



POLÍTICAS PARA LA PRODUCCIÓN DE CAMPAÑAS Y MATERIALES PROMOCIONALES

Para la óptima operación y eficacia de la comunicación del Gobierno en su conjunto, es indispensable lograr una sinergia en la forma y el fondo de los mensajes a ejecutar.

Es importante que los mensajes entre Secretarías y Dependencias no interfieran el uno con el otro, pues ello podría resultar en un decremento de credibilidad, o en la ineficacia del mensaje, por citar sólo dos posibles efectos negativos.

Para ello, la información a transmitir debe ser debidamente analizada a través de una “estrategia matriz”, que ha sido elaborada y será supervisada por la Dirección General de Imagen, Publicidad y Medios de la Presidencia de la República.

La “estrategia matriz” es aquella pauta que indicará los métodos y procedimientos más adecuados para que el Gobierno logre permear el mensaje deseado a su audiencia. Esto contribuirá para que los objetivos a mediano y largo plazo de *todo* el Gobierno sean cabalmente cumplidos, garantizando una imagen homogénea y sólida.

Para facilitar y supervisar este proceso, existe un equipo especialmente dedicado a lograr que toda la comunicación publicitaria, dentro y fuera del Gobierno, consiga sus propósitos.

Desde el inicio mismo de la concepción de un mensaje, hasta el lanzamiento de éste a los medios de comunicación, la Dirección General de Imagen, Publicidad y Medios de la Presidencia de la República debe estar activamente involucrada.

Es responsabilidad de cada Secretaría y de su Director de Comunicación, el contactar a la persona responsable del Enlace Interinstitucional de la Dirección General de Imagen, Publicidad y Medios de la Presidencia de la República, quien a su vez certificará que los lineamientos de la “estrategia matriz”, sean cumplidos.

La aprobación de un slogan, una campaña, un cartel, un spot para radio o televisión, espectaculares, material promocional diverso, etc., se hará oficial mediante un formato establecido para tal efecto, mismo que será entregado por el responsable del enlace interinstitucional de la Dirección General de Imagen, Publicidad y Medios de la Presidencia de la República, a los Directores de Comunicación de las distintas Secretarías y Dependencias.

Es también responsabilidad de los Directores de Comunicación el compartir esta información con el personal de la entidad gubernamental que representa.

Por las razones aquí planteadas, se agradecerá seguir los procedimientos que enseguida se describen, durante los procesos de comunicación y/o desarrollo de campañas publicitarias.

- Definir los objetivos de la campaña publicitaria, por parte de la entidad gubernamental.
- Antes de iniciar el proceso creativo, contactar al área de Imagen Presidencial para corroborar los lineamientos estratégicos de comunicación e imagen.

- Una vez revisados y autorizados los lineamientos, se podrá proceder a la producción correspondiente.
- Entregar el producto final al Enlace Interinstitucional de la Dirección General de Imagen, Publicidad y Medios de la Presidencia de la República, 15 días previos a la fecha programada para la producción (sea ésta masiva o limitada), entrega a medios y/o entrega de material a la población.
- El material, en su versión final, sólo podrá ser entregado a los medios, para producción (masiva o limitada) o para entrega al público, hasta haber sido autorizado formalmente por la Subdirectora de Enlace Interinstitucional de la Dirección General de Imagen, Publicidad y Medios de la Presidencia de la República.

POLÍTICAS PARA LA PRODUCCIÓN DE DISEÑOS Y MATERIALES PARA EVENTOS

En el caso de requerir el diseño de imágenes para eventos específicos al que asista el Presidente favor de tomar en cuenta los siguientes lineamientos:

- La petición debe realizarse con un mínimo de 48 horas antes del evento;
- En este mismo lapso de tiempo, debe proveer al área de Imagen Presidencial de la Dirección General de Imagen, Publicidad y Medios de la Presidencia de la República, la siguiente información:
 - Nombre del evento.
 - Dependencia, Gobierno Estatal o local o institución que lo organiza.
 - Logo, emblema o escudo de anfitrión y/o participantes (enviar imagen en alta resolución).
 - Localidad en la que se realizará la gira o evento.
 - Breve descripción del concepto del evento.
 - Materiales requeridos (*back*, *pendones*, *displays*, *roll-ups*, mantas y cualquier otro tipo de material gráfico).
 - Dimensiones y especificaciones del material gráfico solicitado.
 - Nombre y cargo del encargado del evento.
 - Datos del responsable del evento (número telefónico y correo electrónico).
 - Nombre y datos del responsable para dudas y/o aclaraciones.

**DIRECCIÓN GENERAL DE IMAGEN,
PUBLICIDAD Y MEDIOS DE LA
PRESIDENCIA DE LA REPÚBLICA**

RICARDO FRANCO QUIROZ
Director de Implementación y Tráfico
t. +52 (55) 2789 1500 ext. 3455
rfranco@presidencia.gob.mx

ALEJANDRA GUTIÉRREZ VALDÉS
Directora de Imagen Presidencial
t. +52 (55) 2789 1100 ext. 1464, 1466, 1467

MARIANA GURROLA PINEDA
Subdirectora de Enlace Interinstitucional
t. +52 (55) 2789 1500 ext. 3457