

22

DESCRIPCIÓN NARRATIVA

PROCEDIMIENTO: PARA LA DIFUSIÓN DE LOS MENSAJES EN MEDIOS DE COMUNICACIÓN MEDIANTE ÓRDENES DE INSERCIÓN, TRANSMISIÓN, PUBLICACIÓN O DE SERVICIO

RESPONSABLE	ACTIVIDAD	DOCUMENTOS INVOLUCRADOS
SPEF	<p>26. RECIBE POR CORREO ELECTRÓNICO LAS OBSERVACIONES. REALIZA LA CORRECCIÓN DEL MATERIAL A DIFUNDIR, Y EN SU CASO, CORRIGE LA HOJA MÍNIMA.</p> <p>TIEMPO: 5 DÍAS HÁBILES.</p> <p>REGRESA A LA ACTIVIDAD No. 25</p>	
SPEF	<p>27. RECIBE POR CORREO ELECTRÓNICO LA VALIDACIÓN DEL MATERIAL A DIFUNDIR POR CADA CAMPAÑA.</p> <p>TIEMPO: INDEFINIDO.</p> <p>28. ENVÍA A LA UNIDAD DE COMUNICACIÓN SOCIAL DE LA SHCP, OFICIO DE SOLICITUD DE TIEMPOS OFICIALES EN RADIO Y/O TELEVISIÓN, PARA LOS TRÁMITES CORRESPONDIENTES ANTE RTC, CONFORME LO ESTIPULADO EN EL ACUERDO.</p> <p>TIEMPO: INDEFINIDO.</p> <p>29. ELABORA, POR CADA CAMPAÑA, OFICIO Y FORMATO DE PRESENTACIÓN DE CAMPAÑAS (ANEXO 3), ANEXA EL</p>	<p><input type="checkbox"/> CORREO ELECTRÓNICO DE VALIDACIÓN DE MATERIAL(ES)</p> <p><input type="checkbox"/> OFICIO DE SOLICITUD DE TIEMPOS OFICIALES</p> <p><input type="checkbox"/> OFICIO</p> <p><input type="checkbox"/> FORMATO DE PRESENTACIÓN DE CAMPAÑAS (ANEXO 3)</p>

Handwritten signatures and initials in blue ink.

PARA LA DIFUSIÓN DE LOS MENSAJES EN MEDIOS DE COMUNICACIÓN MEDIANTE ÓRDENES DE INSERCIÓN, TRANSMISIÓN, PUBLICACIÓN O DE SERVICIO

FECHA DE ELABORACIÓN

No. DE PÁGINA

MES

AÑO

12

2025

23

DESCRIPCIÓN NARRATIVA

PROCEDIMIENTO: PARA LA DIFUSIÓN DE LOS MENSAJES EN MEDIOS DE COMUNICACIÓN MEDIANTE ÓRDENES DE INSERCIÓN, TRANSMISIÓN, PUBLICACIÓN O DE SERVICIO

RESPONSABLE	ACTIVIDAD	DOCUMENTOS INVOLUCRADOS
SPEF	<p>MATERIAL A DIFUNDIR Y CORREO ELECTRÓNICO DE VALIDACIÓN. LOS ENVÍA A LA UNIDAD DE COMUNICACIÓN SOCIAL DE LA SHCP PARA LOS TRÁMITES CORRESPONDIENTES</p> <p>TIEMPO: 2 DÍAS HÁBILES.</p> <p>30. RECIBE, DE CADA CAMPAÑA, OFICIO CON CLAVE ASIGNADA DE AUTORIZACIÓN DE LA DGNC, ARCHIVA EN LA CARPETA CORRESPONDIENTE.</p> <p>TIEMPO: INDEFINIDO.</p> <p>31. ELABORA POR CADA SERVICIO, LA DOCUMENTACIÓN CONTRACTUAL REQUERIDA, CONFORME AL ACUERDO, AL PROCEDIMIENTO DE CONTRATACIÓN, Y A LAS DISPOSICIONES LEGALES APLICABLES.</p>	<p><input type="checkbox"/> MATERIAL A DIFUNDIR</p> <p><input type="checkbox"/> OFICIO CON CLAVE ASIGNADA DE LA DGNC</p> <p><input type="checkbox"/> DOCUMENTACIÓN DE CONTRATACIÓN</p>
SPEF	<p>TIEMPO: 15 DÍAS HÁBILES.</p> <p>32. ENTREGA A LA DRMSGCD LA DOCUMENTACIÓN ORIGINAL DE CONTRATACIÓN. ARCHIVA EL ACUSE EN LA CARPETA CORRESPONDIENTE</p> <p>TIEMPO: 1 DÍA HÁBIL.</p>	<p><input type="checkbox"/> COPIA DE LA DOCUMENTACIÓN DE CONTRATACIÓN</p>

✂ M

Handwritten signature and initials in blue ink.

**PARA LA DIFUSIÓN DE LOS MENSAJES EN MEDIOS
DE COMUNICACIÓN MEDIANTE ÓRDENES DE
INSERCIÓN, TRANSMISIÓN, PUBLICACIÓN O DE
SERVICIO**

FECHA DE ELABORACIÓN		No. DE PÁGINA
MES	AÑO	
12	2025	

24

DESCRIPCIÓN NARRATIVA

PROCEDIMIENTO: PARA LA DIFUSIÓN DE LOS MENSAJES EN MEDIOS DE COMUNICACIÓN MEDIANTE ÓRDENES DE INSERCIÓN, TRANSMISIÓN, PUBLICACIÓN O DE SERVICIO

RESPONSABLE	ACTIVIDAD	DOCUMENTOS INVOLUCRADOS
SPEF	<p>33. OBTIENE EL INSTRUMENTO JURÍDICO DE CADA SERVICIO SOLICITADO Y ARCHIVA EN LA CARPETA CORRESPONDIENTE</p> <p>TIEMPO: INDEFINIDO.</p> <p style="text-align: center;">PREVIO AL SERVICIO</p>	<p><input type="checkbox"/> INSTRUMENTO JURÍDICO</p>
	<p>34. ELABORA Y ENVÍA POR CORREO ELECTRÓNICO AL PROVEEDOR ADJUDICADO, EL FORMATO DE ORDEN DE INSERCIÓN, TRANSMISIÓN, PUBLICACIÓN O SERVICIO (ANEXO 5) QUE CORRESPONDA.</p> <p>TIEMPO: 5 DÍAS HÁBILES.</p> <p style="text-align: center;"><u>UNA VEZ REALIZADO EL SERVICIO</u></p>	<p><input type="checkbox"/> FORMATO DE ORDEN DE INSERCIÓN, TRANSMISIÓN, PUBLICACIÓN O SERVICIO (ANEXO 5)</p>
	<p>35. RECIBE DEL PROVEEDOR FACTURA, Y TESTIGO. VERIFICA QUE EL SERVICIO SE HAYA REALIZADO DE ACUERDO A LO ESTIPULADO, ASÍ COMO LOS DATOS DE LA FACTURA.</p> <p>TIEMPO: INDEFINIDO.</p>	<p><input type="checkbox"/> FACTURA</p> <p><input type="checkbox"/> TESTIGO</p>

M
H. S.
X
X

**PARA LA DIFUSIÓN DE LOS MENSAJES EN MEDIOS
DE COMUNICACIÓN MEDIANTE ÓRDENES DE
INSERCIÓN, TRANSMISIÓN, PUBLICACIÓN O DE
SERVICIO**

FECHA DE ELABORACIÓN

No. DE PÁGINA

MES

AÑO

12

2025

25

DESCRIPCIÓN NARRATIVA

**PROCEDIMIENTO: PARA LA DIFUSIÓN DE LOS MENSAJES EN MEDIOS DE COMUNICACIÓN MEDIANTE ÓRDENES
DE INSERCIÓN, TRANSMISIÓN, PUBLICACIÓN O DE SERVICIO**

RESPONSABLE	ACTIVIDAD	DOCUMENTOS INVOLUCRADOS
SPEF	<p>¿LA INFORMACIÓN PROPORCIONADA ES CORRECTA?</p> <p>NO</p> <p>CONTINÚA EN ACTIVIDAD NO. 36.</p> <p>SÍ</p> <p>CONTINÚA EN ACTIVIDAD NO. 37.</p> <p>36. DEVUELVE LA DOCUMENTACIÓN AL PROVEEDOR PARA LA ELABORACIÓN CORRECTA DE LOS MISMOS.</p> <p>TIEMPO: INDEFINIDO.</p> <p>CONTINÚA EN ACTIVIDAD No. 35.</p> <p>37. ELABORA SOLICITUD DE PAGO, CON LA FACTURA, LA DOCUMENTACIÓN QUE DETERMINE LA DPF Y EL TESTIGO. ENTREGA A LA DGEF PARA SU FIRMA DE VALIDACIÓN.</p> <p>TIEMPO: 3 DÍAS HÁBILES.</p>	<p><input type="checkbox"/> DOCUMENTACIÓN</p> <p><input type="checkbox"/> SOLICITUD DE PAGO Y ANEXOS ESTRATEGIA (ANEXO 1)</p> <p><input type="checkbox"/> TESTIGO</p>

Handwritten marks

Handwritten signature and initials

**PARA LA DIFUSIÓN DE LOS MENSAJES EN MEDIOS
DE COMUNICACIÓN MEDIANTE ÓRDENES DE
INSERCIÓN, TRANSMISIÓN, PUBLICACIÓN O DE
SERVICIO**

FECHA DE ELABORACIÓN

No. DE PÁGINA

MES

AÑO

12

2025

26

DESCRIPCIÓN NARRATIVA

**PROCEDIMIENTO: PARA LA DIFUSIÓN DE LOS MENSAJES EN MEDIOS DE COMUNICACIÓN MEDIANTE ÓRDENES
DE INSERCIÓN, TRANSMISIÓN, PUBLICACIÓN O DE SERVICIO**

RESPONSABLE	ACTIVIDAD	DOCUMENTOS INVOLUCRADOS
SPEF	<p style="text-align: center;">UNA VEZ VALIDADA POR LA DGEF</p> <p>38. ENTREGA LA SOLICITUD DE PAGO Y ANEXOS ORIGINALES A LA DPF. ARCHIVA ACUSE EN LA CARPETA CORRESPONDIENTE.</p> <p>TIEMPO: 1 DÍA HÁBIL.</p> <p style="text-align: center;">FIN DEL PROCEDIMIENTO</p>	<p><input type="checkbox"/> ACUSE DE LA SOLICITUD DE PAGO CON ANEXOS TESTIGO</p>

M

Handwritten signature and initials

PARA LA DIFUSIÓN DE LOS MENSAJES EN MEDIOS DE COMUNICACIÓN MEDIANTE ÓRDENES DE INSERCIÓN, TRANSMISIÓN, PUBLICACIÓN O DE SERVICIO.

