

Secretaría de Gobernación

Instrumentar la Normatividad en Materia de Comunicación Social y Coordinar la Relación con los Medios de Comunicación del Gobierno Federal

Auditoría de Desempeño: 2024-0-04100-07-0323-2025

Modalidad: Presencial

Núm. de Auditoría: 323

Criterios de Selección

Esta auditoría se seleccionó con base en los criterios establecidos por la Auditoría Superior de la Federación para la integración del Programa Anual de Auditorías para la Fiscalización Superior de la Cuenta Pública 2024 en consideración de lo dispuesto en el Plan Estratégico de la ASF.

Objetivo

Fiscalizar el cumplimiento de objetivos y metas de la Secretaría de Gobernación en la instrumentación de la normatividad en materia de comunicación social y la coordinación de la relación con los medios de comunicación del Gobierno Federal.

Alcance

El alcance temporal de la auditoría correspondió al ejercicio fiscal 2024 y se utilizó como referencia el periodo 2019-2023. En el marco del cumplimiento de objetivos y metas del Programa presupuestario (Pp) P005 "Instrumentar la normatividad en materia de comunicación social y coordinar la relación con los medios de comunicación del Gobierno Federal", a cargo de la Secretaría de Gobernación, el alcance temático comprendió la revisión del diseño, formulación y regulación de la política de comunicación social, su instrumentación y supervisión, así como la contribución a que la población de todo el país esté informada sobre logros y acciones de gobierno por medio de las campañas de la Administración Pública Federal; la economía; los mecanismos de seguimiento y evaluación en el cumplimiento de los objetivos y metas del Pp P005; los Objetivos de Desarrollo Sostenible, y la evaluación del control interno.

Las normas aplicadas en materia de auditorías de desempeño son congruentes con el Marco de Pronunciamientos Profesionales de la Organización Internacional de Entidades Fiscalizadoras Superiores (INTOSAI).

Antecedentes

De acuerdo con el artículo 27, fracción VIII, de la Ley Orgánica de la Administración Pública Federal,¹ a la Secretaría de Gobernación (SEGOB) le corresponde “[...] elaborar e instrumentar la normatividad aplicable, conforme a la Constitución y las leyes, en materia de comunicación social del Gobierno Federal y las relaciones con los medios masivos de información; administrar, salvo lo establecido en las leyes electorales, el tiempo de que dispone el Estado en radio y televisión; así como autorizar, supervisar y evaluar los programas de comunicación social y publicidad de las dependencias y entidades de la Administración Pública Federal”. Asimismo, en 2018 se publicó la Ley General de Comunicación Social a la que la SEGOB quedó sujeta, y en 2019 se emitió la Política de Comunicación Social del Gobierno Federal, de la cual la SEGOB también es responsable.

En materia de comunicación social, en el Programa Sectorial de Gobernación (PROSEGOB) 2020-2024, se reconoce como un asunto de interés que es necesario desarrollar capacidades que fortalezcan al Estado de derecho, para mejorar la gobernabilidad y disminuir la distancia entre la población y el gobierno; para ello, se buscó implementar acciones que permitan que los ciudadanos perciban resultados reales y logren percatarse de los cambios gestados por el Gobierno Federal.

Al respecto, en 2024, para cumplir con sus funciones en materia de comunicación social y contribuir a atender el asunto de interés descrito, la SEGOB operó el Pp P005 “Instrumentar la normatividad en materia de comunicación social y coordinar la relación con los medios de comunicación del Gobierno Federal”, el cual estuvo alineado al Objetivo prioritario 1 “Coadyuvar a recuperar el Estado de Derecho para garantizar la gobernabilidad democrática a nivel nacional”, del Programa Sectorial de Gobernación 2020-2024, y estableció como objetivo de nivel de Fin en su Matriz de Indicadores para Resultados “contribuir a la paz, Estado democrático y de derecho mediante la actualización y verificación del cumplimiento del orden normativo en materia de radio, televisión, cinematografía; así como de juegos y sorteos y la revisión, evaluación y autorización de los programas anuales de comunicación social de las Dependencias y Entidades de la Administración Pública Federal, para mantener informada a la población de todo el país sobre los logros y acciones de gobierno”.

En ese contexto, en 2024, la SEGOB operó el Pp P005 con el objeto de formular, conducir e implementar la política de comunicación social y, por medio de dicho Pp, ejerció 334,428.9 miles de pesos.

¹ **Diario Oficial de la Federación (DOF)**, 29 de diciembre de 1976, última modificación del 30 de noviembre de 2018.

Resultados

1. *Diseño, formulación y regulación de la Política de Comunicación Social*

a) Diseño de la Política de Comunicación Social

De acuerdo con la Secretaría de Gobernación (SEGOB), la Política de Comunicación se concibe bajo dos acepciones, primera, en sentido amplio involucra “toda aquella normatividad relacionada con la Comunicación Social del Gobierno Federal y se incluyen las disposiciones normativas”² y, segunda, en el sentido restringido, “puede considerarse por Política de Comunicación Social del Gobierno Federal, al instrumento normativo emitido por la Presidencia de la República y publicado en el Diario Oficial de la Federación (DOF) el 17 de abril de 2019, el cual sigue vigente, denominado ‘Acuerdo por el que se Establece la Política de Comunicación Social del Gobierno Federal’”.

De las acepciones de Política de Comunicación Social de la SEGOB, se identificó que la normativa relacionada con la Comunicación Social del Gobierno Federal tiene relación directa con el conjunto normativo de las actividades sustantivas del Pp P005 “Instrumentar la normatividad en materia de comunicación social y coordinar la relación con los medios de comunicación del Gobierno Federal”, debido a que se establecieron las atribuciones para que la secretaría realice los procesos relacionados con la autorización, supervisión y evaluación de programas de comunicación social de las entidades y dependencias de la Administración Pública Federal (APF) o, de ser el caso, establezca la normativa específica que regule dichos procesos.

En el Acuerdo por el que se establece la Política de Comunicación Social del Gobierno Federal se refirió a la SEGOB como la encargada de emitir anualmente los Lineamientos para la autorización de Estrategias, Programas Anuales y Campañas de Comunicación Social, así como las reglas relativas a la difusión de las campañas de carácter industrial, comercial, mercantil y de promoción y publicidad que promuevan o publiciten la venta de productos o servicios que generan algún ingreso para el Estado; además, dicho Acuerdo tiene un total de 21 artículos en los cuales se detallan las características con las que debe contar cada programa, campaña y estrategia de comunicación social, entendidos como parte central de la política de comunicación.

² La Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos (CPEUM), la Ley General de Comunicación Social (LGCS), la Ley Orgánica de la Administración Pública Federal (LOAPF), la Ley Federal de Presupuesto y Responsabilidad Hacendaria (LFPRH), la Ley Federal de Austeridad Republicana (LFAR), la Ley Federal de Telecomunicaciones y Radiodifusión (LFTTR), la Ley General de Instituciones y Procedimientos Electorales (LGIEPE), la Ley Federal de Revocación de Mandato (LFRM), el Presupuesto de Egresos de la Federación para el Ejercicio Fiscal 2024 (PEF), el 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 2024, el Acuerdo por el que se establece la Política de Comunicación Social del Gobierno Federal y el Acuerdo por el que se expide el Clasificador por Objeto del Gasto para la Administración Pública Federal (COG-APF).

La Ley General de Comunicación Social establece las atribuciones que la secretaría debe realizar en términos de asistencia técnica, tiempos del Estado y comunicación social, mientras que el Acuerdo refiere las características específicas del proceso de la política.

La Política de Comunicación Social formulada por la Presidencia de la República tiene relación con la Ley General de Comunicación Social y el Acuerdo por el que se establecen los Lineamientos Generales para el registro y autorización de los programas de comunicación social y de promoción y publicidad de las dependencias y entidades de la Administración Pública Federal, con lo cual se comprobó que la normativa describe cómo es que la secretaría interviene en el proceso de comunicación social del Gobierno Federal.

Sobre los mecanismos para la valoración de la política de comunicación social para contar con elementos para definir su articulación e instrumentar las atribuciones antes descritas, la SEGOB informó que “no existe documento alguno cuya denominación sea Programa Anual de la Política de Comunicación Social, o alguno en cuyo contenido de manera programada y anualizada se establezca información de la Política de Comunicación Social del Estado mexicano o, en su caso, del Gobierno Federal en su conjunto”.

Al respecto, toda vez que el Programa presupuestario revisado es de modalidad “P” involucra actividades de planeación, seguimiento y evaluación de políticas públicas, y por las características de la política, de acuerdo con la dependencia fiscalizada, se enfoca en “mantener una constante capacitación y asesoría a las áreas de Comunicación Social de las dependencias y entidades de la Administración Pública Federal que les permita cumplir con el 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 y demás normativa aplicable”, cuyas “áreas responsables de su operación, en 2024, fueron la Unidad de Normatividad de Medios de Comunicación, la Dirección General de Comunicación Social, la Dirección General de Radio Televisión y Cinematografía, la Dirección General de Normatividad de Comunicación y la Dirección General de Medios Impresos”.

