

*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 Social<sup>90</sup> 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

<sup>90</sup> El Programa anual de comunicación social es un “Conjunto de campañas derivadas de la Estrategia anual 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”, con base 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 2016

Última Reforma DOF 26/04/2023

corresponda. Si se trata de "contratos marco"<sup>91</sup> 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 filmica, 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 electoral<sup>92</sup> (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 señales<sup>93</sup>: "*Las empresas de radio y televisión concesionarias difundirán materiales grabados del Poder Ejecutivo Federal, en 18 minutos diarios de transmisión en la televisión y 35 minutos diarios en radio. Los mensajes transmitidos tendrán duración de 20 o 30 segundos.*"

Párrafo modificado DOF 28/12/2020

<sup>91</sup> Tratándose de bienes o servicios que sean objeto de un contrato marco (art. 41 fracción XX de la Ley de Adquisiciones, Arrendamientos y Servicios del Sector Público), únicamente para los supuestos en que dicho acuerdo de voluntades autorice que la adjudicación de los contratos específicos se haga precisamente mediante adjudicación directa y siguiendo el procedimiento que al efecto se ha establecido en el contrato marco para garantizar que a través de dicho procedimiento de excepción se obtendrán las mejores condiciones de contratación en el caso concreto.

<sup>92</sup> Con base en lo establecido en el artículo 41, fracción III, apartado A, de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos que indica: "El Instituto Nacional Electoral será autoridad única para la administración del tiempo que corresponda al Estado en radio y televisión destinado a sus propios fines y al ejercicio del derecho de los partidos políticos nacionales, de acuerdo con lo siguiente y a lo que establezcan las leyes" y el artículo 41, fracción III, apartado A, inciso a; que dice a la letra: "A partir del inicio de las precampañas y hasta el día de la jornada electoral quedarán a disposición del Instituto Nacional Electoral cuarenta y ocho minutos diarios, que serán distribuidos en dos y hasta tres minutos por cada hora de transmisión en cada estación de radio y canal de televisión"

<sup>93</sup> Con fundamento en lo establecido en el Decreto por el que se autoriza a la Secretaría de Hacienda y Crédito Público a recibir de los concesionarios de estaciones de radio y televisión el pago del impuesto que se indica, publicado en el Diario Oficial de la Federación el 10 de octubre de 2002

---

**Periodo de actualización:** trimestral, respecto de las erogaciones por contratación de servicios de impresión, difusión y publicidad y la utilización de los Tiempos Oficiales: tiempo de Estado y tiempo fiscal.

Anual, durante el primer trimestre de cada año, respecto al Programa Anual de Comunicación Social o equivalente.

**Conservar en el sitio de Internet:** Información del ejercicio en curso y la correspondiente a dos ejercicios anteriores.

**Aplica a:** los sujetos obligados de acuerdo con sus facultades, atribuciones, funciones u objeto social y conforme a la Tabla de aplicabilidad

---

*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.

Última Reforma DOF 26/04/2023

- Criterio 12** Tipo de medio (catálogo): Internet/Radio/Televisión/Cine/Medios impresos<sup>94</sup>/Medios digitales<sup>95</sup>/Espectaculares/Medios complementarios<sup>96</sup>/Otros servicios asociados<sup>97</sup>/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): Campaña<sup>98</sup>/ Aviso institucional<sup>99</sup>.
- Criterio 15** Nombre de la campaña o aviso Institucional, en su caso. La información deberá estar redactada con perspectiva de género<sup>100</sup>, 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 género<sup>101</sup>, 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 género<sup>102</sup>, 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.

<sup>94</sup> Refiere a todo tipo de publicación que contenga texto o imágenes fijas y que se encuentre impreso, con periodicidad de edición determinada, bajo el mismo nombre y numeración secuenciada: Diarios editados en la Ciudad de México, diarios editados en los estados, encartes, medios impresos internacionales, revistas y suplementos.