FECHA DE ELABORACIÓN

No. DE PÁGINA

MES

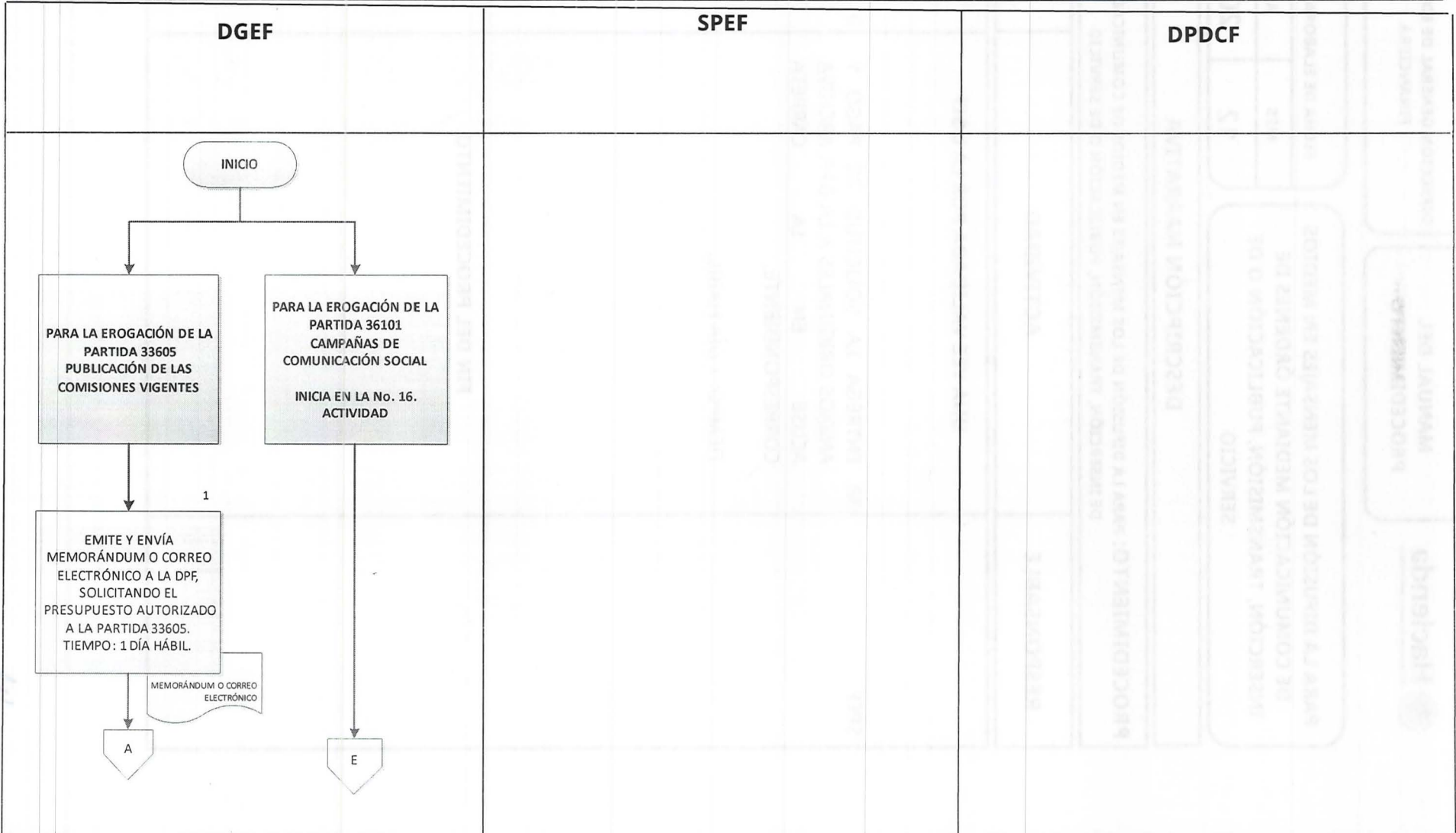
AÑO

11

2025

27

DIAGRAMA DE FLUJO



Handwritten signatures and initials in blue ink.

PARA LA DIFUSIÓN DE LOS MENSAJES EN MEDIOS DE COMUNICACIÓN MEDIANTE ÓRDENES DE INSERCIÓN, TRANSMISIÓN, PUBLICACIÓN O DE SERVICIO.

FECHA DE ELABORACIÓN

No. DE PÁGINA

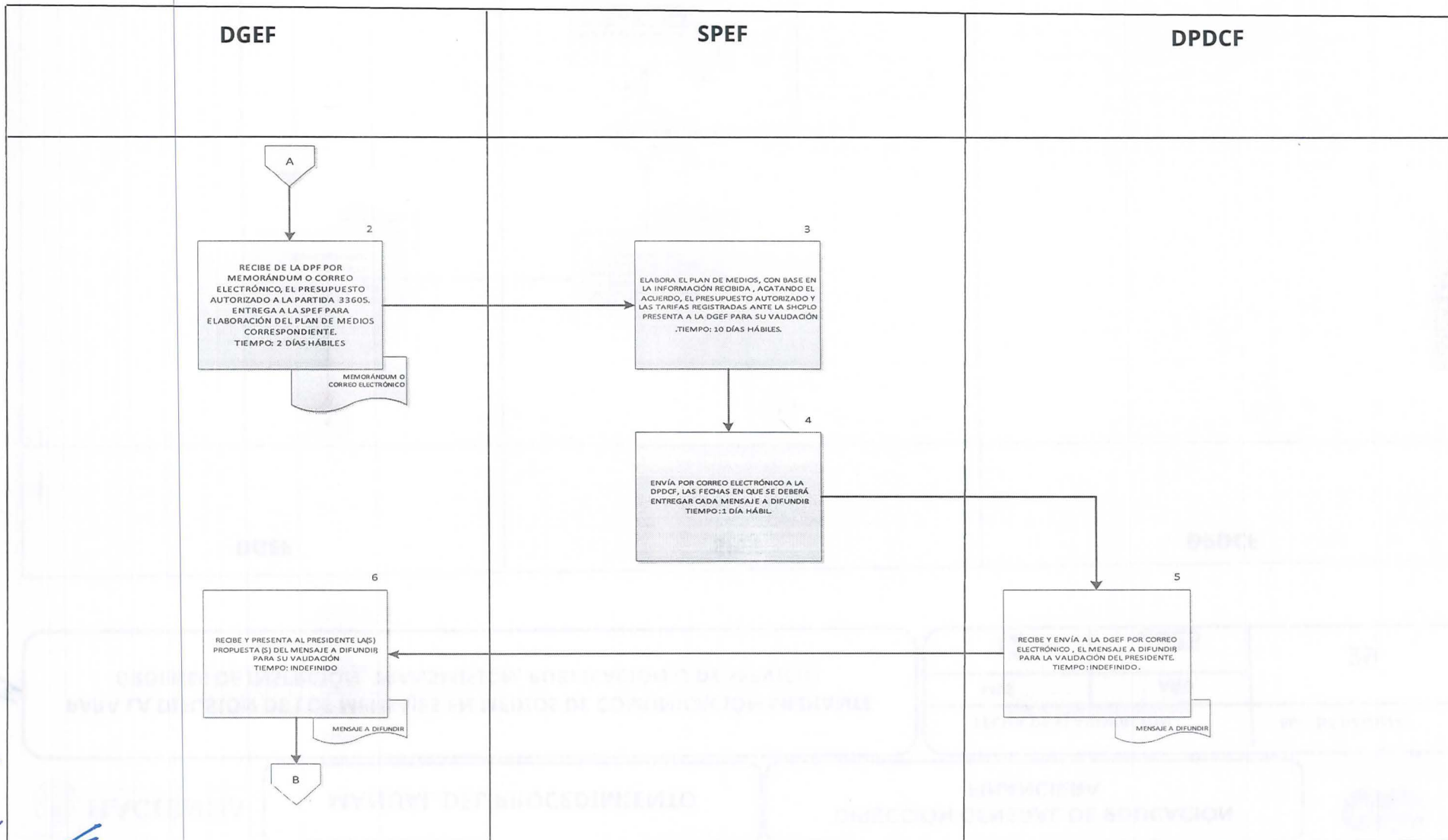
MES

AÑO

12

2025

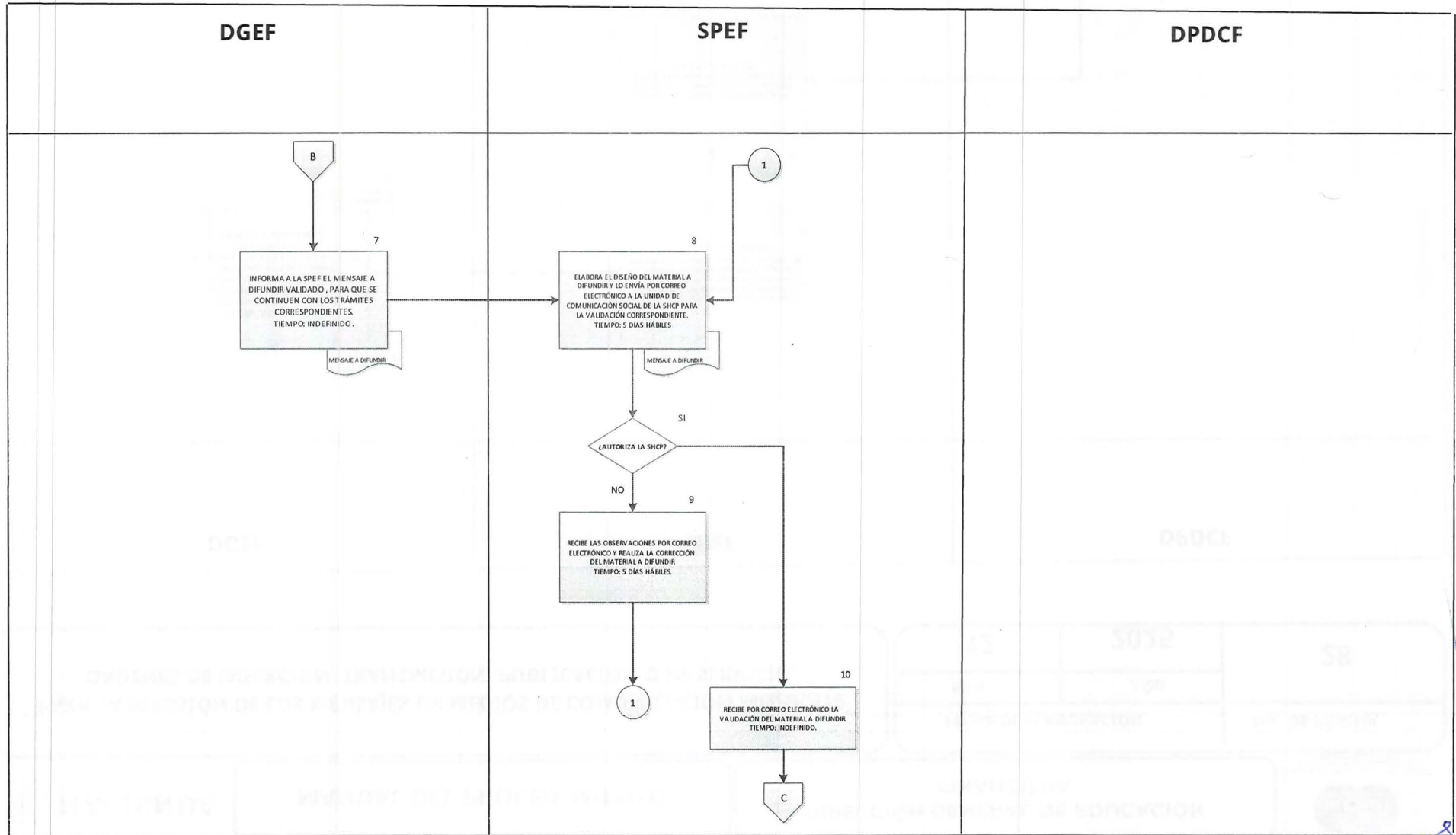
28



H. P. 99

PARA LA DIFUSIÓN DE LOS MENSAJES EN MEDIOS DE COMUNICACIÓN MEDIANTE ÓRDENES DE INSERCIÓN, TRANSMISIÓN, PUBLICACIÓN O DE SERVICIO.

FECHA DE ELABORACIÓN		No. DE PÁGINA
MES	AÑO	
12	2025	29



Handwritten signatures and initials in the bottom right corner.

PARA LA DIFUSIÓN DE LOS MENSAJES EN MEDIOS DE COMUNICACIÓN MEDIANTE ÓRDENES DE INSERCIÓN, TRANSMISIÓN, PUBLICACIÓN O DE SERVICIO.

FECHA DE ELABORACIÓN

No. DE PÁGINA

MES

AÑO

12

2025

30

DGEF

SPEF

DPDCF

C

11

ELABORA OFICIO Y FORMATO DE EROGACIÓN PARA LA PARTIDA 33605 (ANEXO 4) POR CADA MATERIAL A DIFUNDIR. ENVÍA A LA UNIDAD DE COMUNICACIÓN SOCIAL DE LA SHCP PARA LOS TRÁMITES CONDUCENTES. ARCHIVA EL ACUSE EN LA CARPETA CORRESPONDIENTE. TIEMPO: 2 DÍAS HÁBILES.

OFICIO

FORMATO DE EROGACIÓN PARA LA PARTIDA 33605 (ANEXO-4)

MATERIAL A DIFUNDIR

12

RECIBE OFICIO DE REGISTRO DEL GASTO DE LA PARTIDA 33605 POR PARTE DE LA DGNC. ARCHIVA EN LA CARPETA CORRESPONDIENTE. TIEMPO: INDEFINIDO.