Se constató que, en el año de fiscalización, el Pp P005 fue el instrumento que articuló la Política de Comunicación Social del Gobierno Federal, y sobre las unidades responsables del Pp, se identificó que la Dirección General de Comunicación Social, mencionada por la SEGOB, no formó parte de la estructura organizacional del Reglamento Interior de 2019, vigente en 2024. Con base en lo anterior, se identificaron áreas de oportunidad para que la SEGOB establezca mecanismos para integrar y reportar las actividades sustantivas de la política, y que éstas se encuentren a cargo de las unidades responsables que conforman la estructura de la dependencia y con las atribuciones que se establecen en la normativa vigente, con el fin de alcanzar sus objetivos institucionales.

Con el oficio núm. SEGOB/UAF/DGPYP/3414/2025 del 22 de septiembre de 2025, como hechos posteriores, la dependencia fiscalizada señaló que “se diseñaron formatos específicos con los niveles de autorización, en los cuales se reflejan los responsables de la elaboración, supervisión y validación de las autorizaciones a las Estrategias y Programas de

Comunicación Social y/o Promoción y Publicidad”. Además, la secretaría evidenció que el mecanismo denominado “Cédula de Evaluación de las Estrategias y Programas Anuales 2025” se formalizó mediante oficio en el que se instruyó a los responsables de las áreas de Evaluación de Campañas Gubernamentales y Estrategias y Recursos a requisitar la Cédula de Evaluación de Estrategias y Programas Anuales 2025, “con el propósito de cumplir con los objetivos institucionales, así como con la normativa vigente”.

Con los formatos de la “Cédula de Evaluación de las Estrategias y Programas Anuales 2025” evaluados en 2025, la SEGOB comprobó la implementación de la cédula, en la que se establecen los plazos y requisitos de las autorizaciones que se otorguen en el marco de la instrumentación de la Política de Comunicación Social, así como del cumplimiento a los criterios de evaluación, autorización de las Estrategias y Programas Anuales de Comunicación Social y de Promoción y Publicidad de las dependencias y entidades del Gobierno Federal, por lo que la secretaría acreditó la instrumentación de un mecanismo que le permita integrar y reportar las actividades sustantivas de la política, a cargo de las unidades responsables que conforman la estructura de la SEGOB y con las atribuciones de la norma vigente, con el fin de alcanzar sus objetivos institucionales, con lo que se solventa lo observado.

Sobre las atribuciones conferidas en el Reglamento Interior de la Secretaría de Gobernación de 2019, vigente en el ejercicio fiscal 2024, a las unidades responsables de operar el Pp P005, así como el comparativo con el reglamento de 2025, se observó una evolución en el detalle de las atribuciones en materia de comunicación social para la secretaría por medio de las unidades administrativas que participaron en la operación del Pp P005 en 2024, así como las atribuciones de la Dirección General de Radio, Televisión y Cinematografía como unidad responsable del programa.

Como hechos posteriores y debido a las atribuciones conferidas en la MIR del Pp P005, la SEGOB actualizó su reglamento interior en 2025, en el que se identificó que incorporó, nuevamente, a la Dirección General de Comunicación Social, con la atribución de “proponer las políticas en la materia”, así como la adscripción de las direcciones generales de Radio, Televisión y Cinematografía, de Normatividad de Comunicación y de Medios Impresos a la Unidad de Normatividad de Medios de Comunicación. Las atribuciones de estas tres direcciones generales se conservaron en relación con las que tenían en 2024, para el Pp P005 sujeto de fiscalización, con lo que se solventa la observación relacionada con la Dirección General de Comunicación Social en las actividades sustantivas de la MIR del Pp P005 de 2024.

b) Formulación y Regulación de la Política de Comunicación Social

Para el ejercicio fiscal 2024, la SEGOB emitió el "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 2024", publicado en el DOF el 29 de diciembre de 2023, y en relación con su formulación, la dependencia documentó el proceso

de elaboración, con lo que se identificó que la Dirección General de Normatividad de Comunicación trabajó en conjunto con la Dirección General de Radio, Televisión y Cinematografía y la Dirección General de Medios Impresos en la elaboración de propuestas del proyecto para el ejercicio fiscal 2024, enviadas a la Unidad de Normatividad de Medios de Comunicación, a fin de que aprobara lo correspondiente a sus atribuciones.

Con base en lo anterior, la SEGOB acreditó la elaboración de normativa en materia de comunicación social del Gobierno Federal, en el ámbito de su competencia, así como el cumplimiento de las funciones de la Unidad de Normatividad de Medios de Comunicación.

En el Acuerdo por el que se establece la Política de Comunicación Social del Gobierno Federal se identificó que “la Secretaría de Gobernación es la encargada de regular el gasto en materia de Comunicación Social, en la Administración Pública Federal, por lo que de conformidad con lo establecido en el Presupuesto de Egresos respectivo y en las leyes aplicables en la materia, emitirá anualmente los Lineamientos para la autorización de Estrategias, Programas Anuales y Campañas de Comunicación Social, así como las reglas relativas a la difusión de las campañas de carácter industrial, comercial, mercantil y de promoción y publicidad que promuevan o publiquen la venta de productos o servicios que generan algún ingreso para el Estado”.

La SEGOB definió como Programa Anual al Conjunto de Campañas derivadas de la Estrategia Anual, con recursos asignados en las partidas de gasto 36101 o 36201 del Clasificador,³ y aclaró que “no puede existir un Programa sin una Estrategia previa” que contenga una serie de acciones encaminadas a un fin determinado dependiendo de los objetivos de cada dependencia o entidad. Una Estrategia Anual de Comunicación Social es el instrumento de planeación que expresa los temas gubernamentales prioritarios para ser difundidos durante el ejercicio fiscal correspondiente por la dependencia o entidad de la APF.

La secretaría informó que, en 2024, “la planeación de los Programas Anuales de Comunicación Social estuvo a cargo de cada dependencia y entidad de la Administración Pública Federal, pero respetando en todo momento los plazos establecidos como fecha límite para la entrega de documentos ante la Coordinación General de Comunicación Social y Vocería del Gobierno de la República y posteriormente a la SEGOB”, y se verificó que el procedimiento enunciado por la dependencia es consistente entre la instrumentación y la operación de las normas vigentes en materia de comunicación social.

Asimismo, la SEGOB precisó que “al momento de establecer bases, coordina a las dependencias y entidades de la Administración Pública Federal para el debido cumplimiento de las disposiciones de la Ley General de Comunicación Social y demás marco normativo en materia de Comunicación Social”. La secretaría especificó que la Dirección General de Normatividad de Comunicación operó la evaluación de estrategias y programas mediante el

³ La partida presupuestal 36101 Difusión de mensajes sobre programas y actividades gubernamentales, y la partida presupuestal 36201 Difusión de mensajes comerciales para promover la venta de productos o servicios.

sistema informático denominado “Sistema de Información de Normatividad de Comunicación (SINC)”, e informó que otorgó asistencia técnica para registros y actualizaciones en el SINC, así como la atención a requerimientos específicos.

Para 2024, la SEGOB documentó que realizó 93 (100.0%) asistencias técnicas a 44 dependencias y entidades de la APF, entre las instituciones que requirieron un mayor número de asistencias se encuentran la Secretaría de Marina, con el 10.8% (10), la Secretaría de la Defensa Nacional, con el 9.7% (9), y la Secretaría de Relaciones Exteriores, con el 5.4% (5), en tanto que el 74.1% (69) restante se distribuyó entre 41 dependencias y entidades de la APF.

De las 93 asistencias técnicas, el 66.7% (62) estuvieron relacionadas con el SINC, mientras que el 33.3% (31) se realizó mediante visitas que hacen las entidades y dependencias de la Administración Pública Federal “[...] durante las cuales se pueden atender solicitudes de asesoría técnica”, realizadas en el primer trimestre del ejercicio fiscal 2024, “periodo en el cual presentan su solicitud de evaluación a su Estrategia y programa Anual de Comunicación Social y de Promoción y Publicidad”, con lo que la dependencia acreditó la asistencia técnica de Estrategias, Programas y Campañas de Comunicación Social.

2. Instrumentación de la Política de Comunicación Social

En 2024, la SEGOB evaluó las Estrategias y Programas de Comunicación Social y/o Promoción y Publicidad conforme a las bases establecidas para el registro, autorización, supervisión y evaluación en el 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 2024, por medio de las solicitudes que estas últimas remiten mediante oficio, y que fueron validadas en el Sistema de Información de Normatividad de Comunicación (SINC), para su registro y autorización, de conformidad con el plazo establecido en dicho Acuerdo. Además, como resultado del proceso, se identificó que en caso de que se verifique el cumplimiento normativo, se procede a la elaboración del oficio de autorización; en caso contrario, a la elaboración del oficio de observaciones.