<sup>95</sup> Tipo de medio donde el contenido (texto, voz, música, imágenes, animaciones o videos) puede consultarse desde un dispositivo electrónico que cuente con la tecnología necesaria; dicho contenido puede ser o no creado por las propias personas usuarias.

<sup>96</sup> Entendidos como los medios de difusión alternativos que impactan a un segmento más específico de la población, como la publicidad exterior, en medios impresos y/o complementarios, de información, incluyendo las que se realicen en cumplimiento de disposiciones jurídicas, como: avisos, precisiones, convocatorias, edictos, bases, licitaciones, padrones de beneficiarios, reglas de operación, diario oficial, concursos y aclaraciones, y demás información en medios masivos (medios impresos y complementarios), distinta de las inserciones derivadas de campañas publicitarias y de comunicación social, las cuales se deberán registrar en la partida que corresponda del concepto 3600 Servicios de comunicación social y publicidad.

<sup>97</sup> Por ejemplo: estudios (pre-campaña, post-campaña), plan de medios, etcétera

<sup>98</sup> Campaña: planeación y difusión de un conjunto de mensajes derivados de la estrategia anual de comunicación social y/o promoción y publicidad, asociada a las atribuciones y actividades sustantivas del Sujeto Obligado, dirigida a una población objetivo a través de medios de comunicación con una vigencia determinada.

<sup>99</sup> Avisos institucionales: aquella información difundida en medios masivos derivada de la operación y administración de los sujetos obligados, de acuerdo con la definición de la partida 33605 del Clasificador por Objeto del Gasto: Asignaciones destinadas a cubrir los gastos de difusión, en medios impresos y/o complementarios, de información, incluyendo las que se realicen en cumplimiento de disposiciones jurídicas, como: avisos, precisiones, convocatorias, edictos, bases, licitaciones, padrones de beneficiarios, reglas de operación, diario oficial, concursos y aclaraciones, y demás información en medios masivos (medios impresos y complementarios), distinta de las inserciones derivadas de campañas publicitarias y de comunicación social, las cuales se deberán registrar en la partida que corresponda del concepto 3600 Servicios de comunicación social y publicidad.

<sup>100</sup> En términos de lo establecido en el segundo párrafo del artículo 64 de la Ley General de Transparencia y Acceso a la Información Pública, así como del numeral Décimo segundo, fracción I de estos Lineamientos Técnicos Generales.

<sup>101</sup> ibidem.

<sup>102</sup> En términos de lo establecido en el segundo párrafo del artículo 64 de la Ley General de Transparencia y Acceso a la Información Pública, así como del numeral Décimo segundo, fracción I de estos Lineamientos Técnicos Generales.

Última Reforma DOF 26/04/2023

**Criterio 23** Cobertura<sup>103</sup>(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 genérica<sup>104</sup>.

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

**Criterio 40** Nombre del concepto (conforme al clasificador por objeto del gasto)<sup>105</sup>.

**Criterio 41** Presupuesto asignado por concepto.

**Criterio 42** Presupuesto modificado por concepto.

<sup>103</sup> Cobertura: es el alcance geográfico en el cual se pretende difundir una campaña. Esta cobertura puede ser municipal, estatal, nacional e internacional.

De acuerdo con el INEGI: "Indica si la información es representativa a nivel nacional, estatal, municipal o a cualquier otra delimitación geográfica".

<sup>104</sup> Partida genérica: Se refiere al tercer dígito, el cual logrará la armonización a todos los niveles de Gobierno.

<sup>105</sup> Concepto: el nivel de agregación intermedio que identifica el conjunto homogéneo y ordenado de los bienes y servicios, producto de la desagregación de cada capítulo de gasto.

*Última Reforma DOF 26/04/2023*

- 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 contrato<sup>106</sup> 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 género<sup>107</sup>, 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.