OFICIO DE REGISTRO DE LA DGNC

13

ELABORA POR CADA SERVICIO, LA DOCUMENTACIÓN CONTRACTUAL REQUERIDA, CONFORME AL ACUERDO. AL PROCEDIMIENTO DE CONTRATACIÓN, Y A LAS DISPOSICIONES LEGALES APLICABLES. TIEMPO: 15 DÍAS HÁBILES..

DOCUMENTACIÓN DE CONTRATACIÓN

D

[Handwritten signature]

PARA LA DIFUSIÓN DE LOS MENSAJES EN MEDIOS DE COMUNICACIÓN MEDIANTE ÓRDENES DE INSERCIÓN, TRANSMISIÓN, PUBLICACIÓN O DE SERVICIO.

FECHA DE ELABORACIÓN

No. DE PÁGINA

MES

AÑO

12

2025

31

DGEF

SPEF

DPDCF



[Handwritten signature]

[Handwritten initials]

PARA LA DIFUSIÓN DE LOS MENSAJES EN MEDIOS DE COMUNICACIÓN MEDIANTE ÓRDENES DE INSERCIÓN, TRANSMISIÓN, PUBLICACIÓN O DE SERVICIO.

FECHA DE ELABORACIÓN

No. DE PÁGINA

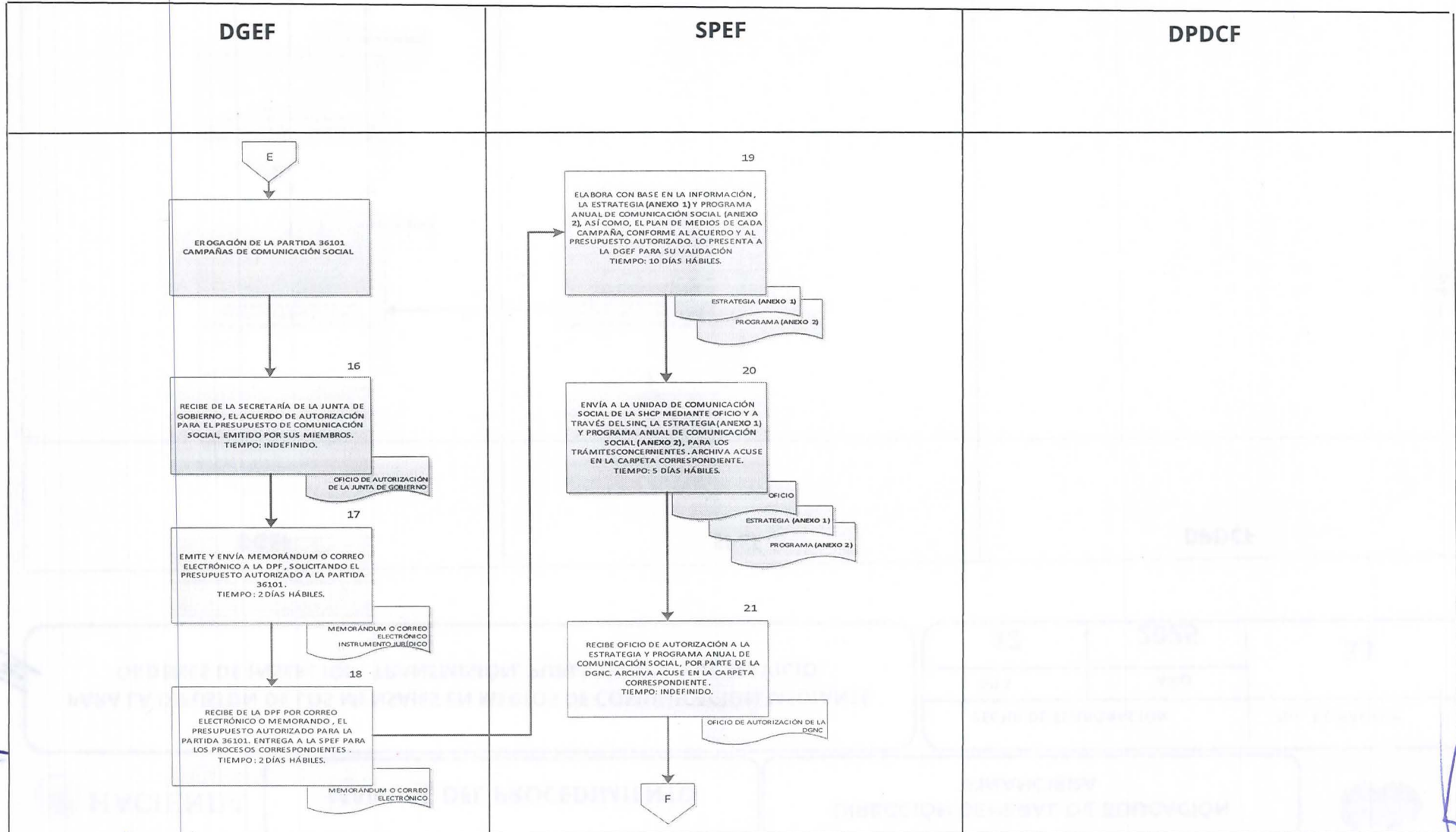
MES

AÑO

12

2025

32



[Handwritten signature]

PARA LA DIFUSIÓN DE LOS MENSAJES EN MEDIOS DE COMUNICACIÓN MEDIANTE ÓRDENES DE INSERCIÓN, TRANSMISIÓN, PUBLICACIÓN O DE SERVICIO.

FECHA DE ELABORACIÓN

No. DE PÁGINA

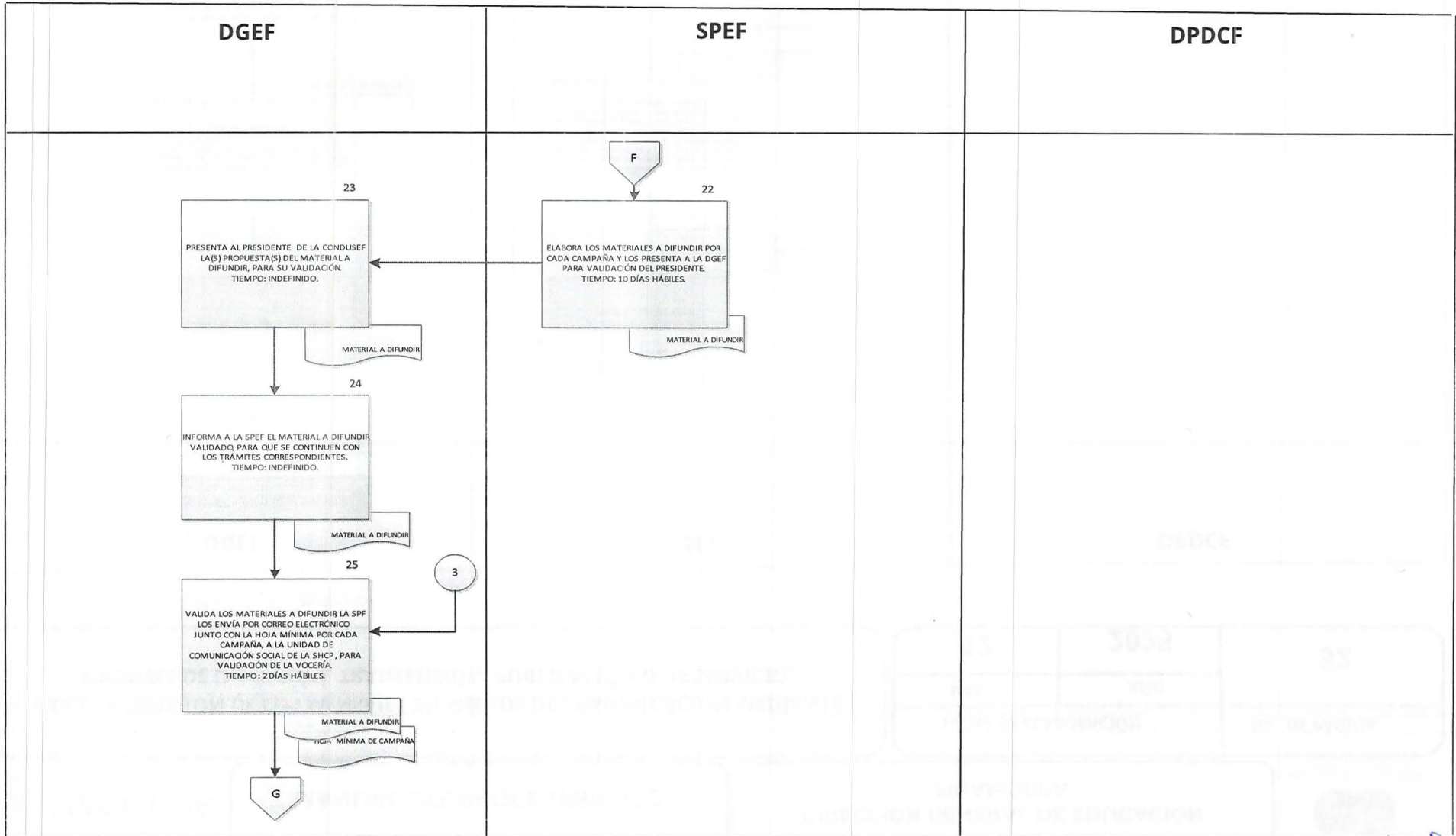
MES

AÑO

12

2025

33



[Handwritten signature]

[Handwritten initials]

PARA LA DIFUSIÓN DE LOS MENSAJES EN MEDIOS DE COMUNICACIÓN MEDIANTE ÓRDENES DE INSERCIÓN, TRANSMISIÓN, PUBLICACIÓN O DE SERVICIO.

FECHA DE ELABORACIÓN

No. DE PÁGINA

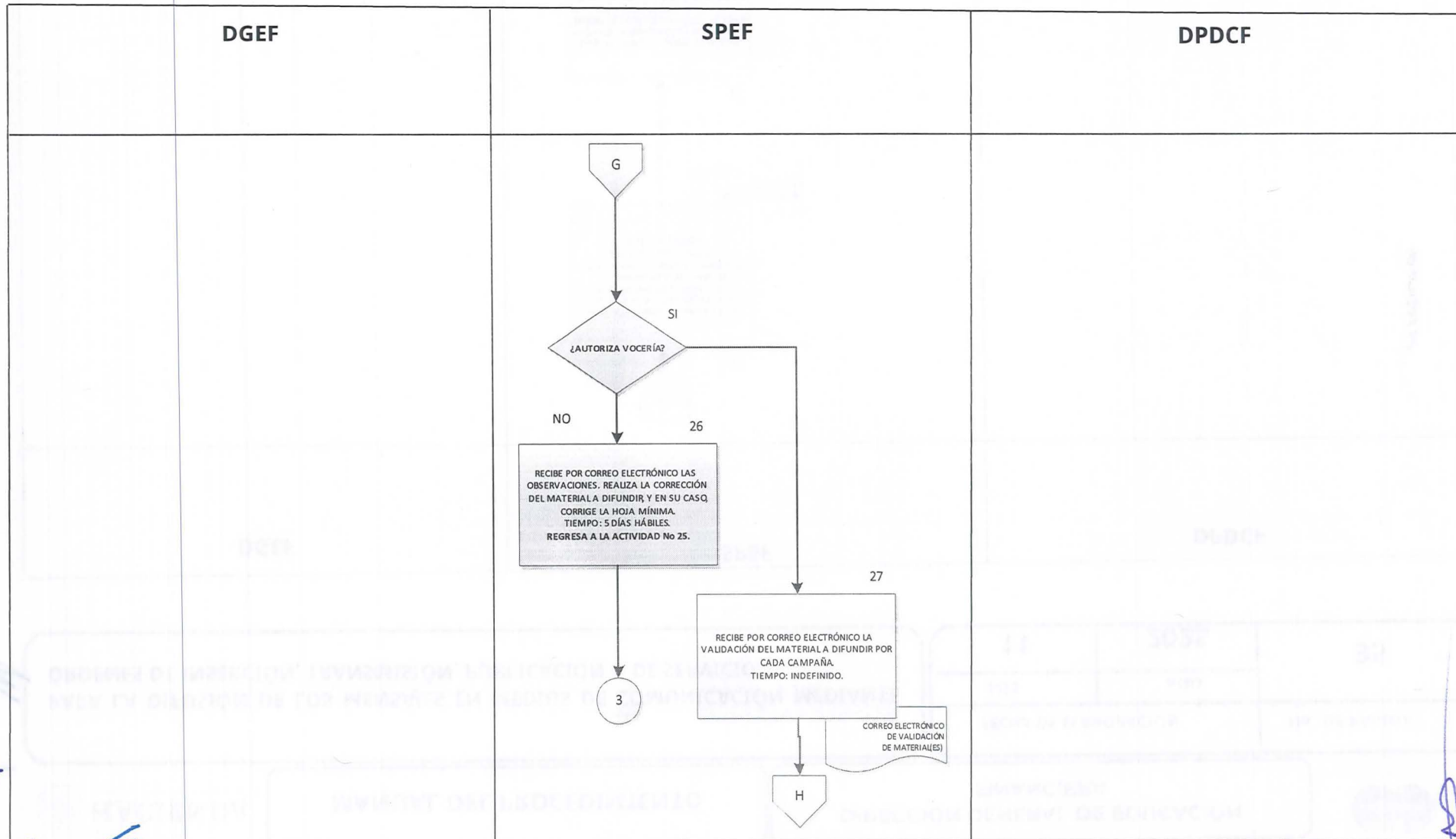
MES

AÑO

12

2025

34



Handwritten signature or initials in blue ink.