Las Estrategias y Programas Anuales de Comunicación Social y de Promoción y Publicidad se clasifican en dos vertientes: 1) Programas Anuales de Promoción y Publicidad y 2) Programas Anuales de Comunicación Social.⁴ En 2024, la dependencia recibió 114 (100.0%) solicitudes de Estrategias y Programas Anuales de Comunicación, de los cuales el 82.5% (94) correspondió a solicitudes de programas de comunicación social, dirigidos a la difusión de mensajes sobre programas y actividades Gubernamentales, mientras que el 17.5% (20) a

⁴ La diferencia tiene su origen en “la publicación del Presupuesto de Egresos de la Federación y en la naturaleza para la ejecución de gasto de cada entidad”, por lo que un Programa de Comunicación Social se relaciona con la partida 36101 Difusión de mensajes sobre programas y actividades gubernamentales, mientras que un Programa Anual de Promoción y Publicidad con la partida presupuestal 36201 Difusión de mensajes comerciales para promover la venta de productos o servicios.

programas de promoción y publicidad, enfocados a mercadotecnia para la difusión de mensajes comerciales para promover la venta de productos o servicios, con lo que la secretaría, en el ámbito de sus atribuciones, realizó la evaluación a los programas de comunicación social y publicidad de las dependencias y entidades de la Administración Pública Federal.

De los 114 programas y estrategias registrados, 14 fueron observados y 100 autorizados, de estos últimos, el 84.0% (84) correspondió a la partida 36101, para la difusión de mensajes sobre programas y actividades gubernamentales, y el 16.0% (16), a la partida 36201, dirigida a programas para la difusión de mensajes comerciales para promover la venta de productos o servicios, con lo que la dependencia fiscalizada, por medio de la Dirección General de Normatividad de Comunicación, registró y autorizó los programas y estrategias de comunicación social y publicidad en 2024.

Los 100 programas y estrategias autorizados fueron reportados en el indicador de nivel de Fin “Porcentaje de programas de comunicación social y de mercadotecnia autorizados”, de la MIR del Pp P005, haciendo la precisión de que “los programas de mercadotecnia se refieren a los Programas de Promoción y Publicidad”. En relación con los resultados del indicador en 2024, en el “Formato para el Registro de Avance de los Indicadores”, se reportó el 100.0% de avance, dato coincidente con lo incluido en la Cuenta Pública, en donde se precisó que “Las dependencias y entidades del Gobierno Federal remiten a la Dirección General de Normatividad de Comunicación (DGNC) sus solicitudes de autorización, lo que implica una revisión puntual de los requisitos, y de cumplir con éstos procede su autorización. Es importante señalar que solamente se autorizan los programas que cuentan con recurso asignado en las partidas de gasto 36101 y 36201 de acuerdo con el PEF 2024”.

De 2019 a 2024, se cuantificaron 610 (100.0%) registros de programas y estrategias presentados ante la secretaría, de los cuales el 56.4% (344) fueron autorizados y el 43.6% (266) observados, y presentaron un incremento del 40.9% en promedio anual, al pasar de 18 en 2019 a 100 programas autorizados en 2024.

Del indicador “Porcentaje de autorizaciones de campañas institucionales”, de nivel Componente de la MIR del Pp P005 en 2024, la SEGOB especificó que las campañas institucionales son “aquéllas que difunden el quehacer gubernamental, acciones o logros de Gobierno o estimulan acciones de la ciudadanía para acceder a algún beneficio o servicio público”, y aclaró que “no es lo mismo que programa, ya que este último es el conjunto de campañas derivadas de una Estrategia Anual”. Con la información presentada en la Cuenta Pública 2024, el indicador reportó un 100.0% de avance y la realización de cuatro campañas, respecto de las tres programadas en su Estrategia y Programa Anual de Comunicación, lo que representó el 133.3% y no el 100.0% de avance.

Con base en lo anterior, se determinó que la secretaría presentó como área de oportunidad contar con un mecanismo que le permita integrar y reportar información concluyente para un mismo concepto en el periodo, en lo que corresponde al indicador “Porcentaje de

autorizaciones de campañas institucionales, a fin de que informe y disponga de la evidencia correspondiente sobre su desempeño y del logro real de sus metas.

Con el oficio núm. SEGOB/UAF/DGPYP/3414/2025 del 22 de septiembre de 2025, la dependencia fiscalizada señaló que durante el ejercicio fiscal 2024 se registraron cuatro campañas en la MIR, de las que tres correspondieron a la difusión (“Mensajes a la ciudadanía”, “Sexto Informe de Gobierno” y “Prevención de Consumo de Drogas Químicas”), y el cuarto registro se relacionó con la producción de los materiales audiovisuales de la campaña del Sexto Informe de Gobierno. La SEGOB aclaró que “el nombre Porcentaje de autorización de campañas institucionales determinó una atribución propia de la Dirección General de Normatividad de Comunicación, que es la única que autoriza campañas, en cambio la Dirección General de Comunicación Social solo difunde campañas”, por lo que puntualizó que, en 2022, solicitó a la Secretaría de Hacienda y Crédito Público el cambio de nombre del indicador a “Porcentaje de difusión de campañas institucionales”, sin que fuera realizado.

Asimismo, la SEGOB informó que “se diseñó e implementó un cambio para el año 2026 con la creación del nuevo Programa Presupuestario P006 ‘Articulación de la Política en Materia de Comunicación Social del Gobierno Federal’”,⁵ en el que se incorporó el indicador “Porcentaje de difusión de campañas institucionales”, cuyo método de cálculo es adecuado con las variables determinadas para su medición, con lo que la SEGOB especificó que medirá de forma concluyente la actividad, a fin de garantizar que lo reportado en Cuenta Pública y sus registros internos sea idéntico y esté sustentado en las atribuciones y facultades de la Dirección General de Comunicación Social, por lo que la secretaría acreditó que realizó las gestiones para contar con un mecanismo que le permita integrar y reportar información concluyente para un mismo concepto en el periodo, y medir el cumplimiento de los objetivos y metas institucionales, con lo que se solventa lo observado.

En 2024, la SEGOB reportó el registro de 155 (100.0%) campañas relacionadas con los programas de comunicación social, el 98.1% (152) correspondió a registros autorizados, mientras que el 1.9% (3) restante a los tres registros rechazados. Asimismo, en el registro de las campañas de comunicación social y publicidad autorizadas para 2024, se identificó que la SEGOB reportó 16 registros clasificados como campañas observadas, 13 fueron atendidas por las entidades y dependencias correspondientes, lo que permitió que las 152 campañas autorizadas fueran atendidas en tiempo y forma por parte de la Dirección General de Normatividad de Comunicación.

Para el indicador “Porcentaje de medios actualizados con respecto al total registrado en el Padrón Nacional de Medios Impresos”, de la MIR del Pp P005 en 2024, la SEGOB precisó que

⁵ La institucionalización del Pp P006 Articulación de la Política en Materia de Comunicación Social del Gobierno Federal para el ejercicio fiscal de 2026, es producto de una estrategia de simplificación de la estructura programática, en la que el Pp P005 sujeto de esta revisión se unificará con el Pp E004 “Producción de programas informativos de radio y televisión del Ejecutivo Federal”, a cargo del órgano desconcentrado de la SEGOB denominado Centro de Producción de Programas Informativos y Especiales.

“el Padrón Nacional de Medios Impresos (PNMI) es un registro oficial, voluntario y de consulta pública, integrado únicamente por medios impresos de comunicación que circulan periódicamente en el país y para formar parte los medios impresos deben actualizarse anualmente y cumplir con los requisitos publicados en la página de la Secretaría de Gobernación”. Asimismo, la dependencia refirió que “se realizaron 315 movimientos a fin de mantener actualizado el Padrón Nacional de Medios Impresos (PNMI). Es importante manifestar que el indicador de registro y actualización tiene como base la información que los medios impresos presentan de forma voluntaria para su publicación en el PNMI, conforme a su interés de ser considerados dentro de los planes, programas y campañas de difusión de las diversas áreas de comunicación de la Administración Pública Federal”. Sobre la administración del PNMI, se identificó que se centra en solicitudes de nuevos registros y en actualizaciones.

3. *Supervisión de la Política de Comunicación Social*

La Secretaría de Gobernación informó que “evalúa Programas Anuales de Comunicación Social que pertenecen a alguna dependencia o entidad de la Administración Pública Federal, sin que exista como tal un documento único titulado ‘Programa anual de Política de Comunicación Social’, que en su contenido englobe todas las campañas o acciones de difusión del Gobierno Federal”; además, precisó que, en relación con el ejercicio fiscal 2024, “no realizó estudios e investigaciones para conocer los efectos de las transmisiones de radio y televisión y de las exhibiciones cinematográficas sobre las actividades del Ejecutivo Federal”, ni contó con registro de éstos en el periodo 2019-2024, por lo que la dependencia presentó como área de oportunidad establecer mecanismos que le permitan cumplir con sus atribuciones respecto de la realización de los estudios, investigaciones, análisis y evaluaciones necesarias para conocer oportunamente los efectos de las transmisiones de radio y televisión y de las exhibiciones cinematográficas sobre las actividades del Ejecutivo Federal y, en su caso, proponer las medidas que deban adoptarse, previo acuerdo con la persona Titular de la Unidad de Normatividad de Medios de Comunicación.