<sup>106</sup> En su caso, se deberá observar lo establecido en el numeral décimo segundo, fracción XI de estos Lineamientos.

<sup>107</sup> En términos de lo establecido en el segundo párrafo del artículo 64 de la Ley General de Transparencia y Acceso a la Información Pública, así como del numeral Décimo segundo, fracción I de estos Lineamientos Técnicos Generales.

Última Reforma DOF 26/04/2023

En cuanto a la población objetivo<sup>108</sup> 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** Distintivo<sup>109</sup> 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 género<sup>110</sup>, 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*

<sup>108</sup> Población objetivo: Conjunto específico de individuos con características psicográficas (gustos, intereses, hábitos, costumbres, idiosincrasia, valores, estilo de vida, opiniones, actitudes o comportamiento de las personas) y sociodemográficas (edad, sexo, lugar de residencia y nivel socioeconómico) a quienes se dirige un mensaje.

<sup>109</sup> Se refiere a la sigla que identifica en su caso, a cada concesionario de acuerdo con el Registro de Infraestructura de Radiodifusión.

<sup>110</sup> En términos de lo establecido en el segundo párrafo del artículo 64 de la Ley General de Transparencia y Acceso a la Información Pública, así como del numeral Décimo segundo, fracción I de estos Lineamientos Técnicos Generales.

### 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.

Formato 23a LGT\_Art\_70\_Fr\_XXIII

#### Programa Anual de Comunicación Social o equivalente

Ejercicio	Fecha de inicio del periodo que se informa (día/mes/año)	Fecha de término del periodo que se informa (día/mes/año)	Denominación del documento del Programa Anual de Comunicación Social o equivalente	Fecha en la que se aprobó el Programa Anual de Comunicación Social o equivalente	Hipervínculo al Programa Anual de Comunicación Social o equivalente

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 23b LGT\_Art\_70\_Fr\_XXIII

#### Erogación de recursos por contratación de servicios de impresión, difusión y publicidad

Ejercicio	Fecha de inicio del periodo que se informa (día/mes/año)	Fecha de término del periodo que se informa (día/mes/año)	Función del sujeto obligado (catálogo)	Área administrativa encargada de solicitar el servicio o producto, en su caso	Clasificación del(los) servicios (catálogo)

Última Reforma DOF 26/04/2023

Tipo de servicio	Tipo de medio (catálogo)	Descripción de unidad	Tipo (catálogo): campaña o aviso institucional	Nombre de la campaña o aviso Institucional, en su caso (Redactado con perspectiva de género)	Año de la campaña	Tema de la campaña o aviso institucional (Redactado con perspectiva de género)

Objetivo institucional	Objetivo de comunicación (Redactado con perspectiva de género)	Costo por unidad	Clave única o número de identificación	Autoridad que proporcionó la clave única de identificación o el número de Identificación	Cobertura (catálogo)	Ámbito geográfico de cobertura	Fecha de inicio de la campaña o aviso institucional (día/mes/año)	Fecha de término de la campaña o aviso institucional (día/mes/año)

Respecto a la población objetivo de la campaña o aviso institucional, se publicará:				
Sexo (catálogo)	Lugar de residencia	Nivel educativo	Grupo de edad	Nivel socioeconómico

Respecto a la(s) persona(s) proveedora(s) y su contratación								
Razón social	Nombre completo de la(s) persona(s) proveedora(s) y/o responsable(s) de publicar la campaña o la comunicación			Sexo (catálogo)	Registro Federal de Contribuyentes de la persona física o moral proveedora del producto o servicio Publicitario	Procedimiento de contratación: licitación pública, adjudicación directa, invitación restringida	Fundamento jurídico del proceso de contratación	Descripción breve de las razones que justifican la elección de la persona proveedora
	Nombre (s)	Primer apellido	Segundo apellido					

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 o 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

Última Reforma DOF 26/04/2023

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

Formato 23c LGT\_Art\_70\_Fr\_XXIII

### 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]