PARA LA DIFUSIÓN DE LOS MENSAJES EN MEDIOS DE COMUNICACIÓN MEDIANTE ÓRDENES DE INSERCIÓN, TRANSMISIÓN, PUBLICACIÓN O DE SERVICIO.

FECHA DE ELABORACIÓN

No. DE PÁGINA

MES

AÑO

11

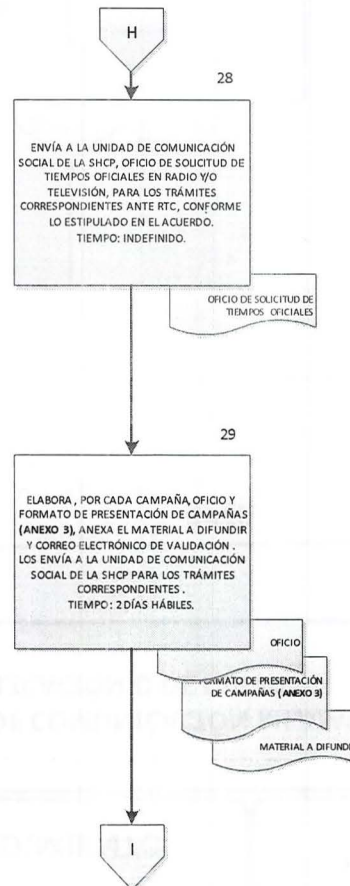
2025

35

DGEF

SPEF

DPDCF

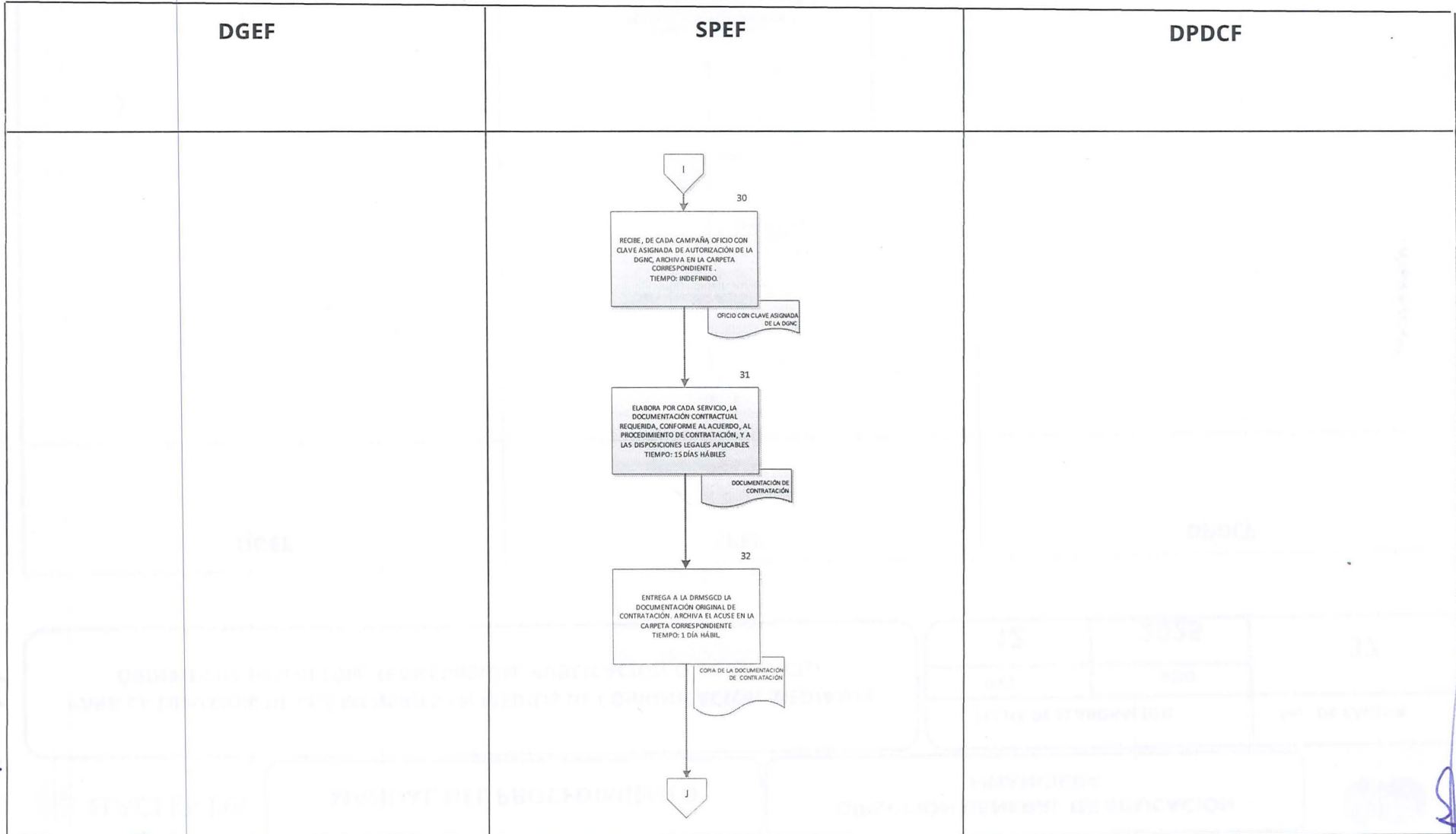


Handwritten signature and initials on the right margin.

Handwritten 'X' and '9' at the bottom right corner.

PARA LA DIFUSIÓN DE LOS MENSAJES EN MEDIOS DE COMUNICACIÓN MEDIANTE ÓRDENES DE INSERCIÓN, TRANSMISIÓN, PUBLICACIÓN O DE SERVICIO.

FECHA DE ELABORACIÓN		No. DE PÁGINA
MES	AÑO	
12	2025	36

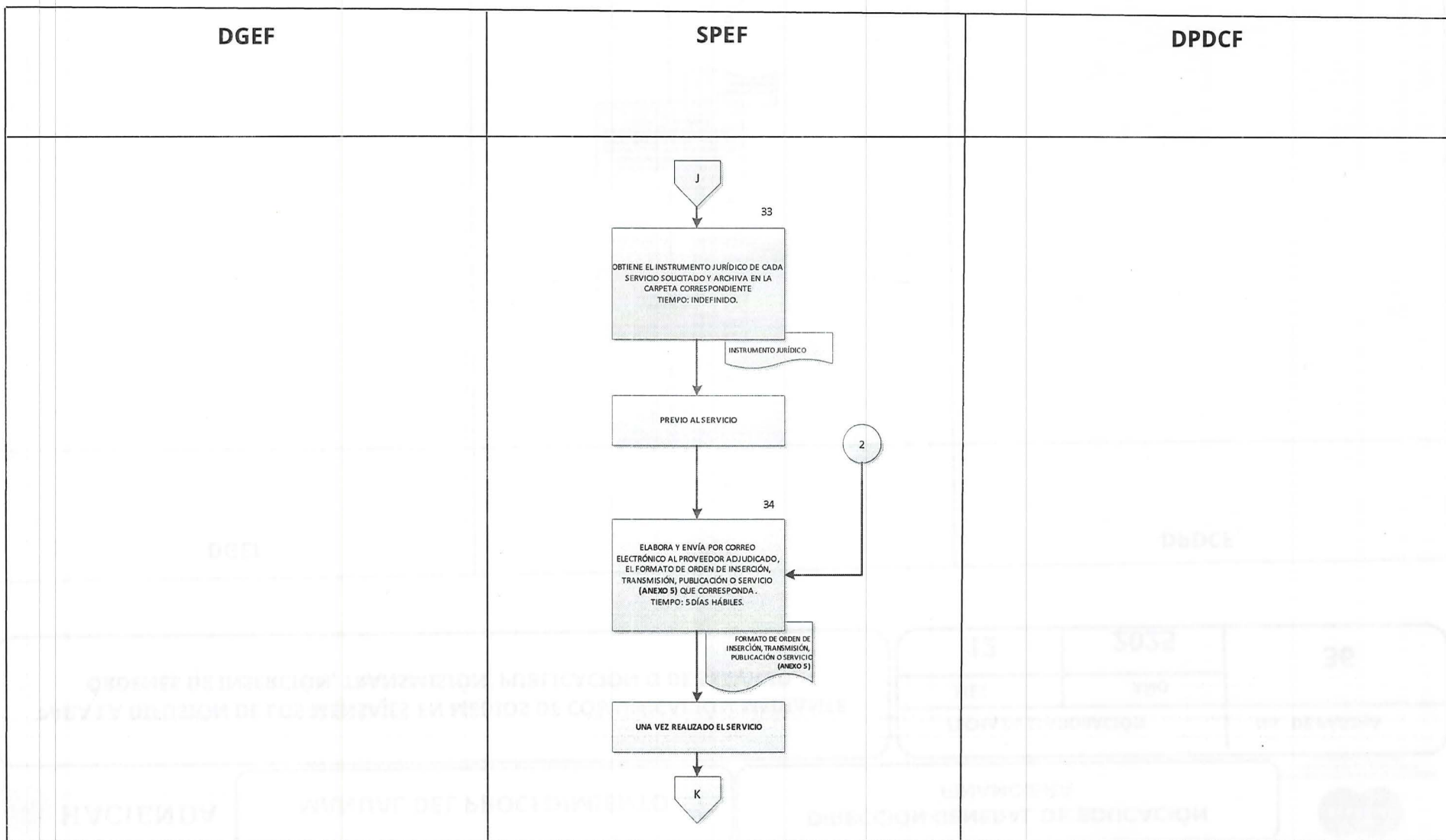


Handwritten marks and signatures in the bottom left corner.

Handwritten marks and signatures in the bottom right corner.

PARA LA DIFUSIÓN DE LOS MENSAJES EN MEDIOS DE COMUNICACIÓN MEDIANTE ÓRDENES DE INSERCIÓN, TRANSMISIÓN, PUBLICACIÓN O DE SERVICIO.

FECHA DE ELABORACIÓN		No. DE PÁGINA
MES	AÑO	
12	2025	37



Handwritten signature and initials in blue ink.

PARA LA DIFUSIÓN DE LOS MENSAJES EN MEDIOS DE COMUNICACIÓN MEDIANTE ÓRDENES DE INSERCIÓN, TRANSMISIÓN, PUBLICACIÓN O DE SERVICIO.