En el transcurso de la auditoría y con motivo de la intervención de la Auditoría Superior de la Federación, mediante el oficio núm. SEGOB/UAF/DGPYP/3414/2025 del 22 de septiembre de 2025, la secretaría proporcionó el documento denominado “Dinámica de Gestión para Análisis y Evaluaciones”, con el cual “la Dirección General de Normatividad de Comunicación proporcionará trimestralmente parte de los principales resultados de los estudios Pre-Test y Post Test”, con el propósito de que la Dirección General de Radio, Televisión y Cinematografía pueda realizar las actividades relacionadas con la atribución de gestionar la elaboración de los estudios, investigaciones, análisis y evaluaciones necesarias para conocer oportunamente los efectos de las transmisiones de radio y televisión y de las exhibiciones cinematográficas sobre las actividades del Ejecutivo Federal; dicho análisis “deberá remitirse a más tardar el último día hábil de febrero del siguiente ejercicio fiscal de que se trate, en el entendido de que la temporalidad de los mismos sea anual, es decir de febrero a febrero, y con esto guardar concordancia con el cierre previsto en el 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”.

Por lo anterior, con el documento denominado “Dinámica de Gestión para Análisis y Evaluaciones”, la SEGOB acreditó la instrumentación del mecanismo para efectuar el análisis que le permita conocer los efectos de las transmisiones de radio y televisión y de las exhibiciones cinematográficas sobre las actividades del Ejecutivo Federal, con lo que se solventa lo observado.

La SEGOB precisó que la Dirección General de Radio, Televisión y Cinematografía comparte la administración de tiempos oficiales con el Instituto Nacional Electoral (INE) en periodos regulares (no electorales), la DGRTC tiene a cargo el 88.0% y el INE el 12.0%. Para el indicador de nivel Componente “Porcentaje de utilización de tiempos oficiales pautados en las estaciones de radio y televisión abierta”, de la MIR del Pp P005 de 2024, de la SEGOB acreditó el monitoreo de 2,073 señales distribuidas en cada uno de los estados de la República, y en la Cuenta Pública refirió el avance del 100.9% para este indicador, 0.9 puntos porcentuales arriba de la meta establecida, sin que evidenciara el tiempo oficial pautado que fue utilizado en 2024, ni el total del tiempo del que dispuso el Ejecutivo Federal en las estaciones de radio y televisión, a pesar de que en la Cuenta Pública 2024 reportó en el indicador la utilización de 409,124 horas de Tiempo Oficial pautado en estaciones de radio y televisión abierta, y de que se informara que “La Dirección administró el uso del tiempo oficial, de acuerdo con las solicitudes de las Dependencias, Entidades, Poderes Legislativo y Judicial, así como de los Órganos Autónomos”.

Con base en lo anterior, se identificó que la dependencia fiscalizada presentó como área de oportunidad contar con mecanismos para informar sobre su desempeño; así como para demostrar la programación y acreditar el cumplimiento de la meta en la MIR del Pp P005 en relación con la utilización de tiempos oficiales pautados en las estaciones de radio y televisión abierta, a fin de verificar con oportunidad y eficiencia los resultados en esta materia.

Con el oficio núm. SEGOB/UAF/DGPYP/3414/2025 del 22 de septiembre de 2025, la dependencia fiscalizada señaló que, en el marco de la estrategia de simplificación de la estructura programática, a partir del ejercicio fiscal 2026, el Pp P005 se actualizará, a fin de identificarse como Pp P006 “Articulación de la política en materia de comunicación social del Gobierno Federal de México”. La secretaría demostró que en agosto de 2025 se registró y formalizó el Instrumento de Seguimiento de Desempeño, así como sus metas en el Sistema de Proceso Integral de Programación y Presupuesto (PIPP) y en el Portal Aplicativo de la Secretaría de Hacienda y Crédito Público (PASH).

En los indicadores que conformarán el Pp P006, para 2026, se identificó que en materia de la utilización de tiempos oficiales pautados en las estaciones de radio y televisión abierta, se estableció en el nivel de componente un indicador con el objetivo de “administrar los Tiempos Oficiales del Estado mediante pautas de transmisión para los concesionarios de radio y televisión”, cuyo método de cálculo se modificó en relación con el evaluado en 2024,

con lo que la SEGOB acreditó la implementación de instrumentos de control para reportar los datos e información relevante y de calidad relacionada con las actividades sustantivas de la operación del Pp P005, vigente en 2024, y ahora Pp P006, con el propósito de documentar e informar de manera adecuada el logro de sus objetivos, con lo que se solventa lo observado.

4. *Contribución a que la población de todo el país esté informada sobre logros y acciones de gobierno por medio de las campañas de comunicación social de la Administración Pública Federal (APF)*

En el nivel de propósito de la MIR del Pp P005, se estableció como objetivo que “La población de todo el país es informada sobre los logros y acciones de gobierno a través de las campañas de comunicación social de las dependencias y entidades de la Administración Pública Federal”, para lo cual se diseñó el indicador “Porcentaje de evaluación de estudios”, y reportó un avance del 100.0% en Cuenta Pública 2024.

La SEGOB proporcionó el Formato para Registro de Avance de los Indicadores (FRAI) 2024, en él se identificó que en el ejercicio fiscal en revisión se evaluaron 73 estudios, los cuales no se acreditaron, por lo que la dependencia presenta como área de oportunidad contar con mecanismos que le permitan generar información relevante y de calidad para reportar su desempeño, y valorar que la población de todo el país es informada sobre los logros y acciones de gobierno mediante las campañas de comunicación social de las dependencias y entidades de la Administración Pública Federal.

Con el oficio núm. SEGOB/UAF/DGPYP/3414/2025 del 22 de septiembre de 2025, la dependencia fiscalizada señaló que “En el marco de la estrategia de simplificación de la estructura programática, a partir del ejercicio fiscal 2026 el programa presupuestario P005 ‘Instrumentar la normatividad en materia de comunicación social y coordinar la relación con los medios de comunicación del Gobierno Federal’ se actualizará, con lo que se quedará identificado como Pp P006 ‘Articulación de la política en materia de comunicación social del Gobierno de México’, e informó que como parte de esta estructura “las direcciones generales de Medios Impresos, Normatividad de Comunicación, Radio, Televisión y Cinematografía, Comunicación Social y el Centro de Producción de Programas Informativos y Especiales (CEPROPIE) participan, interactúan y se vinculan de manera directa con los diferentes medios de comunicación y la población mediante la articulación de la política de comunicación social del Gobierno Federal con el fin de contribuir a que la población mexicana este informada sobre logros y acciones que lleva a cabo el gobierno”.

La SEGOB proporcionó el diagnóstico del Pp P006, en el que se identificó a cada una de las direcciones participantes, las fuentes de información de la que cada área es responsable y la frecuencia con la que deben actualizar cada una de las fuentes, así como la definición de indicadores, métodos de cálculo y medios de verificación. Asimismo, en el documento se estableció la vinculación del Pp P006 con el objetivo “1.1: Promover y fortalecer el desarrollo de una sociedad democrática, participativa, transparente y justa, del Plan Nacional de Desarrollo 2025-2030”, y su Estrategia “1.1.4: Ampliar el acceso a los medios

públicos de Información y divulgación, fortaleciendo la gestión documental y la administración de archivos para impulsar la participación ciudadana en la agenda pública”.

La dependencia informó del diseño del indicador de la MIR del Pp P006 de nivel de Fin, el cual tiene un objetivo y método de cálculo que, de acuerdo con la entidad fiscalizada, “no sólo mide una actividad operativa (la autorización), sino que sirve como un indicador fundamental para evaluar la contribución del Programa al objetivo superior. Un alto porcentaje de autorización, derivado de una evaluación rigurosa, asegura que los recursos públicos se canalicen exclusivamente hacia campañas que cumplen con la normatividad y se alinean con la política de comunicación social del Gobierno Federal, garantizando así su impacto y cobertura efectiva”. Con lo anterior, la dependencia fiscalizada comprobó la implementación de un mecanismo de control que le permitirá reportar información relevante y de calidad sobre su desempeño en la materia, con lo que se solventa lo observado.

En el Diagnóstico del Pp P005, vigente en 2024, se estableció en el apartado 4. “Cobertura” que la identificación y caracterización de la población potencial o área de enfoque potencial del Pp P005 es de carácter nacional y cubre todos los grupos y sectores de la población, y que las áreas de enfoque institucionales son las áreas de comunicación social o similares de las dependencias de la Administración Pública Federal, a las cuales les resulta aplicable la normatividad de comunicación en el ámbito del Gobierno Federal. De acuerdo con la SEGOB “la cobertura de eventos se realizó a petición de la oficina de la secretaría, subsecretarías y los diferentes organismos que conforman la dependencia, y se dio mediante dos tipos: 1. Presencial con personal y equipo de campo. 2. Virtual (seguimiento mediante plataformas digitales)”.

