

# GOBERNACIÓN



Unidad de Normatividad de Medios de Comunicación  
Dirección General de Normatividad de Comunicación

Oficio núm. UNMC/DGNC/0072/2022

Ciudad de México, a 27 de enero de 2022

Asunto:	Autorización de la Estrategia y Programa Anual de Promoción y Publicidad 2022 del FONATUR.
---------	--

**Lic. Héctor Gustavo Armenta Sosa**  
**Director General de Comunicación Social**  
**Secretaría de Turismo**

**Ricardo Ampudia y Malacara**  
**Director de Comercialización**  
**Fondo Nacional de Fomento al Turismo**

Me refiero al oficio No. DGCS/044/2022 de fecha 20 de enero de 2022, emitido por la Dirección General de Comunicación Social de la Secretaría de Turismo, mediante el cual se remite para su autorización la Estrategia y Programa Anual de Promoción y Publicidad del Fondo Nacional de Fomento al Turismo (FONATUR), correspondiente al Ejercicio Fiscal 2022.

Sobre el particular y con fundamento en lo dispuesto por el artículo 27, fracción VIII de la Ley Orgánica de la Administración Pública Federal; 20 de la Ley General de Comunicación Social, 39 del Reglamento Interior de la Secretaría de Gobernación; 10 del Decreto de Presupuesto de Egresos de la Federación para el Ejercicio Fiscal 2022, así como por el artículo 12 del Acuerdo por el que se establecen los Lineamientos Generales para el registro y autorización de las Estrategias y Programas de Comunicación Social y de Promoción y Publicidad de las dependencias y entidades de la Administración Pública Federal para el Ejercicio Fiscal 2022, publicado en el Diario Oficial de la Federación el 14 de enero de 2022 (en lo sucesivo el Acuerdo), esta Dirección General autoriza, en el ámbito de su competencia, la Estrategia y Programa Anual de Promoción y Publicidad del Fondo Nacional de Fomento al Turismo.

Cabe mencionar que en el oficio No. SRF/KGH/840/2021 de fecha 15 de diciembre del 2021, emitido por la Subdirección de Recursos Financieros del FONATUR, se precisa el monto del techo presupuestal asignado a la partida 36201, y que dicha cantidad es la misma que aparece como monto asignado en el Programa Anual de Promoción y Publicidad, por lo que se da cumplimiento al artículo 8 del Acuerdo.

La aplicación de estudios de pertinencia y efectividad de campañas debe realizarse en términos del artículo 42 y demás disposiciones en la materia, así como atender a los Criterios Metodológicos de Evaluación de Campañas.

Los recursos presupuestarios deben estar previamente autorizados y asignados a la partida de gasto 36201 del Clasificador por Objeto del Gasto para la Administración Pública Federal y su ejercicio debe sujetarse a los criterios de austeridad y racionalidad del gasto contenidas en la Ley Federal de Presupuesto y Responsabilidad Hacendaria y el Presupuesto de Egresos de la Federación para el Ejercicio Fiscal 2022, así como a lo dispuesto en la Ley de Adquisiciones, Arrendamientos y Servicios del Sector Público, su Reglamento, y demás disposiciones aplicables. **Las contrataciones deben llevarse a cabo bajo la estricta responsabilidad de la dependencia o entidad contratante.**

Es importante destacar que las dependencias y entidades tienen las responsabilidades que se encuentran contenidas en la fracción XXI del artículo 3º del Acuerdo, además de que la difusión de las campañas deberán someterse a la autorización de esta Dirección General, de acuerdo a las vigencias programadas, observando el procedimiento y los plazos señalados en los artículos 17, 18, 19, 20 y demás relativos y aplicables del Acuerdo.

**Unidad de Normatividad de Medios de Comunicación  
Dirección General de Normatividad de Comunicación**

Oficio núm. UNMC/DGNC/0072/2022

Ciudad de México, a 27 de enero de 2022

Se precisa atender lo referido en los Oficios No. UNMC/DGNC/1200/2021 y UNMC/DGNC/0010/2022 de fechas 1° de diciembre de 2021 y 17 de enero de 2022 respectivamente, mediante los cuales se comunicó que deberán abstenerse de difundir propaganda gubernamental en las demarcaciones territoriales durante las fechas que ahí se especifican, a través de cualquier medio, motivo de los procesos electorales locales ordinarios y extraordinarios 2022 que se desarrollan en las entidades federativas.