FECHA DE ELABORACIÓN

No. DE PÁGINA

MES

AÑO

12

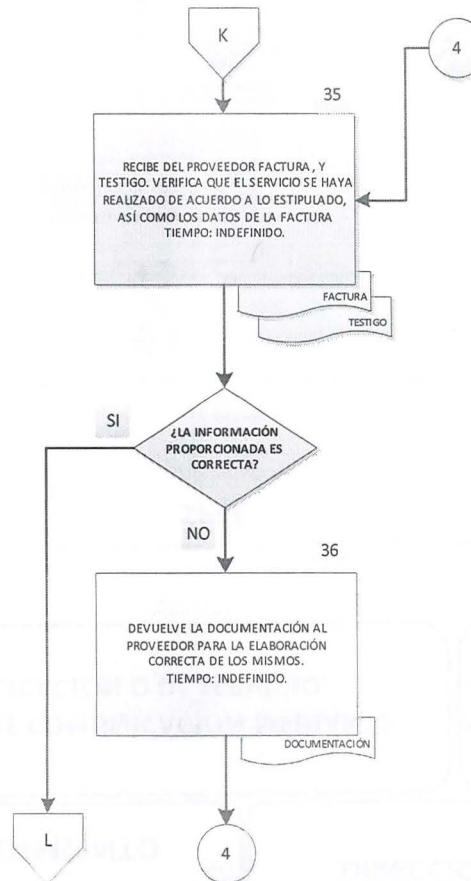
2025

38

DGEF

SPEF

DPDCF



[Handwritten signature]

PARA LA DIFUSIÓN DE LOS MENSAJES EN MEDIOS DE COMUNICACIÓN MEDIANTE ÓRDENES DE INSERCIÓN, TRANSMISIÓN, PUBLICACIÓN O DE SERVICIO.

FECHA DE ELABORACIÓN

No. DE PÁGINA

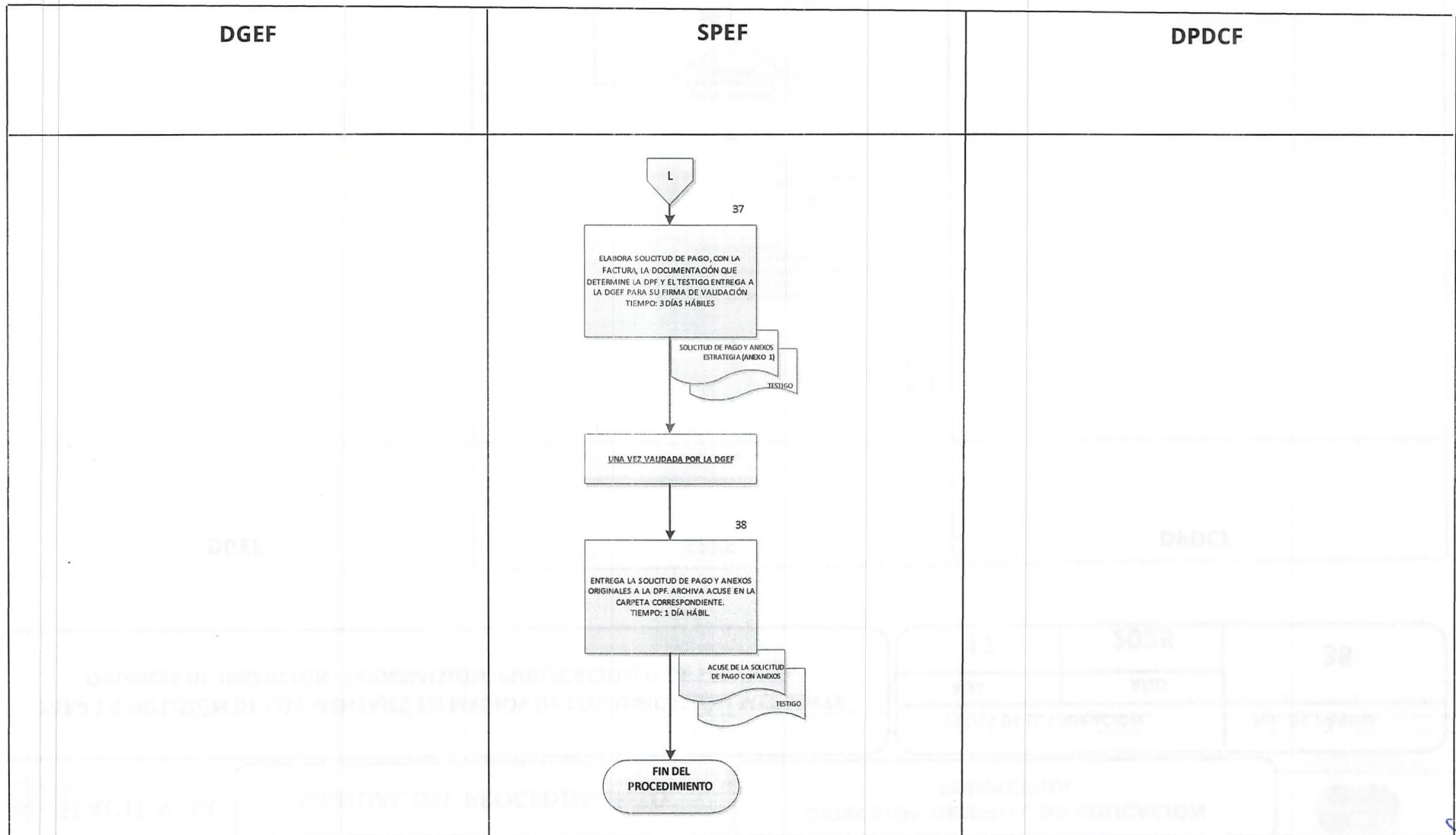
MES

AÑO

12

2025

39



Handwritten signature and initials in blue ink.

**PARA LA DIFUSIÓN DE LOS MENSAJES EN MEDIOS
DE COMUNICACIÓN MEDIANTE ÓRDENES DE
INSERCIÓN, TRANSMISIÓN, PUBLICACIÓN O DE
SERVICIO**

FECHA DE ELABORACIÓN		No. DE PÁGINA
MES	AÑO	40
12	2025	

V. FORMATOS E INSTRUCTIVOS DE LLENADO.

- ANEXO 1** ESTRATEGIA ANUAL DE COMUNICACIÓN SOCIAL.
- ANEXO 2** PROGRAMA ANUAL DE COMUNICACIÓN SOCIAL.
- ANEXO 3** PRESENTACIÓN DE CAMPAÑA.
- ANEXO 4** EROGACIÓN DE GASTO PARA LA PARTIDA 33605.
- ANEXO 5** ORDEN DE INSERCIÓN, TRANSMISIÓN, PUBLICACIÓN O
SERVICIO.

[Handwritten signatures and initials in blue ink]



[Handwritten mark at the bottom right]

**PARA LA DIFUSIÓN DE LOS MENSAJES EN MEDIOS
DE COMUNICACIÓN MEDIANTE ÓRDENES DE
INSERCIÓN, TRANSMISIÓN, PUBLICACIÓN O DE
SERVICIO**

FECHA DE ELABORACIÓN		No. DE PÁGINA
MES	AÑO	
12	2025	41

ANEXO 1

FORMATO DE LA ESTRATEGIA ANUAL DE COMUNICACIÓN SOCIAL

 SEGOB SECRETARÍA DE GOBIERNO		ESTRATEGIA ANUAL DE COMUNICACIÓN SOCIAL PARA EL EJERCICIO FISCAL 2025		 DIRECCIÓN GENERAL DE NORMATIVIDAD DE COMUNICACIÓN	
Dependencia o Entidad: (1) _____		Naturaleza Jurídica: (2) _____		Cabeza de sector: (3) _____	
Fecha de elaboración: (4) _____					
Misión: (5) _____					
Visión: (6) _____					
Objetivo Institucional: (7) _____					
Objetivo de la estrategia de comunicación: (8) _____					
Metas Nacionales del FND (elija con una "X"): <input type="checkbox"/> 1- (9)					
Meta (s) nacional (es) que regirán el programa de comunicación: (10) _____					
_____ (11) Nombre y firma del titular de comunicación social de la coordinadora sectorial			_____ (12) Nombre y firma del titular de comunicación social de la dependencia/entidad		
Programa Nacional y/o Entidad		Objetivo Estratégico por Ejercicio		Temas Específicos, Mensajes de los Objetivos Estratégicos por Transmisión	
(13)		(14)		(15)	
MEDIOS ELECTRÓNICOS _____	(16)	ESTUDIOS _____			
MEDIOS IMPRESOS _____		DISEÑO, PRODUCCIÓN, POST-PRODUCCIÓN _____			
MEDIOS COMPLEMENTARIOS _____		TOTAL _____			
_____ (17) Nombre y firma del titular de comunicación social de la coordinadora sectorial			_____ (18) Nombre y firma del titular de comunicación social de la dependencia/entidad		

[Handwritten signatures and initials in blue ink]

[Handwritten mark in blue ink]



MANUAL DEL
PROCEDIMIENTO

DIRECCIÓN GENERAL DE EDUCACIÓN
FINANCIERA



PARA LA DIFUSIÓN DE LOS MENSAJES EN MEDIOS
DE COMUNICACIÓN MEDIANTE ÓRDENES DE
INSERCIÓN, TRANSMISIÓN, PUBLICACIÓN O DE
SERVICIO

FECHA DE ELABORACIÓN		No. DE PÁGINA
MES	AÑO	42
12	2025	

ANEXO 1

INSTRUCTIVO DE LLENADO DEL FORMATO
"ESTRATEGIA ANUAL DE COMUNICACIÓN SOCIAL"

EN EL
CONCEPTO

SE DEBE ANOTAR:

1. Comisión Nacional para la Protección y Defensa de los Usuarios de Servicios financieros.
2. Organismo descentralizado.
3. Secretaría de Hacienda y Crédito Público.
4. El día, mes y año en que se elaboró el formato.
5. La Misión de la CONDUSEF.
6. La Visión de la CONDUSEF.
7. La descripción del Objetivo Institucional.
8. La descripción del Objetivo de la Estrategia de Comunicación.
9. Marcar con una "X" la opción de la meta del PND que corresponda.
10. El nombre de la meta elegida que registrará el Programa de Comunicación.
11. El nombre y firma del Titular de Comunicación Social de la Coordinadora Sectorial.
12. El nombre y firma del Titular de Comunicación Social de la dependencia o entidad.
13. El nombre del Programa Sectorial y/o Especial.
14. La descripción de los Objetivos Estratégicos y/o Transversales.
15. La descripción de los Temas Específicos Derivadores de los Objetivos Estratégicos y/o Transversales.
16. El monto que corresponda al concepto o conceptos utilizados y el monto total que ello importe.
17. El nombre y firma del Titular de Comunicación Social de la Coordinadora Sectorial.
18. El nombre y firma del Titular de Comunicación Social de la Comisión Nacional.