Como un instrumento de medición de la cobertura, en la MIR del Pp P005, se incluyó el objetivo “Cobertura por parte de la Dirección General de Comunicación Social de las notas de prensa, boletines y comunicados que difunden los medios de comunicación”, con el indicador de nivel Actividad “Porcentaje de comunicados informativos que se publican”, para el cual la SEGOB reportó en la Cuenta Pública un 100.0% de avance con respecto a la meta alcanzada y la meta programada de 400 comunicados, e informó que “La actividad gubernamental de la nueva titular de Gobernación y conforme a sus nuevas instrucciones, reportó sus actividades a través de redes sociales disminuyendo los comunicados, así como del relevo que se dio en la Subsecretaría de Derechos Humanos, Población y Migración. Aunado a lo anterior, los Órganos Administrativos Desconcentrados como el Sistema Nacional de Protección de Niñas, Niños y Adolescentes (SIPINNA) y la Unidad de Política Migratoria, Registro e Identidad de Personas (UPMRIP), disminuyeron el número de publicaciones que esta Dirección General de Comunicación Social publicaba, debido a su nueva agenda interna”.

De los 400 comunicados informativos en medios, la dependencia acreditó 263 textos de índole informativo, como comunicados y tarjetas informativas, los cuales también fueron publicados en la página web oficial de la Secretaría de Gobernación, que, en términos del indicador “Porcentaje de comunicados informativos que se publican”, corresponden al

65.7% de avance, cifra que representa una diferencia del 34.3% respecto del dato reportado en la Cuenta Pública con los registros internos de la entidad. Al respecto, se identificó como área de oportunidad para la SEGOB implementar mecanismos de control para reportar información relevante y de calidad sobre su desempeño en materia de comunicados informativos que se publican.

La SEGOB precisó que “el resultado obtenido tiene un impacto positivo toda vez que la información que se emitió mediante comunicados de prensa y material audiovisual estuvo enfocada en las tareas que le corresponden a la SEGOB y fue la necesaria para mantener la gobernabilidad en el país”, sin que se evidenciara cómo se midió dicho impacto, por lo que la dependencia presenta como área de mejora definir mecanismos para valorar el impacto positivo referido, así como revisar y actualizar el nombre del área encargada de medir la cobertura y modificar el objetivo del indicador “Porcentaje de comunicados informativos que se publican” de la MIR del Pp P005, dado que, con base en información de la secretaría, la Dirección General de Comunicación Social dejó de existir a partir de la modificación al Reglamento Interior de la Secretaría en 2019.

Con el oficio núm. SEGOB/UAF/DGPYP/3414/2025 del 22 de septiembre de 2025, en el marco de la estrategia de simplificación de la estructura programática para 2026, la dependencia fiscalizada acreditó que en la MIR del Pp P006 se incluye el indicador estratégico de nivel actividad relacionado con los comunicados informativos en los diferentes medios de comunicación para las diferentes audiencias, el cual, de acuerdo con la secretaría, le permitirá “cuantificar de manera precisa el rendimiento del proceso de comunicación, asegurando que no sólo se elaboren los contenidos generados por un evento o solicitud formal, sino que éstos efectivamente se publiquen y estén a disposición de las diferentes audiencia”. Este indicador estará a cargo de la Dirección General de Comunicación Social, la cual forma parte de la estructura orgánica de la dependencia de acuerdo con su reglamento interior vigente a 2025.

Con lo anterior, la dependencia fiscalizada comprobó que revisó y actualizó el indicador encargado de medir la cobertura, modificando su objetivo y método de cálculo, lo que le permitirá contar con un mecanismo de control para valorar el impacto del Pp, y reportar información relevante y de calidad sobre su desempeño en la materia, con lo que se solventa lo observado.

De acuerdo con 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 2024, por medio de la Dirección General de Normatividad de Comunicación, la SEGOB publicó los Criterios Metodológicos para la Evaluación de Campañas, en ellos se identificó que se estableció la metodología y especificaciones técnicas, objetivos y estructura para ejecutar un determinado estudio de pertinencia y efectividad en campañas gubernamentales, en apoyo a las unidades de comunicación social de la Administración Pública Federal (APF), y de las agencias de investigación publicitaria y de opinión pública. De conformidad con estos criterios, las opciones para evaluar la pertinencia y efectividad de las campañas son la

realización de estudios pre-test de campañas⁶ que se llevan a cabo con metodología cualitativa y los estudios post-test de campañas⁷ que se elaboran con metodología cuantitativa.

Para el periodo 2019-2024, la SEGOB reportó 330 estudios post-test realizados por las dependencias y entidades para medir el grado de cumplimiento de las metas y objetivos de los programas y campañas difundidas, y en el mismo periodo se observó una tendencia al alza en la presentación de estudios post-test, ya que se registró una tasa media de crecimiento anual del 9.7%, al pasar de 49 estudios en 2019 a 78 en 2024, siendo este último el año en el que más estudios post-test se han presentado por las dependencias y entidades de la APF. Cada uno de los archivos estuvo conformado por el oficio de envío del estudio post-test, el formato de presentación de resultados de estudios 2024 y el oficio de recomendaciones derivadas de la evaluación al resultado del estudio Post-test, elaborado por la Dirección General de Normatividad de Comunicación de la SEGOB.

De los 78 estudios recibidos en 2024 por la secretaría para la revisión y, en su caso, emisión de observaciones, se constató que en el 39.7% (31) la SEGOB emitió dos observaciones, en el 24.4% (19) no emitió observaciones, en el 20.5% (16) emitió una, en el 9.0% (7) emitió tres recomendaciones, y en el 3.8% (3) cuatro recomendaciones, y en el 2.6% (2) cinco observaciones, con lo que se constató que la secretaría emitió los criterios metodológicos con los que las dependencias y entidades de la APF debieron cumplir en la elaboración y presentación de estudios.

5. *Economía*

En Cuenta Pública 2024, se informó que para la operación del Programa presupuestario (Pp) P005 “Instrumentar la normatividad en materia de comunicación social y coordinar la relación con los medios de comunicación del Gobierno Federal”, la Secretaría de Gobernación ejerció 334,428.9 miles de pesos (mdp), lo que representó el 27.9% (129,557.5 miles de pesos) menos respecto de los 463,986.4 miles de pesos aprobados, datos que fueron consistentes con los registros internos de la secretaría y que correspondieron a 364 afectaciones presupuestales sobre los recursos ejercidos del Pp P005, aprobadas por la Secretaría de Hacienda y Crédito Público. Con los recursos ejercidos para la operación del Pp P005, la dependencia fiscalizada formuló, condujo e implementó la estrategia de la Política de Comunicación Social del Gobierno Federal.

⁶ Es la evaluación de una campaña de comunicación social antes de ser difundida con la finalidad de conocer el impacto, comprensión y grado de aceptación que tiene entre el público objetivo y así anticipar y establecer el cumplimiento de los objetivos de comunicación planteados por la dependencia o entidad.

⁷ Es la evaluación que se realiza al término de la difusión de una campaña de comunicación social (no mayor a cuatro semanas del término de su vigencia). Su fin es medir el grado de cumplimiento de los objetivos y metas de comunicación establecidos durante la planeación de la campaña por la dependencia y/o entidad a fin de identificar áreas de oportunidad.

6. *Mecanismos de seguimiento y evaluación en el cumplimiento de los objetivos y metas del Pp P005*

a) Sistema de Evaluación del Desempeño⁸

En el “Diagnóstico del Programa presupuestario (Pp) P005 ‘Instrumentar la normatividad en materia de comunicación social y coordinar la relación con los medios de comunicación del Gobierno Federal”, vigente en 2024, se establecieron tres objetivos para el Pp P005 con motivo de atender la problemática asociada a la “difusión ineffectiva de las acciones de la APF”.

Sobre las causas y efectos descritos en el diagnóstico y su vinculación con la problemática que motivó la creación del Pp P005, se identificó que de las cinco causas, tres se relacionaron directamente con la problemática enunciada,⁹ en tanto que dos¹⁰ no se correspondieron con aquella; y de los cinco efectos, uno, el “Bajo Nivel de Penetración de los mensajes de Gobierno”, se relacionó de manera directa con las causas y la problemática del Pp P005, y los cuatro efectos restantes, “Fomento de Conductas Discriminatorias”, “Falta de empleos a jóvenes”, “Bajo nivel educativo” y “Aumento en la obesidad de la población mexicana”, no tuvieron concordancia con la instrumentación de normatividad en materia de comunicación social. Con base en lo anterior, se determinó que, en lo que corresponde a la problemática que atiende el Pp P005, la dependencia presenta como área de oportunidad precisar las diversas causas que la originan, así como sus efectos.

En cuanto a la alineación del Pp P005 con la planeación de mediano plazo, se identificó su relación con el Plan Nacional de Desarrollo 2019-2024 mediante el Eje 1 “Política y Gobierno”, así como con el objetivo 1 “Coadyuvar a recuperar el Estado de Derecho para garantizar la gobernabilidad democrática a nivel nacional”, y la estrategia 1.5 “Robustecer el marco normativo y las herramientas digitales y documentales que fortalezcan la transparencia en cuanto a procesos administrativos en materia de comunicación social del Gobierno y atender las necesidades gubernamentales en cuanto a medios cinematográficos”, del Programa Sectorial de Gobernación 2020-2024.