Del mismo modo, respecto a la Revocación de Mandato, emitido en el Oficio No. UNMC/DGNC/1202/2021 de fecha 1° de diciembre de 2021, mediante la cual se informó que tendrán que abstenerse de difundir propaganda gubernamental durante el periodo de veda.

Cabe recordar el verificar que los contenidos de sus campañas sean acordes a lo dispuesto en el párrafo octavo del artículo 134 de la CPEUM, así como observar lo dispuesto en el artículo 89, fracción VII de la Ley Federal de Telecomunicaciones y Radiodifusión. Le informo que en caso de solicitar modificación de la Estrategia y el Programa Anual de Comunicación Social, se atienda lo señalado en los artículos 14, 15 y 16 del Acuerdo.

Finalmente, no omito mencionar que el presente oficio se extiende bajo la consideración del artículo quinto del Acuerdo por el que se amplía la suspensión de los plazos, términos y actividades en la Secretaría de Gobernación, con las exclusiones que en el mismo se indican, publicado en el Diario Oficial de la Federación el 27 de mayo de 2020.

Sin otro particular, aprovecho la ocasión para enviarle un cordial saludo.

**Atentamente**



**J. Rafael Márquez Meza**  
Director General

C.c.p. Lic. Jesús Ramírez Cuevas, Coordinador General de Comunicación Social y Vocero del Gobierno de la República.- Presente.  
Lic. José Manuel Marroquín Pineda, Titular de la Unidad de Normatividad de Medios de Comunicación, SEGOB.- Presente.

JZM/PSA/EPGR

Archivo de DGNC, SEGOB



**FONATUR**

**PRESENTACIÓN**  
**ESTRATEGIA Y PROGRAMA ANUAL 2022**

<b>Dependencia o Entidad:</b>	Fondo Nacional de Fomento al Turismo
<b>Naturaleza Jurídica:</b>	Fidelcomiso Publico
<b>Cabeza de sector:</b>	Secretaría de Turismo
<b>Fecha de elaboración:</b>	06 de enero de 2022

**Misión:**

Identificar, concretar y detonar proyectos de inversión sustentables en el sector turístico; orientados al desarrollo regional, la generación de empleo, la captación de divisas, el desarrollo económico y el bienestar social, para mejorar la calidad de vida de la población.

**Visión:**

Convertirse en un instrumento estratégico clave para el desarrollo de la inversión turística sustentable en México, contribuyendo a la mejora e igualdad social, la consolidación y modernización de destinos turísticos y la competitividad del sector turístico, en beneficio de la población.

**Objetivo Institucional:**

Contribuir a la planeación, programación y desarrollo de la actividad turística y de los recursos turísticos, así como a la promoción del financiamiento de las inversiones turísticas.

**Objetivo de la estrategia de comunicación:**

Incentivar la inversión en los desarrollos turísticos del FONATUR y contribuir al posicionamiento de la marca FONATUR.

Entorno del mercado	Metas generales	Temas específicos de promoción y publicidad y/o ventajas competitivas
1.- Los principales desarrollos turísticos del FONATUR se encuentran consolidados y generan flujos importantes de demanda turística. Existen desarrollos en fase de crecimiento o expansión capaces de estimular e incrementar la inversión turística en el país. La inseguridad del país se presenta como una amenaza para invertir y para generar flujos turísticos.	Promover e impulsar la inversión en los desarrollos turísticos del FONATUR, así como elevar el posicionamiento del FONATUR como entidad de fomento y desarrollo turístico en el país.	Promoción de los Centros Integralmente Planeados y de los Proyectos Turísticos Integrales del FONATUR.

MEDIOS ELECTRÓNICOS

MEDIOS IMPRESOS

MEDIOS COMPLEMENTARIOS

COORDINACIÓN GENERAL DE COMUNICACIÓN SOCIAL  
SECRETARÍA DE GOBIERNO  
MÉXICO Y VOCEERÍA DEL GOBIERNO DE LA REPÚBLICA

DESIGN, PRODUCCIÓN, POST-PRODUCCIÓN

TOTAL  
20 ENE. 2022

**VALIDADO**

450.00

300.00

8,200.00

Lic. Héctor Gustavo Armenta Sosa

Lic. Ricardo Ampudia y Malacara

Nombre y firma del titular de comunicación social de la coordinadora sectorial

Nombre y firma del titular de mercadotecnia de la dependencia/entidad