[Handwritten signatures and initials in blue ink]



PARA LA DIFUSIÓN DE LOS MENSAJES EN MEDIOS DE COMUNICACIÓN MEDIANTE ÓRDENES DE INSERCIÓN, TRANSMISIÓN, PUBLICACIÓN O DE SERVICIO

FECHA DE ELABORACIÓN		No. DE PÁGINA
MES	AÑO	43
12	2025	

ANEXO 2

FORMATO DEL PROGRAMA ANUAL DE COMUNICACIÓN SOCIAL

PROGRAMA ANUAL DE COMUNICACIÓN SOCIAL PARA EL EJERCICIO FISCAL 2025

Dependencia o Entidad: (1) _____
 Fecha de elaboración: (2) _____

Presupuesto anual de la dependencia o entidad destinado a la partida 36101: _____ (3) miles de pesos / I.V.A. incluido

ACUMULADO EN CAMPANAS:

CAMPAÑA 1		Medios a utilizar		Recursos programados por tipo medio
Datos generales		Tiempos oficiales	Tiempos comerciales	
		TV (7)	TV (8)	
Nombre de la campaña:		Televisoras		(9) 0,00
Versión(es):		Radiodifusoras		0,00
Tema específico: (4)		Cine		0,00
Objetivo de comunicación:		Diarios Editados en CDMX		0,00
Clasificación de campaña:		Diarios Editados en los Estados		0,00
Coemisor:		Diarios Editados en el Extranjero		0,00
Población objetivo: (5)		Revistas		0,00
		Medios Complementarios		0,00
		Medios Digitales		0,00
		Pre-Estudios		0,00
		Post-Estudios		0,00
		Diseño		0,00
		Producción		0,00
		Preproducción		0,00
		Post-producción		0,00
		Copiado		0,00
		Presupuesto asignado a la campaña:		
		Porcentaje que representa la campaña de la partida 36101:		

(10) _____
Nombre y firma del titular de comunicación social de la coordinadora sectorial

(11) _____
Nombre y firma del titular de comunicación social de la dependencia/entidad

M
S
de
S
A

+

**PARA LA DIFUSIÓN DE LOS MENSAJES EN MEDIOS
DE COMUNICACIÓN MEDIANTE ÓRDENES DE
INSERCIÓN, TRANSMISIÓN, PUBLICACIÓN O DE
SERVICIO**

FECHA DE ELABORACIÓN		No. DE PÁGINA
MES	AÑO	44
12	2025	

ANEXO 2

**INSTRUCTIVO DE LLENADO DEL FORMATO
"PROGRAMA ANUAL DE COMUNICACIÓN SOCIAL"**

EN EL
CONCEPTO

SE DEBE ANOTAR:

1. Comisión Nacional para la Protección y Defensa de los Usuarios de Servicios financieros.
2. El día, mes y año en que se elaboró el formato.
3. El monto del presupuesto anual autorizado al rubro de comunicación social.
4. Los datos generales que correspondan a:
 - Nombre de la Campaña.
 - Nombre de la(s) Versión(es).
 - Tema específico.
 - Objetivo de Comunicación: propósito o fin que se pretende alcanzar con la difusión de la Campaña.
 - Clasificación de la Campaña.
 - Coemisora(s): dependencias o entidades que, con base en sus atribuciones, son corresponsables de la comunicación de un tema en común para ser difundido como Campaña, con cargo a sus respectivos recursos presupuestarios.
5. La descripción de la población objetivo (sexo, edad, nivel socioeconómico y tipo) hacia la que se dirige la comunicación.
6. La etapa, fecha de inicio y término de la Campaña.
7. Marcar con una "X" si se ocuparán tiempos oficiales en radio y/o televisión.
8. Marcar con una "X" si se ocuparán tiempos comerciales en radio y/o televisión.
9. El monto asignado a cada tipo de medio de comunicación.
10. El nombre y firma del Titular de Comunicación Social de la Coordinadora Sectorial.
11. El nombre y firma del Titular de Comunicación Social de la Dependencia o Entidad.

[Handwritten signatures and initials in blue ink]



HACIENDA
SECRETARÍA DE HACIENDA Y CRÉDITO PÚBLICO

**MANUAL DEL
PROCEDIMIENTO**

**DIRECCIÓN GENERAL DE EDUCACIÓN
FINANCIERA**



COMISIÓN NACIONAL PARA LA INSPECCIÓN
Y EVALUACIÓN DE LOS SERVICIOS PÚBLICOS

**PARA LA DIFUSIÓN DE LOS MENSAJES EN MEDIOS
DE COMUNICACIÓN MEDIANTE ÓRDENES DE
INSERCIÓN, TRANSMISIÓN, PUBLICACIÓN O DE
SERVICIO**

FECHA DE ELABORACIÓN		No. DE PÁGINA
MES	AÑO	
12	2025	45

ANEXO 3

FORMATO DE PRESENTACIÓN DE CAMPAÑA

Presentación de Campaña de Comunicación Social 2025				
		Gobernación Secretaría de Gobernación		
Cordinadora de Sector (1)	_____	Naturaleza Jurídica: (3)	_____	
Entidad o Dependencia (2)	_____	Fecha de elaboración (4)	_____	
INFORMACIÓN GENERAL DE LA CAMPAÑA				
Nombre de la Campaña: (5) _____				
Versión (es): (6) _____				
Clasificación de Campaña: (7) _____				
Coimisor (es): (8) _____				
Objetivo institucional:	(9)	_____		
Objetivo de comunicación:	(10)	_____		
Meta a alcanzar:	(11)	_____		
Cobertura	(12)	_____		
Vigencia general de la campaña	(13)	_____		
		Tipo	Sexo	Edad
		Población Objetivo: (14) _____		
Señalar características específicas:	(15)	_____		
Presentación de Campaña de Comunicación Social 2025				
		Gobernación Secretaría de Gobernación		
Cordinadora de Sector (1)	_____	Naturaleza Jurídica: (3)	_____	
Entidad o Dependencia (2)	_____	Fecha de elaboración (4)	_____	
Actividades Complementarias:	(20)	_____		
Razones para la Utilización de estos Medios:	(21)	_____		
AUTORIZACIONES				
Autorización de la Coordinadora Sectorial		Autorización del Titular del Área de Comunicación Social		
(22)	_____	(23)	_____	
Nombre y Firma		Nombre y Firma		

[Handwritten signatures and initials in blue ink]

[Handwritten mark in blue ink]



HACIENDA
SECRETARÍA DE HACIENDA Y CRÉDITO PÚBLICO

MANUAL DEL PROCEDIMIENTO

DIRECCIÓN GENERAL DE EDUCACIÓN FINANCIERA



COMISIÓN NACIONAL PARA LA PROTECCIÓN Y DEFENSA DE LOS INTERESSES FINANCIEROS Y CREDITICIOS

PARA LA DIFUSIÓN DE LOS MENSAJES EN MEDIOS DE COMUNICACIÓN MEDIANTE ÓRDENES DE INSERCIÓN, TRANSMISIÓN, PUBLICACIÓN O DE SERVICIO

FECHA DE ELABORACIÓN

No. DE PÁGINA

MES

AÑO

12

2025

47

**ANEXO 3
(Continuación)**

FORMATO DE PRESENTACIÓN DE CAMPAÑA

ANEXO MEDIOS COMPLEMENTARIOS

Campaña: _____ Dependencia / entidad: _____
 Versión (es): _____ Fecha de elaboración: _____

Resumen de inversión publicitaria

Tipo de Medio		Monto de la inversión (miles de pesos / I.V.A. incluido)		%
CABLES	-	0.00%		
CINE	-	0.00%		
OPTICOS	-	0.00%		
ESPECTACULARES	-	0.00%		
FOLLETOS	-	0.00%		
MANITAS	-	0.00%		
MOBILIARIO URBANO	-	0.00%		
PRODUCTO INTEGRADO	-	0.00%		
PUBLICIDAD MÓVIL	-	0.00%		
ROTULOS	-	0.00%		
SUPLENTO	-	0.00%		
TARJETAS TELEFÓNICAS	-	0.00%		
TÁCTILES	-	0.00%		
VIDEOBUS	-	0.00%		
OTRO TIPO DE MEDIO (ESPECIFICAR)	-	0.00%		
Total	-	0.00%		

Botón F14

Abreviatura	Nombre comercial	Monto en pesos	RFC	Categoría	Urgencia	Unidad de medida	Capacidad	Costo estimado por punto (I.V.A. incluido)	TOTAL	SERVICIO CONTRATADO
1	(24)	(25)	(26)	(27)	(28)	(29)	(30)	(31)	(32)	(33)
2										

ANEXO MEDIOS DIGITALES

Campaña: _____ Dependencia / entidad: _____
 Versión (es): _____ Fecha de elaboración: _____

Resumen de inversión publicitaria

Tipo de Medio		Monto de la inversión (miles de pesos / I.V.A. incluido)		%
ESPECTACULARES	-	0.00%		
MANITAS	-	0.00%		
VIDEOS	-	0.00%		
VIDEOBUSES	-	0.00%		
Total	-	0.00%		

Abreviatura	Nombre comercial	Monto en pesos	RFC	Categoría	Urgencia	Unidad de medida	Capacidad	Costo estimado por punto (I.V.A. incluido)	TOTAL	SERVICIO CONTRATADO
1	(24)	(25)	(26)	(27)	(28)	(29)	(30)	(31)	(32)	(33)
2										

ANEXO SERVICIOS PUBLICITARIOS Y ESTUDIOS

Campaña: _____ Dependencia / entidad: _____
 Versión (es): _____ Fecha de elaboración: _____

Resumen de inversión publicitaria

Tipo de Medio		Monto de la inversión (miles de pesos / I.V.A. incluido)		%
DISEÑO Y SERVICIOS PUBLICITARIOS	-	0.00%		
ESTUDIOS (PRE-CAMPAÑA, POST-CAMPAÑA)	-	0.00%		
PRODUCCION	-	0.00%		
POSTPRODUCCION	-	0.00%		
PREPRODUCCION	-	0.00%		
COPIADO	-	0.00%		
Total	-	0.00%		

Abreviatura	Nombre comercial	Nombre fiscal	RFC	Costo del Servicio (en pesos / I.V.A. incluido)	SERVICIO CONTRATADO
1	(24)	(25)	(26)	(27)	(28)
2					

Handwritten signatures and initials in blue ink.

**PARA LA DIFUSIÓN DE LOS MENSAJES EN MEDIOS
DE COMUNICACIÓN MEDIANTE ÓRDENES DE
INSERCIÓN, TRANSMISIÓN, PUBLICACIÓN O DE
SERVICIO**

FECHA DE ELABORACIÓN		No. DE PÁGINA
MES	AÑO	48
12	2025	

ANEXO 3

**INSTRUCTIVO DE LLENADO DEL FORMATO
"PRESENTACIÓN DE CAMPAÑA DE COMUNICACIÓN SOCIAL**

EN EL
CONCEPTO

SE DEBE ANOTAR:

1. En el combo de opción seleccionar: Secretaría de Hacienda y Crédito Público.
2. En el combo de opción seleccionar: Comisión Nacional para la Protección y Defensa de los Usuarios de Servicios financieros.
3. Organismo descentralizado.
4. La fecha (día, mes, año) de elaboración del documento.
5. El nombre de la Campaña.
6. El nombre de la(s) versión(es) de a la Campaña.
7. La clasificación de la Campaña.
8. Dependencias o entidades que, con base en sus atribuciones, son corresponsables de la comunicación de un tema en común para ser difundido como Campaña, con cargo a sus respectivos recursos presupuestarios.
9. La descripción del objetivo institucional.
10. El propósito o fin que se pretende alcanzar con la difusión de la Campaña.
11. Indicador en cifras o porcentajes sobre el alcance y recordación de la Campaña en la población objetivo.
12. La cobertura geográfica de la Campaña.
13. La vigencia de la Campaña, fecha de inicio y fecha de término.
14. La descripción de la población objetivo hacia la que se dirige la Campaña: tipo (urbana y/o rural), sexo (hombres y/o mujeres), edad (rangos) y nivel socioeconómico.
15. Las características específicas de la Campaña.
16. Por cada medio de difusión, determinar si se utilizará o no.
17. En caso de utilizar el medio de difusión televisoras y radiodifusoras, especificar el tipo de tiempo requerido.
18. Por cada medio de difusión a utilizar, establecer la vigencia.
19. Por cada medio de difusión a utilizar, escoger las características y el formato del mensaje.
20. La descripción de otras acciones de comunicación de apoyo a la difusión de la Campaña sin utilizar medios masivos.