En la lógica vertical de la Matriz de Indicadores para Resultados (MIR) del Pp P005, la SEGOB definió nueve objetivos, de los cuales uno correspondió al nivel Fin, uno al de Propósito, cuatro al de Componente y tres al de Actividad, con seis indicadores que fueron

⁸ Se define como “el conjunto de elementos metodológicos que permiten realizar una valoración objetiva del desempeño de los programas, bajo los principios de verificación del grado de cumplimiento de metas y objetivos, con base en indicadores estratégicos y de gestión que permitan conocer el impacto social y económico de los programas y de los proyectos”, en la Secretaría de Hacienda y Crédito Público, **Guía para el diseño de la Matriz de Indicadores para Resultados**, México, vigente en 2024, p. 12.

⁹ Las causas referidas a la “Difusión de las ineficacias del Gobierno”, “Indefinición de campañas prioritarias” y la “Ineficiencia en la evaluación y seguimiento de campañas”.

¹⁰ Causas referidas a “marginación por sexismo” y “mínima preparación de la población joven en el país”.

insuficientes e inconsistentes.¹¹ Con lo anterior, se constató que la SEGOB presentó un área de oportunidad para establecer con claridad la relación causa-efecto directa que existe entre los diferentes niveles de los objetivos definidos de la MIR del Pp P005. Asimismo, se identificó que en su contenido no se estableció ningún indicador relacionado con la actividad de juegos y sorteos, a pesar de ser considerada como una característica en el objetivo de nivel Fin y la SEGOB no evidenció actividades al respecto.

En la lógica horizontal del Pp P005, se establecieron nueve indicadores, uno a nivel Fin, uno a nivel Propósito, cuatro a nivel Componente y tres a nivel Actividad, enfocados en evaluar la gestión de la Secretaría de Gobernación en materia de instrumentar la normatividad en materia de comunicación social, de los cuales dos de nivel Componente y dos de nivel Actividad fueron suficientes para evaluar el cumplimiento del objetivo del programa y cinco fueron insuficientes para valorar la contribución del programa en la atención al problema público y su aportación a la planeación nacional, debido a que a nivel Fin, Propósito, Componente y Actividad se determinó que el indicador no empleó variables consistentes relacionadas con medir el objetivo establecido, además de que uno de los indicadores a nivel componente requiere la modificación del objetivo, de acuerdo con las atribuciones conferidas en el Reglamento Interior de la SEGOB, vigente en 2024, por lo que la secretaría presentó como área de oportunidad diseñar indicadores que permitan examinar las relaciones causa-efecto, de derecha a izquierda, a fin de hacer el seguimiento de los objetivos y evaluar adecuadamente el logro del programa.

Con el oficio núm. SEGOB/UAF/DGPYP/3414/2025 del 22 de septiembre de 2025, la dependencia fiscalizada documentó que sobre el diseño general de la MIR del Pp P005, el 6 de agosto de 2025, presentó a la Dirección General de Programación y Presupuesto de la secretaría los Formatos para el Instrumento de Diseño (ID) y el Instrumento de Seguimiento de Desempeño (ISD) de los Programas presupuestarios P005 y P006; la programación de metas de los indicadores correspondientes; la versión final de las fichas de los indicadores, y la actualización del objetivo del Programa presupuestario. Lo anterior, producto de una estrategia de simplificación de la estructura programática para el ejercicio fiscal de 2026, en la que el Pp P005 "Instrumentar la normatividad en materia de comunicación social y coordinar la relación con los medios de comunicación del Gobierno Federal", se actualizará, con lo que se quedará identificado como Pp P006 "Articulación de la política en materia de comunicación social del Gobierno de México".

En lo que corresponde a sus atribuciones, en el Diagnóstico del Programa Presupuestario P006, la SEGOB definió las causas y los efectos que están vinculados con la situación por

¹¹ A nivel Componente, en tres de los cuatro indicadores no se establece con claridad la relación entre los productos realizados por la SEGOB y cómo impactaron en que la población de todo el país esté informada sobre los logros y acciones de gobierno, y uno de los cuatro estuvo a cargo de la Dirección General de Comunicación Social (DGCS), que de acuerdo con el Reglamento Interior de la SEGOB, vigente a 2024, ya no formaba parte de la estructura de la secretaría, y a nivel Actividad, en dos de los tres indicadores, el objetivo no fue suficiente debido a que éstos se circunscribieron a la generación de insumos para el seguimiento de las campañas de comunicación social, sin establecer una relación clara con cada componente.

atender con dicho Pp; asimismo, con los Formatos para el Registro de Avance de los Indicadores (FRAI) del Pp P006, la dependencia fiscalizada acreditó que de los 12 indicadores que integrarán la MIR de 2026, estará a cargo de diez, uno en el nivel de Fin, uno de nivel Propósito, cuatro de nivel de Componente y cuatro de Actividad, en tanto que los dos restantes estarán a cargo del Centro de Producción de Programas Informativos y Especiales. Además, la secretaría precisó que “el rediseño de la MIR, basado en la metodología de marco lógico y validado por la Secretaría de Hacienda y Crédito Público: Elimina insuficiencias e inconsistencias específicas señaladas, como el caso de los juegos y sorteos”, lo que se verificó mediante la revisión del diagnóstico, y los oficios de autorización de los registros en sistema.

Con base en lo anterior, la SEGOB acreditó que realizó las gestiones para contar con un diagnóstico actualizado sobre las causas y efectos relacionadas con la situación por atender con el Pp mediante el cual operará sus funciones a partir del 2026, así como la realización de un rediseño de la MIR, con lo que se solventa la observación relacionada con la determinación de las causas, efectos y diseño de indicadores asociados a sus actividades sustantivas.

b) Rendición de Cuentas

En los documentos de rendición de cuentas,¹² la Secretaría de Gobernación reportó información relacionada con las actividades para la formulación y regulación de la Política de Comunicación Social, así como de la instrumentación y supervisión de ésta; de la contribución a que la población de todo el país esté informada sobre logros y acciones de gobierno por medio de las campañas de comunicación social de la Administración Pública Federal, y en materia de economía, lo que permitió verificar la instrumentación de la normatividad de comunicación social y coordinar la relación con los medios de comunicación del Gobierno Federal.

7. *Objetivos de Desarrollo Sostenible*

En 2024, la Secretaría de Gobernación indicó que el Pp P005 “Instrumentar la normatividad en materia de comunicación social y coordinar la relación con los medios de comunicación del Gobierno Federal” se alineó al Objetivo de Desarrollo Sostenible 16 “Promover sociedades pacíficas e inclusivas para el desarrollo sostenible, facilitar el acceso a la justicia para todos y crear instituciones eficaces, responsables e inclusivas a todos los niveles” y a la Meta 10 “Garantizar el acceso público a la información y proteger las libertades fundamentales, de conformidad con las leyes nacionales y los acuerdos internacionales”. Asimismo, la dependencia fiscalizada precisó que su contribución con el Pp P005 al ODS 16 y a la Meta 10 es indirecta.

¹² Sexto Informe de Labores de la Secretaría de Gobernación, 2023-2024, con información del periodo del 1 de septiembre de 2023 al 31 de julio de 2024; el Informe de Gestión Gubernamental 2018-2024 de la Secretaría de Gobernación, con corte al mes agosto de 2024, y la Cuenta Pública 2024.

8. Control interno

La SEGOB informó que realizó acciones para la operación de los principios de las normas de control interno mediante la implementación de 53 elementos de los 17 principios de control interno en 2024, el 24.5% (13) correspondió a la norma primera, el 20.8% (11), a la norma segunda, el 32.1% (17), a la norma tercera, el 15.1% (8), a la norma cuarta y el 7.5% (4), a la norma quinta.

Sobre el Cuestionario de Control Interno relacionado con los 53 (100.0%) elementos que se realizó a la dependencia fiscalizada, ésta informó que implementó el 79.2% (42 reactivos) de las cinco normas generales; el 18.9% (10 reactivos) “no aplica”, en los principios “1 - Mostrar actitud de respaldo y compromiso; 12 - Implementar actividades de control; 13 - Usar información relevante y de calidad; 14 - Comunicar internamente; 15 - Comunicar externamente y 16 - Realizar actividades de supervisión”, ya que precisó que en el ejercicio presupuestal 2024, la Secretaría de la Función Pública (ahora Secretaría Anticorrupción y Buen Gobierno) no implementó la Encuesta de Clima y Cultura Organizacional; sin embargo, refirió que se realizó un análisis del periodo 2019-2023, a fin de generar las Prácticas de Transformación 2025, e informó que “en ejercicio fiscal 2024, el Pp P005 ‘Instrumentar la normatividad en materia de comunicación social y coordinar la relación con los medios de comunicación del Gobierno Federal’, no fue sujeto a actos de fiscalización”; no contó con algún sistema de información que, de manera integral, oportuna y confiable, permitiera a la alta dirección y, en su caso, al Órgano de Gobierno, realizar seguimientos y tomar decisiones en los procesos vinculados con el Pp P005, ya que “dentro de la institución, de cada área perteneciente a la SEGOB y vinculada al P005, transmiten y comparten información, principalmente con el propósito de presentar y explicar la toma de decisiones y acciones a implementar y se realiza de forma vertical y jerárquica”; “la comunicación de todas las actividades, planes, procesos, programas, etc.”, y “reporta la emisión a medios de comunicación y a la población en general, de información relacionada con las acciones y actividades necesarias para el desahogo de los asuntos de su competencia, a través de su página web y los portales particulares de cada área así como sus respectivas redes sociales”.

En cuanto al reactivo (1.9%) que respondió que no, la SEGOB precisó que, para el principio 7 “Identificar, analizar y responder a los riesgos”, en 2024 no se incluyó en la integración de la Matriz de Administración de Riesgos Institucional elementos de valoración de los riesgos institucionales relacionados con el Pp P005.

Al respecto, la entidad fiscalizada proporcionó el Informe Anual del Estado que Guarda el Sistema de Control Interno Institucional realizado en 2024, en el que se obtuvo un porcentaje general de cumplimiento del 82.4% de los elementos de control y por norma general de control interno, de conformidad con la Evaluación al Sistema de Control Interno Institucional, correspondiente al ejercicio 2024, y realizó 33 acciones de mejora relacionadas con la aplicación de encuestas a las personas usuarias de trámites o servicios en materia de juegos y sorteos, para conocer la calidad del servicio otorgado, así como la aplicación de encuestas a los usuarios de trámites de Expedición de Certificados de Licitud de Título y Contenido para publicaciones Nacionales, con el propósito de conocer su nivel de

satisfacción, así como evaluar la confiabilidad, honestidad y transparencia con la que se efectuaron los trámites y en su caso, señalar las quejas y sugerencias de cara a la mejora del servicio y descartar posibles riesgos de corrupción.

Consecuencias Sociales

En 2024, mediante la operación del Pp P005 “Instrumentar la normatividad en materia de comunicación social y coordinar la relación con los medios de comunicación del Gobierno Federal”, la Secretaría de Gobernación asesoró a las dependencias y entidades de la Administración Pública Federal (APF) en relación con el alcance de la normativa aplicable a los medios de comunicación; recibió 114 solicitudes de Estrategias y Programas Anuales de Comunicación, de los cuales autorizó 100, el 84.0% (84) se relacionaron con la difusión de mensajes sobre programas y actividades gubernamentales, y el 16% (16) se dirigió a programas para la difusión de mensajes comerciales para promover la venta de productos o servicios, y registró 155 campañas relacionadas con los programas de comunicación social de las dependencias y entidades de la APF, con el fin de contribuir a que la población de todo el país esté informada sobre los logros y acciones de gobierno por medio de sus campañas de comunicación social. En ese año, no se establecieron indicadores o referentes de medición para valorar el impacto de las campañas de comunicación sobre los logros y acciones de gobierno.

Resumen de Resultados, Observaciones, Acciones y Recomendaciones

Se determinaron 8 resultados, de los cuales, en 3 no se detectaron irregularidades y 5 fueron solventados por la entidad fiscalizada antes de la emisión de este Informe.

Dictamen

El presente se emite el 22 de septiembre de 2025, fecha de conclusión de los trabajos de auditoría. Ésta se practicó sobre la información proporcionada por la entidad fiscalizada de cuya veracidad es responsable; fue planeada y desarrollada de acuerdo con el objetivo de fiscalizar el cumplimiento de objetivos y metas de la Secretaría de Gobernación en la instrumentación de la normatividad en materia de comunicación social y la coordinación de la relación con los medios de comunicación del Gobierno Federal. Se aplicaron los procedimientos y las pruebas que se estimaron necesarios; en consecuencia, existe una base razonable para sustentar este dictamen.

En el Programa Sectorial de Gobernación 2020-2024 se reconoce que es necesario desarrollar capacidades que fortalezcan al Estado de derecho, para mejorar la gobernabilidad y disminuir la distancia entre la población y el gobierno; para ello, como asunto de interés, por medio de la instrumentación de la política de comunicación social, se pretende incrementar el conocimiento de los ciudadanos sobre los resultados y logros del Gobierno Federal, con el objetivo de aumentar la confianza de la población en el cumplimiento de las acciones de gobierno, a fin de garantizar la gobernabilidad democrática a nivel nacional.

Al respecto, en la Ley Orgánica de la Administración Pública Federal se reconoce que la Secretaría de Gobernación (SEGOB) tiene la atribución de elaborar e instrumentar la normativa aplicable en materia de comunicación social del Gobierno Federal y las relaciones con los medios masivos de información, por lo que en la Ley General de Comunicación Social se reconoció como “secretaría administradora”.

Para atender el asunto de interés descrito, en 2024, la SEGOB operó el Pp P005 “Instrumentar la normatividad en materia de comunicación social y coordinar la relación con los medios de comunicación del Gobierno Federal”, con objeto de formular, regular y conducir la política de comunicación social del Gobierno Federal, para lo cual, de acuerdo con la Cuenta Pública, ejerció 334,428.9 miles de pesos, en coincidencia con sus registros internos.

Los resultados de la fiscalización mostraron que, en 2024, en cuanto al diseño de la Política de Comunicación Social, la SEGOB operó el Programa presupuestario (Pp) P005 “Instrumentar la normatividad en materia de comunicación social y coordinar la relación con los medios de comunicación del Gobierno Federal”, el cual se constituyó como el instrumento que articula la Política de Comunicación Social del Gobierno Federal, enmarcado en la Política de Comunicación Social formulada por la Presidencia de la República, en la Ley General de Comunicación Social y en el Acuerdo por el que se establecen los Lineamientos Generales para el registro y autorización de los programas de comunicación social y de promoción y publicidad de las dependencias y entidades de la Administración Pública Federal, normas que tienen una relación directa con un contenido específico de cómo se debe realizar la instrumentación del proceso de comunicación social en el Gobierno Federal por parte de la SEGOB. Asimismo, se identificó la operación y asignación de responsabilidades del Pp P005 con la Dirección General de Comunicación Social, la cual, de acuerdo con la SEGOB, no formó parte de la estructura organizacional del Reglamento Interior de 2019, vigente en el año de revisión.

La SEGOB documentó que llevó a cabo 93 asistencias técnicas a 44 dependencias y entidades de la APF. De la totalidad de las asistencias técnicas, el 66.7% (62) estuvieron relacionadas con el Sistema de Información de Normatividad de Comunicación (SINC), mientras que el 33.3% (31) se realizó mediante visitas a las entidades y dependencias de la APF.

En 2024, la SEGOB recibió 114 solicitudes de Estrategias y Programas Anuales de Comunicación, de los cuales el 82.5% (94) correspondió a solicitudes de programas de comunicación social, dirigidos a la difusión de mensajes sobre programas y actividades gubernamentales, mientras que el 17.5% (20) a programas de promoción y publicidad, enfocados a mercadotecnia para la difusión de mensajes comerciales para promover la venta de productos o servicios, con lo que la secretaría, en el ámbito de sus atribuciones, reportó la evaluación a los programas de comunicación social y publicidad de las dependencias y entidades de la APF. De los 114 programas y estrategias registrados, 14 fueron observados y 100 autorizados.

Para 2024, la SEGOB reportó el registro de 155 campañas relacionadas con los programas de comunicación social de las dependencias y entidades de la APF, el 98.1% (152) correspondió a registros autorizados, mientras que el 1.9% (3) restante a los tres registros rechazados, con lo que la dependencia fiscalizada demostró que registró y autorizó campañas de comunicación social y publicidad en tiempo y forma.

Para los indicadores “Porcentaje de programas de comunicación social y de mercadotecnia autorizados” y “Porcentaje de medios actualizados con respecto al total registrado en el Padrón Nacional de Medios Impresos”, se reportó el cumplimiento del 100.0% en relación con la meta programada de la MIR del Pp P005. En tanto que para el indicador “Porcentaje de autorizaciones de campañas institucionales”, la dependencia presentó como área de oportunidad establecer mecanismos de control que le permitan integrar y reportar información concluyente para un mismo concepto, debido a la diferencia entre los datos reportados en la Cuenta Pública y los registros internos de la secretaría.

Sobre la supervisión, la SEGOB informó que “evalúa Programas Anuales de Comunicación Social que pertenecen a alguna dependencia o entidad de la APF, sin que exista como tal un documento único titulado ‘Programa anual de Política de Comunicación Social’, que en su contenido englobe todas las campañas o acciones de difusión del Gobierno Federal”; además, precisó no contar con registro de estudios e investigaciones realizados para conocer los efectos de las transmisiones de radio y televisión y de las exhibiciones cinematográficas sobre las actividades del Ejecutivo Federal en el año de fiscalización, ni contó con registro de éstos en el periodo 2019-2024.

La SEGOB reportó el monitoreo de un total de 2,073 señales distribuidas en cada uno de los estados de la República, sin que la dependencia evidenciara la programación ni el avance del 100.9% reportado en Cuenta Pública para el indicador de nivel Componente “Porcentaje de utilización de tiempos oficiales pautados en las estaciones de radio y televisión abierta”.