M
S
de
J
of



**PARA LA DIFUSIÓN DE LOS MENSAJES EN MEDIOS
DE COMUNICACIÓN MEDIANTE ÓRDENES DE
INSERCIÓN, TRANSMISIÓN, PUBLICACIÓN O DE
SERVICIO**

FECHA DE ELABORACIÓN		No. DE PÁGINA
MES	AÑO	49
12	2025	

**INSTRUCTIVO DE LLENADO DEL FORMATO
"PRESENTACIÓN DE CAMPAÑA DE COMUNICACIÓN SOCIAL**

EN EL
CONCEPTO

SE DEBE ANOTAR:

21. La justificación para el uso de los medios de comunicación elegidos para la Campaña.
22. El nombre completo (nombre(s), apellidos paterno y materno), y firma del Titular de Comunicación Social de la Coordinadora Sectorial.
23. El nombre completo (nombre(s), apellidos paterno y materno), y firma del Titular del área de Comunicación Social de la Comisión Nacional.
24. Siglas del tipo de medio a utilizar.
25. El nombre comercial de la persona moral o persona física que hará el servicio.
26. El nombre fiscal de la persona moral o persona física que hará el servicio.
27. El Registro Federal de Contribuyente de la persona moral o persona física que hará el servicio.
28. De ser el caso, el nombre de la cadena televisiva, grupo radiofónico o grupo editorial, al que pertenece el medio de comunicación.
29. La cobertura geográfica de la Campaña.
30. Las siglas con las que se identifica el medio de comunicación.
31. Según sea el caso, el canal de televisión o la frecuencia de radio (AM-FM), por la que será transmitido el contenido de la Campaña.
32. La vigencia de difusión en el medio de comunicación, fecha de inicio y fecha de término.
33. Definir el espacio programático con el género o programa y el horario dentro del cual se transmitirá el mensaje de la Campaña.
34. Según el caso, el número total de impactos, de inserciones o espacios publicitarios determinados para la Campaña.
35. El costo unitario del servicio (I.V.A. incluido).
36. La descripción del formato y/o servicio contratado.
37. Según el caso, la unidad de medida del medio complementario o la unidad de compra del medio digital.
38. Descripción del formato contratado del medio digital.
39. Descripción del tipo de compra del medio digital.
40. Descripción del esquema de compra del medio digital.
41. Descripción de la Meta (alcance) del servicio digital.



MANUAL DEL PROCEDIMIENTO

DIRECCIÓN GENERAL DE EDUCACIÓN FINANCIERA




PARA LA DIFUSIÓN DE LOS MENSAJES EN MEDIOS DE COMUNICACIÓN MEDIANTE ÓRDENES DE INSERCIÓN, TRANSMISIÓN, PUBLICACIÓN O DE SERVICIO

FECHA DE ELABORACIÓN		No. DE PÁGINA
MES	AÑO	50
12	2025	

ANEXO 4

FORMATO DE EROGACIÓN DE GASTO PARA LA PARTIDA 33605

Erogaciones para la partida 33605



Gobernación
Secretaría de Gobernación

Coordinadora de Sector: (1) _____ Naturaleza Jurídica: (3) _____
 Entidad o Dependencia: (2) _____ Fecha de elaboración: (4) _____

PLAN DE MEDIOS A UTILIZAR

NOMBRE DE EROGACIÓN: (5) _____ VIGENCIA: (6) _____

Medios de difusión a utilizar (7)	Recursos a erogar (miles de pesos / I.V.A. incluido)	Formato del mensaje
Diarios Editados en la Cd. de México		
Diarios Editados en los Estados		
Revistas		
Medios Complementarios		
TOTAL DE RECURSOS A EROGAR		

Autorización de la Coordinadora Sectorial
 Nombre y firma

 (8)
 Nombre y Firma

Autorización del Titular del Área de Comunicación Social

 (9)
 Nombre y Firma

ANEXO MEDIOS IMPRESOS CERTIFICADOS (partida 33605)

Nombre de Erogación: (5) _____ Dependencia / entidad: (2) _____
 Fecha de elaboración: (4) _____

Resumen de inversión publicitaria

Tipo de Medio	Monto de la inversión (miles de pesos / I.V.A. incluido)	%
DIARIOS EDITADOS EN LA CD. DE MÉXICO	-	0.00%
DIARIOS EDITADOS EN LOS ESTADOS	-	0.00%
REVISTAS	-	0.00%
MEDIOS COMPLEMENTARIOS	-	0.00%
Total	-	0.00%

Borrar Fila

Insertar Fila



Abreviatura	Nombre comercial	Nombre fiscal	RFC	Grupo editorial	COBERTURA	Vigencia:		No. total de inserciones	Costo unitario (en pesos / I.V.A. incluido)	TOTAL	FORMATO CONTRATADO
						Inicio	Término				
1	(10)	(11)	(12)	(13)	(14)	(15)	(16)	(17)	(18)	(19)	(20)
2										0.00	
3										0.00	

M

S

H

H

H

H



HACIENDA
SECRETARÍA DE HACIENDA Y CRÉDITO PÚBLICO

**MANUAL DEL
PROCEDIMIENTO**

**DIRECCIÓN GENERAL DE EDUCACIÓN
FINANCIERA**



COMISIÓN NACIONAL PARA LA PROTECCIÓN
Y DEFENSA DE LOS USUARIOS DE SERVICIOS FINANCIEROS

**PARA LA DIFUSIÓN DE LOS MENSAJES EN MEDIOS
DE COMUNICACIÓN MEDIANTE ÓRDENES DE
INSERCIÓN, TRANSMISIÓN, PUBLICACIÓN O DE
SERVICIO**

FECHA DE ELABORACIÓN		No. DE PÁGINA
MES	AÑO	
12	2025	51

ANEXO 4

INSTRUCTIVO DE LLENADO DEL FORMATO "EROGACIÓN PARA LA PARTIDA 33605"

EN EL
CONCEPTO

SE DEBE ANOTAR:

1. En el combo de opción seleccionar: Secretaría de Hacienda y Crédito Público.
2. En el combo de opción seleccionar: Comisión Nacional para la Protección y Defensa de los Usuarios de Servicios Financieros.
3. Organismo descentralizado.
4. El día, mes y año de elaboración del formato
5. El nombre del mensaje a difundir.
6. La fecha de inicio y fecha de término de los servicios.
7. Los medios de difusión y el formato del mensaje a utilizar.
8. El nombre y firma del Titular de Comunicación Social de la Coordinadora Sectorial.
9. El nombre y firma del Titular de Comunicación Social de la Comisión Nacional.
10. La abreviatura del medio de comunicación por el cual se hará la difusión.
11. El nombre comercial de la persona física o persona moral que hará la difusión.
12. El nombre fiscal de la persona física o persona moral que hará la difusión.
13. El Registro Federal de Contribuyente de la persona física o persona moral que hará la difusión.
14. El nombre del grupo editorial, al que pertenece el medio de comunicación por el cual se hará la difusión.
15. Cobertura: Nacional o Estatal (en este caso desglosar los estados)
16. La fecha de inicio de la difusión.
17. La fecha de término de la difusión.
18. El número total de inserciones de la difusión.
19. El costo unitario de la inserción antes del I.V.A.
20. La descripción del formato contratado de la inserción.

[Handwritten signatures and initials in blue ink]

[Handwritten mark in blue ink]

**PARA LA DIFUSIÓN DE LOS MENSAJES EN MEDIOS
DE COMUNICACIÓN MEDIANTE ÓRDENES DE
INSERCIÓN, TRANSMISIÓN, PUBLICACIÓN O DE
SERVICIO**

FECHA DE ELABORACIÓN		No. DE PÁGINA
MES	AÑO	52
12	2025	

**ANEXO 5
FORMATO DE LA ORDEN DE INSERCIÓN**



**ORDEN DE INSERCIÓN No. (1)
(2)**

Campaña y versión, o mensaje a difundir:		(3)			
Población objetivo:		(4)			
Instrumento jurídico:		(5)	Proveedor adjudicado	(6)	
Objeto del servicio:		(7)			
Medio de comunicación	Vigencia de difusión	Características técnicas	Cantidad	Costo unitario (tarifa SHCP)	Subtotal
(8)	(9)	(10)	(14)	(16)	(17)
Cobertura	Tiraje	Periodicidad	Total	Subtotal	(18)
(11)	(12)	(13)	(15)	IVA	(19)
				Total	(20)
Entregables					
Tipo de entregable	Tiempos de entrega		Formato		
(21)	(21)		(21)		

PERSONA ADMINISTRADORA Y/O SUPERVISORA DEL CONTRATO

(22)

NOMBRE, CARGO Y FIRMA



[Handwritten signatures and initials in blue ink]



**PARA LA DIFUSIÓN DE LOS MENSAJES EN MEDIOS
DE COMUNICACIÓN MEDIANTE ÓRDENES DE
INSERCIÓN, TRANSMISIÓN, PUBLICACIÓN O DE
SERVICIO**

FECHA DE ELABORACIÓN		No. DE PÁGINA
MES	AÑO	53
12	2025	

ANEXO 5

ANEXO INSTRUCTIVO DE LLENADO DEL FORMATO "ORDEN DE INSERCIÓN"

EN EL
CONCEPTO

SE DEBE ANOTAR:

1. El número consecutivo de Orden.
2. Lugar y fecha (día, mes y año) de elaboración del formato..
3. Nombre y versión de la campaña o nombre del mensaje a difundir.
4. La población objetivo, consistente en sexo, edad, NSE y tipo de población (urbana y/o rural).
5. El número identificativo del Instrumento Jurídico
6. El nombre fiscal de la persona física o persona moral contratada.
7. El concepto del servicio contratado.
8. El tipo de medio de comunicación y nombre comercial.
9. La fecha de inicio y de término de la difusión del mensaje.
10. Describir las características técnicas del espacio publicitario, y en su caso cualquier otro dato relevante.
11. Cobertura: Nacional o Estatal (en este caso desglosar los estados)
12. Número de ejemplares del medio impreso que circulan de cada edición.
13. Frecuencia con la que se publica el medio impreso.
14. Número de espacios publicitarios contratados para la difusión.
15. La suma de la cantidad de espacios publicitarios del punto 14.
16. Costo unitario del servicio publicitario conforme la tarifa registrada ante la SHCP.
17. Cantidad resultante de multiplicar el costo unitario por la cantidad de espacios publicitarios
18. La suma de los subtotales del punto 17.
19. La cantidad del Impuesto al Valor Agregado (IVA) del punto 18
20. El total con IVA, la suma del punto 18 y el punto 19
21. La descripción de los entregables acordados en las especificaciones técnicas del servicio adjudicado.
22. Nombre, cargo y firma de la persona administradora y/o supervisora del Contrato

φ

M
9-10
A. V.

**PARA LA DIFUSIÓN DE LOS MENSAJES EN MEDIOS
DE COMUNICACIÓN MEDIANTE ÓRDENES DE
INSERCIÓN, TRANSMISIÓN, PUBLICACIÓN O DE
SERVICIO**

FECHA DE ELABORACIÓN		No. DE PÁGINA
MES	AÑO	54
12	2025	

**ANEXO 5 (CONTINUA)
FORMATO DE LA ORDEN DE TRANSMISIÓN**



**ORDEN DE TRANSMISIÓN No. (1)
Lugar y fecha de elaboración(2)**

Campaña y versión, o mensaje a difundir:		(3)		
Población objetivo:		(4)		
Instrumento jurídico:		Proveedor adjudicado: (6)		
Objeto del servicio:		(7)		
Medio de comunicación	Vigencia de difusión	Características técnicas	Cantidad Total	Subtotal
(8)	(9)	(10)	(11)	(12)
Nota: se adjunta la Pauta de difusión, con el desglose de los programas, estaciones, siglas, cobertura, horarios, spoteo por día y costos unitarios			IVA	(13)
			Total	(14)
Entregables				
Tipo de entregable		Tiempos de entrega		Formato
(15)		(15)		(15)

PERSONA ADMINISTRADORA Y/O SUPERVISORA DEL CONTRATO

(16)

NOMBRE, CARGO Y FIRMA

Handwritten signatures and initials in blue ink.



HACIENDA
SECRETARÍA DE HACIENDA Y CRÉDITO PÚBLICO

**MANUAL DEL
PROCEDIMIENTO**

**DIRECCIÓN GENERAL DE EDUCACIÓN
FINANCIERA**



COMISIÓN NACIONAL PARA LA PROTECCIÓN
Y DEFENSA DEL CONSUMIDOR DE
SERVICIOS FINANCIEROS

**PARA LA DIFUSIÓN DE LOS MENSAJES EN MEDIOS
DE COMUNICACIÓN MEDIANTE ÓRDENES DE
INSERCIÓN, TRANSMISIÓN, PUBLICACIÓN O DE
SERVICIO**

FECHA DE ELABORACIÓN		No. DE PÁGINA
MES	AÑO	55
12	2025	

ANEXO 5 (CONTINUACIÓN)

ANEXO INSTRUCTIVO DE LLENADO DEL FORMATO "ORDEN DE TRANSMISIÓN"

EN EL
CONCEPTO

SE DEBE ANOTAR:

1. El número consecutivo de Orden.
2. Lugar y fecha (día, mes y año) de elaboración del formato.
3. Nombre y versión de la campaña o nombre del mensaje a difundir.
4. La población objetivo, consistente en sexo, edad, NSE y tipo de población (urbana y/o rural).
5. El número identificativo del Instrumento Jurídico
6. El nombre fiscal de la persona física o persona moral contratada.
7. El concepto del servicio contratado.
8. El tipo de medio de comunicación y nombre comercial.
9. La fecha de inicio y de término de la difusión del mensaje.
10. Describir las características técnicas del espacio publicitario y en su caso cualquier otro dato relevante.
11. El número total de espacios publicitarios contratados.
12. El subtotal del servicio.
13. El Impuesto al Valor Agregado del monto subtotal del servicio
14. El monto total con el Impuesto al Valor Agregado del servicio
15. La descripción de los entregables acordados en las especificaciones técnicas del servicio adjudicado.
16. Nombre, cargo y firma de la persona administradora y/o supervisora del Contrato.