Sobre la MIR del Pp P005, se identificaron áreas de oportunidad relativas a precisar las diversas causas que dan origen a la problemática referida a la “difusión inefectiva de las acciones de la APF”, en tanto que, de las cinco causas, dos no se correspondieron con dicha problemática; y de los cinco efectos, cuatro no tuvieron concordancia con la instrumentación de normatividad en materia de comunicación social. Asimismo, en cuanto a la lógica vertical y horizontal de la MIR, se detectaron insuficiencias en su construcción, debido a que los objetivos e indicadores no permitieron examinar la relación causa-efecto directa entre los diferentes niveles de la MIR, ni realizar el seguimiento de los objetivos; además, no se estableció algún indicador relacionado con la actividad de juegos y sorteos, a pesar de ser considerada una característica en el objetivo de nivel Fin de este programa.

En 2024, la SEGOB informó que el Pp P005, con una contribución indirecta, se alineó al Objetivo de Desarrollo Sostenible 16 “Promover sociedades pacíficas e inclusivas para el desarrollo sostenible, facilitar el acceso a la justicia para todos y crear instituciones eficaces, responsables e inclusivas a todos los niveles” y, de éste, a la Meta 10 “Garantizar el acceso

público a la información y proteger las libertades fundamentales, de conformidad con las leyes nacionales y los acuerdos internacionales”.

En relación con el control interno, la dependencia fiscalizada respondió los 53 reactivos sobre su Sistema de Control Interno Institucional vinculado con el Pp P005, de los cuales 42 (79.2%) contestó de manera afirmativa; en 10 (18.9%) reactivos señaló que no son aplicables, y en uno (1.9%) contestó que no. Al respecto, la SEGOB proporcionó la evidencia documental de las respuestas afirmativas y en las 10 preguntas en las que la entidad fiscalizada respondió “no aplica”, presentó las justificaciones correspondientes.

En 2024, para evaluar la contribución del Programa presupuestario P005 “Instrumentar la normatividad en materia de comunicación social y coordinar la relación con los medios de comunicación del Gobierno Federal” a la atención de la problemática que sustenta su operación, se definió como objetivo de propósito de la Matriz de Indicadores para Resultados que “La población de todo el país es informada sobre los logros y acciones de gobierno a través de las campañas de comunicación social de las dependencias y entidades de la Administración Pública Federal”, cuya medición se realiza con base en el indicador “Porcentaje de evaluación de estudios”, y para valorar la cobertura, en la MIR del Pp P005, en el nivel de actividad, se incluyó el objetivo “Cobertura por parte de la Dirección General de Comunicación Social de las notas de prensa, boletines y comunicados que difunden los medios de comunicación”, con el indicador “Porcentaje de comunicados informativos que se publican”; al respecto, para ambos indicadores, en la Cuenta Pública se reportó el 100.0% de avance respecto de la meta programada.

Para el indicador de “Porcentaje de evaluación de estudios”, la secretaría informó que fueron evaluados 73 estudios, sin que éstos se acreditaran, ni se explicara cómo es que, con ellos, se determina que la población de todo el país es informada sobre los logros y acciones de gobierno por medio de las campañas de comunicación social de las dependencias y entidades de la Administración Pública Federal, y para el indicador “Porcentaje de comunicados informativos que se publican” se informó de 400 comunicados informativos en medios, de éstos, la dependencia acreditó 263, los cuales corresponden al 65.7% de avance del indicador, cifra que representa una diferencia del 34.3% entre lo reportado en la Cuenta Pública y los registros internos de la dependencia.

En relación con los 400 comunicados informativos en medios, la dependencia fiscalizada precisó que “el resultado obtenido tiene un impacto positivo toda vez que la información que se emitió mediante comunicados de prensa y material audiovisual estuvo enfocada en las tareas que le corresponden a la SEGOB y fue la necesaria para mantener la gobernabilidad en el país”, sin que se evidenciara cómo se midió dicho impacto.

Asimismo, en el periodo 2019-2024, la secretaría reportó 330 estudios post-test realizados por las dependencias y entidades para medir el grado de cumplimiento de las metas y objetivos de los programas y campañas difundidas, en atención de los Criterios Metodológicos emitidos por la Dirección General de Normatividad de Comunicación, de la SEGOB.

En conclusión, para 2024, la Secretaría de Gobernación, mediante el Pp P005 “Instrumentar la normatividad en materia de comunicación social y coordinar la relación con los medios de comunicación del Gobierno Federal”, realizó 93 asistencias técnicas a 44 dependencias y entidades de la Administración Pública Federal; recibió 114 solicitudes de Estrategias y Programas Anuales de Comunicación, de los cuales el 82.5% (94) correspondió a solicitudes de programas de comunicación social, dirigidos a la difusión de mensajes sobre programas y actividades Gubernamentales, mientras que el 17.5% (20) a programas de promoción y publicidad, enfocados en mercadotecnia para la difusión de mensajes comerciales para promover la venta de productos o servicios; autorizó 100 programas, y registró 155 campañas relacionadas con los programas de comunicación social de las dependencias y entidades de la APF. Asimismo, tuvo áreas de oportunidad en términos de la acreditación documental en el cumplimiento de los indicadores de la MIR del Pp P005, y para contar con indicadores o referentes de medición que le permitan valorar el impacto de las campañas de comunicación y sobre los logros y acciones de gobierno.

En el transcurso de la auditoría, la SEGOB acreditó las gestiones para contar con un diagnóstico actualizado del Pp P006 “Articulación de la política en materia de comunicación social del Gobierno de México”, por medio del cual, a partir de 2026, operará sus funciones en materia de comunicación social, en el que se formalizarán las causas, los efectos y los indicadores asociados a sus actividades sustantivas con base en indicadores de desempeño para medir el cumplimiento de los objetivos y las metas institucionales, y evaluar la contribución a que la población de todo el país sea informada sobre los logros y acciones de gobierno a través de las campañas de comunicación social de las dependencias y entidades de la Administración Pública Federal. Asimismo, con motivo de la intervención de la Auditoría Superior de la Federación, la secretaría acreditó la instrumentación del mecanismo para efectuar el análisis que le permita conocer los efectos de las transmisiones de radio y televisión y de las exhibiciones cinematográficas sobre las actividades del Ejecutivo Federal, en el marco de la instrumentación de la Política de Comunicación Social.

Servidores públicos que intervinieron en la auditoría:

Director de Área

Director General

L.C. Olivia Valdovinos Sarabia

Mtra. Brenda Vanessa López Gaona

Comentarios de la Entidad Fiscalizada

Es importante señalar que la documentación proporcionada por la entidad fiscalizada para aclarar o justificar los resultados y las observaciones presentadas en las reuniones, fue

analizada con el fin de determinar la procedencia de eliminar, rectificar o ratificar los resultados y las observaciones preliminares, determinados por la Auditoría Superior de la Federación que atiende los hallazgos de la auditoría y que se presentó a este órgano técnico de fiscalización para efectos de la elaboración definitiva del Informe de Auditoría.

El Informe de Auditoría puede consultarse en el Sistema Público de Consulta de Auditorías (SPCA).

Se realizó la valoración de la documentación e información proporcionada por la entidad fiscalizada y se determinó que se atienden los hallazgos de los resultados números 1, 2, 3, 4, y 6 como se precisa en los apartados correspondientes de este informe.

Apéndices

Procedimientos de Auditoría Aplicados

1. Verificar que, en 2024, la Secretaría de Gobernación (SEGOB) diseñó, formuló y reguló la política de comunicación social, de conformidad con la normativa aplicable.
2. Constatar que, en 2024, la SEGOB instrumentó la normatividad en materia de comunicación social por medio de la operación del Pp P005.
3. Comprobar que, en 2024, la SEGOB realizó la supervisión de la política de comunicación social del Gobierno Federal como parte de la operación del Pp P005.
4. Comprobar que, en 2024, por medio del Pp P005, la SEGOB contribuyó a que la población de todo el país esté informada sobre logros y acciones de gobierno por medio de las campañas de comunicación social de la APF.
5. Verificar que, en 2024, los recursos asignados y ejercidos por la SEGOB, con cargo al Pp P005 "Instrumentar la normatividad en materia de comunicación social y coordinar la relación con los medios de comunicación del Gobierno Federal", se destinaron a la instrumentación de la política de comunicación social del Gobierno Federal, conforme a la Cuenta Pública del año de revisión.
6. Evaluar que, en 2024, el diseño de la Matriz de Indicadores para Resultados (MIR) del Pp P005 "Instrumentar la normatividad en materia de comunicación social y coordinar la relación con los medios de comunicación del Gobierno Federal" cumplió con las directrices generales del Sistema de Evaluación de Desempeño y comprobar que la SEGOB reportó en los documentos de rendición de cuentas la información que permita evaluar el cumplimiento de los objetivos y metas de dicho Pp.
7. Identificar la alineación de las acciones de instrumentación de la normativa en materia de comunicación social y la coordinación de la relación con los medios de comunicación

del Gobierno Federal que, en 2024, proporcionó la SEGOB, en el marco del Pp P005, con los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS).

8. Constatar que, en 2024, la SEGOB implementó el control interno, conforme a la normativa aplicable, que le otorgara una seguridad razonable en el cumplimiento de los objetivos y metas del Pp P005.

Áreas Revisadas

La Unidad de Normatividad de Medios de Comunicación; las direcciones generales de Normatividad de Comunicación; de Medios Impresos, y de Radio, Televisión y Cinematografía, de la Secretaría de Gobernación.