[Handwritten signature and initials]

[Handwritten mark]

PARA LA DIFUSIÓN DE LOS MENSAJES EN MEDIOS DE COMUNICACIÓN MEDIANTE ÓRDENES DE INSERCIÓN, TRANSMISIÓN, PUBLICACIÓN O DE SERVICIO

FECHA DE ELABORACIÓN		No. DE PÁGINA
MES	AÑO	56
12	2025	

**ANEXO 5 (CONTINUACIÓN)
FORMATO DE LA ORDEN DE PUBLICACIÓN**



PRESIDENCIA
DIRECCIÓN GENERAL DE EDUCACIÓN FINANCIERA

**ORDEN DE PUBLICACIÓN No. (1)
(2)**

Campaña y versión, o mensaje a difundir:		(3)					
Población objetivo:		(4)					
Instrumento jurídico:		(5)		Proveedor adjudicado:	(6)		
Objeto del servicio:		(7)					
Medio de comunicación	Vigencia de difusión	Características técnicas	Cantidad	Costo unitario (tarifa SHCP)	Subtotal		
(8)	(9)	(10)	(14)	(15)	(16)		
Cobertura	(11)	Tipo de comercialización	(12)	Total	(17)	Subtotal	(18)
Direccionar al URL		(13)		IVA		(19)	
				Total		(20)	
Entregables							
Tipo de entregable		Tiempos de entrega		Formato			
(21)		(21)		(21)			

PERSONA ADMINISTRADORA Y/O SUPERVISORA DEL CONTRATO

(22)

NOMBRE, CARGO Y FIRMA



2025
Año de
La Mujer Indígena

Av. de los Insurgentes Sur No. 763, Col. Del Valle, CP 03100, Benito Juárez, Ciudad de México.
Tel: (55) 53 400 899 www.condusef.gob.mx

Handwritten signatures and initials in blue ink.

**PARA LA DIFUSIÓN DE LOS MENSAJES EN MEDIOS
DE COMUNICACIÓN MEDIANTE ÓRDENES DE
INSERCIÓN, TRANSMISIÓN, PUBLICACIÓN O DE
SERVICIO**

FECHA DE ELABORACIÓN		No. DE PÁGINA
MES	AÑO	57
12	2025	

ANEXO 5 (CONTINUACIÓN)

ANEXO INSTRUCTIVO DE LLENADO DEL FORMATO "ORDEN DE PUBLICACIÓN"

EN EL
CONCEPTO

SE DEBE ANOTAR:

1. El número consecutivo de Orden.
2. Lugar y fecha (día, mes y año) de elaboración del formato..
3. Nombre y versión de la campaña o nombre del mensaje a difundir.
4. La población objetivo, consistente en sexo, edad, NSE y tipo de población (urbana y/o rural).
5. El número identificativo del Instrumento Jurídico
6. El nombre fiscal de la persona física o persona moral contratada.
7. El concepto del servicio contratado.
8. El tipo de medio de comunicación y nombre comercial.
9. La fecha de inicio y de término de la difusión del mensaje.
10. Describir las características técnicas del espacio publicitario, y en su caso cualquier otro dato relevante.
11. Cobertura: Nacional o Estatal (en este caso desglosar los estados)
12. Tipo de comercialización: costo por millar, costo por clic, fijo por día u otro.
13. Indicar el URL al que se redirigirán los espacios publicitarios contratados.
14. Número de espacios publicitarios contratados.
15. Costo unitario del servicio publicitario conforme la tarifa registrada ante la SHCP.
16. Cantidad resultante de multiplicar el costo unitario por la cantidad de espacios publicitarios.
17. La suma de la cantidad de espacios publicitarios del punto 14
18. La suma de los subtotales del punto 16
19. La cantidad del Impuesto al Valor Agregado (IVA) del punto 18
20. El total con IVA, la suma del punto 18 y el punto 19
21. La descripción de los entregables acordados en las especificaciones técnicas del servicio adjudicado.
22. Nombre, cargo y firma de la persona administradora y/o supervisora del Contrato

+

[Handwritten signatures and initials in blue ink]

**PARA LA DIFUSIÓN DE LOS MENSAJES EN MEDIOS
DE COMUNICACIÓN MEDIANTE ÓRDENES DE
INSERCIÓN, TRANSMISIÓN, PUBLICACIÓN O DE
SERVICIO**

FECHA DE ELABORACIÓN		No. DE PÁGINA
MES	AÑO	58
12	2025	

**ANEXO 5 (CONTINUACIÓN)
FORMATO DE LA ORDEN DE SERVICIO**



PRESIDENCIA
DIRECCIÓN GENERAL DE EDUCACIÓN FINANCIERA

**ORDEN DE SERVICIO No. (1)
(2)**

Campaña y versión, o mensaje a difundir:		(3)			
Población objetivo:		(4)			
Instrumento jurídico:		(5)		Proveedor adjudicado:	(6)
Objeto del servicio:		(7)			
Medio de comunicación	Vigencia de difusión	Características técnicas	Cantidad	Costo unitario (tarifa SHCP)	Subtotal
(8)	(9)	(10)	(13)	(14)	(15)
Cobertura		Notas	Total	Subtotal	(17)
(11)		(12)	(16)	IVA	(18)
				Total	(19)
Entregables					
Tipo de entregable		Tiempos de entrega		Formato	
(20)		(20)		(20)	

PERSONA ADMINISTRADORA Y/O SUPERVISORA DEL CONTRATO

(21)

NOMBRE, CARGO Y FIRMA

[Handwritten signature and initials in blue ink]

**PARA LA DIFUSIÓN DE LOS MENSAJES EN MEDIOS
DE COMUNICACIÓN MEDIANTE ÓRDENES DE
INSERCIÓN, TRANSMISIÓN, PUBLICACIÓN O DE
SERVICIO**

FECHA DE ELABORACIÓN		No. DE PÁGINA
MES	AÑO	59
12	2025	

ANEXO 5 (CONTINUACIÓN)

ANEXO INSTRUCTIVO DE LLENADO DEL FORMATO "ORDEN DE SERVICIO"

EN EL
CONCEPTO

SE DEBE ANOTAR:

1. El número consecutivo de Orden.
2. Lugar y fecha (día, mes y año) de elaboración del formato..
3. Nombre y versión de la campaña o nombre del mensaje a difundir.
4. La población objetivo, consistente en sexo, edad, NSE y tipo de población (urbana y/o rural).
5. El número identificativo del Instrumento Jurídico
6. El nombre fiscal de la persona física o persona moral contratada.
7. El concepto del servicio contratado.
8. El tipo de medio de comunicación y nombre comercial.
9. La fecha de inicio y de término de la difusión del mensaje.
10. Describir las características técnicas del espacio publicitario, y en su caso cualquier otro dato relevante.
11. Cobertura de los espacios publicitarios: Nacional o Estatal (en este caso especificar el o los Estados).
12. En su caso, información que se requiera precisar.
13. Costo unitario del servicio publicitario conforme la tarifa registrada ante la SHCP.
14. Número de espacios publicitarios a utilizar para la difusión.
15. Cantidad resultante de multiplicar el costo unitario por la cantidad de espacios publicitarios.
16. La suma de la cantidad de espacios publicitarios (punto 15).
17. La suma de los subtotales (puntos 16).
18. La cantidad del Impuesto al Valor Agregado (IVA) del punto 18
19. El total con IVA, la suma del punto 18 y el punto 19
20. La descripción de los entregables acordados en las especificaciones técnicas del servicio adjudicado.
21. Nombre, cargo y firma de la persona administradora y/o supervisora del Contrato

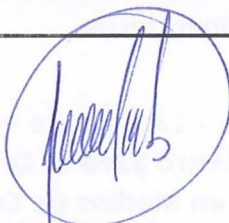
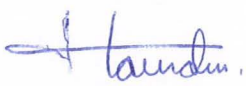
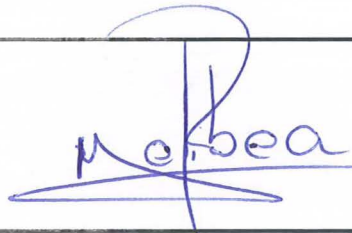
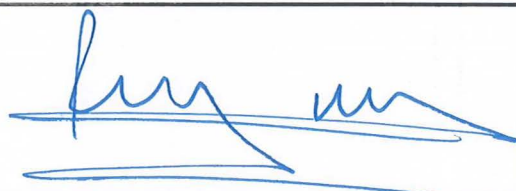
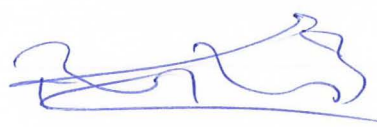
+

M
S
M

**PARA LA DIFUSIÓN DE LOS MENSAJES EN MEDIOS
DE COMUNICACIÓN MEDIANTE ÓRDENES DE
INSERCIÓN, TRANSMISIÓN, PUBLICACIÓN O DE
SERVICIO**

FECHA DE ELABORACIÓN		No. DE PÁGINA
MES	AÑO	60
12	2025	

FIRMAS DE VALIDACIÓN.

NOMBRE Y PUESTO	FIRMA Y RÚBRICA
· ÁREA RESPONSABLE	
ELODIA IVONNE HERNÁNDEZ CONTRERAS, Directora General de Educación Financiera.	
RITA AZAHAR HAMDEN VILLALOBOS, Directora de Promoción y Desarrollo de Capacidades Financieras.	
MELIBEA REYES JACINTO, Subdirectora de Promoción de la Educación Financiera.	
· DIRECCIÓN GENERAL DE SERVICIOS JURÍDICOS	
RODRIGO JUVENTINO GARCÍA ISLAS LEAL, Director General de Servicios Jurídicos.	
· DIRECCIÓN DE PLANEACIÓN Y FINANZAS	
RAÚL ROSAS BARRIGA, Director de Planeación y Finanzas.	

Handwritten initials and marks:
AS
HS
φ



HACIENDA
SECRETARÍA DE HACIENDA Y CRÉDITO PÚBLICO

**MANUAL DEL
PROCEDIMIENTO**

**DIRECCIÓN GENERAL DE EDUCACIÓN
FINANCIERA**



Comisión Nacional para la Protección y Defensa de los Usuarios de Servicios Financieros

PARA LA DIFUSIÓN DE LOS MENSAJES EN MEDIOS DE COMUNICACIÓN MEDIANTE ÓRDENES DE INSERCIÓN, TRANSMISIÓN, PUBLICACIÓN O DE SERVICIO

FECHA DE ELABORACIÓN		No. DE PÁGINA
MES	AÑO	
12	2025	61

TRANSITORIOS.

PRIMERO. - El presente manual entrará en vigor al día siguiente de su publicación en la Normateca Interna de la Comisión Nacional para la Protección y Defensa de los Usuarios de Servicios Financieros.

SEGUNDO. - La entrada en vigor del presente Manual, deja sin efectos el **“Manual del Procedimiento para la Orden de Inserción, Transmisión, Publicación o de Servicio de mensajes en Medios de Comunicación”** fechado en el mes de agosto de 2020.

[Handwritten signature and initials in blue ink]

<i>[Faint signature]</i>	<i>[Faint text]</i>
<i>[Faint signature]</i>	<i>[Faint text]</i>
<i>[Faint signature]</i>	<i>[Faint text]</i>
<i>[Faint signature]</i>	<i>[Faint text]</i>

[Handwritten mark]