

 LOTería NACIONAL	ÁREA EMISORA:		HOJA No.	DE
	SUBDIRECCIÓN GENERAL DE NUEVOS NEGOCIOS, MERCADOTECNIA Y PUBLICIDAD		1	22
	CLAVE DE NORMA INTERNA: SGNN-PRO-17		TIPO: RESERVADO	
	FECHA DE EMISIÓN	SEPTIEMBRE 2006	NIVEL DE REVISIÓN	05

NOMBRE DE NORMA INTERNA: PROCEDIMIENTO DE ADMINISTRACIÓN DE LOS SERVICIOS DE PROMOCIÓN Y PUBLICIDAD

FIRMAS

ELABORÓ
Y APROBÓ:

LUIS RUBÉN SÁNCHEZ MARTÍNEZ
DIRECTOR DE IMAGEN, MERCADOTECNIA Y PUBLICIDAD

VALIDÓ: **JEHÚ SÁNCHEZ GARCÍA**
GERENTE DE MERCADOTECNIA Y PUBLICIDAD

REVISÓ: **SELENE GARCÍA HUERTA**
GERENTE DE IMAGEN

REVISÓ: **RAZIEL GALLEGOS OCAMPO**
SUBGERENTE DE CONTRATACIÓN Y SEGUIMIENTO DE MEDIOS Y SERVICIOS PUBLICITARIOS

REVISÓ: **MÓNICA JAHIL CERVANTES OLMOS**
SUBGERENTE DE MEDIOS PUBLICITARIOS

REVISÓ: **JOSÉ IVÁN LORENCES LÓPEZ**
SUBGERENTE DE PROMOCION

REVISÓ: **ANDRÉS VILLASEÑOR HERRERO**
SUBDIRECTOR GENERAL DE ADMINISTRACIÓN Y FINANZAS

REVISÓ: **JAVIER RESÉNDIZ GARCÍA**
SUBDIRECTOR GENERAL DE VENTAS Y OPERACIONES

 LOTERÍA NACIONAL	ÁREA EMISORA:		HOJA No.	DE
	SUBDIRECCIÓN GENERAL DE NUEVOS NEGOCIOS, MERCADOTECNIA Y PUBLICIDAD		2	22
	CLAVE DE NORMA INTERNA: SGNN-PRO-17		TIPO: RESERVADO	
	FECHA DE EMISIÓN	SEPTIEMBRE 2006	NIVEL DE REVISIÓN	05

NOMBRE DE NORMA INTERNA:	PROCEDIMIENTO DE ADMINISTRACIÓN DE LOS SERVICIOS DE PROMOCIÓN Y PUBLICIDAD
--------------------------	--

REVISÓ: GUILLERMO GARDUÑO AGUILAR
SUBDIRECTOR GENERAL DE ASUNTOS JURÍDICOS

REVISÓ: MARÍO ALBERTO GUZMAN JAIME
DIRECTOR DE RECURSOS FINANCIEROS

REVISÓ: ANTONIO OSORIO GRANJENO
GERENTE DE PRESUPUESTO

REVISÓ: CARLOS ALBERTO GAMA MORALES
GERENTE DE ADQUISICIONES

REVISÓ: OMAR PATRICIO VILLARREAL COSTILLA
GERENTE DE CONTABILIDAD

AUTORIZÓ: ROGELIO HERNÁNDEZ CÁZARES
SUBDIRECTOR GENERAL DE NUEVOS NEGOCIOS, MERCADOTECNIA Y PUBLICIDAD

FECHA DE PUBLICACIÓN: _____

 LOTERÍA NACIONAL	ÁREA EMISORA:		HOJA No.	DE
	SUBDIRECCIÓN GENERAL DE NUEVOS NEGOCIOS, MERCADOTECNIA Y PUBLICIDAD		3	22
	CLAVE DE NORMA INTERNA: SGNN-PRO-17		TIPO: RESERVADO	
	FECHA DE EMISIÓN	SEPTIEMBRE 2006	NIVEL DE REVISIÓN	05

NOMBRE DE NORMA INTERNA:	PROCEDIMIENTO DE ADMINISTRACIÓN DE LOS SERVICIOS DE PROMOCIÓN Y PUBLICIDAD
--------------------------	--

ÍNDICE

I.	Objetivo	4
II.	Alcance	4
III.	Fundamento Jurídico	4
IV.	Políticas	5
V.	Descripción de las Actividades	9
VI.	Diagrama de Flujo	18
VII.	Plan de Calidad	19
VIII.	Control de Cambios	20
IX.	Glosario	21
X.	Anexos	22

 LOTERÍA NACIONAL	ÁREA EMISORA:		HOJA No.	DE
	SUBDIRECCIÓN GENERAL DE NUEVOS NEGOCIOS, MERCADOTECNIA Y PUBLICIDAD		4	22
	CLAVE DE NORMA INTERNA: SGNN-PRO-17		TIPO: RESERVADO	
	FECHA DE EMISIÓN	SEPTIEMBRE 2006	NIVEL DE REVISIÓN	05

NOMBRE DE NORMA INTERNA:	PROCEDIMIENTO DE ADMINISTRACIÓN DE LOS SERVICIOS DE PROMOCIÓN Y PUBLICIDAD
--------------------------	--

I. OBJETIVO

Establecer las actividades que permitan la correcta administración de los servicios requeridos para la ejecución estratégica de la partida 36201: “Difusión de mensajes comerciales para promover la venta de productos y servicios”.

II. ALCANCE

Este procedimiento inicia con las actividades necesarias para el proceso de contratación, seguimiento y conciliación de los medios de comunicación que se requieren para la promoción y difusión de los productos y campañas de Lotería Nacional, con base en el presupuesto autorizado en la partida 36201 “Difusión de mensajes comerciales para promover la venta de productos y servicios” y concluye con la elaboración de la conciliación de los saldos registrados contablemente

III. FUNDAMENTO JURÍDICO

- Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos
- Ley General de Responsabilidades Administrativas.
- Ley General de Transparencia y Acceso a la Información Pública.
- Ley General de Contabilidad Gubernamental.
- Ley General de Comunicación Social.
- Ley en Materia de Telecomunicaciones y Radiodifusión
- Ley del Impuesto Sobre la Renta y su Reglamento.
- Ley del Impuesto al Valor Agregado y su Reglamento.
- Ley Federal de Presupuesto y Responsabilidad Hacendaria y su Reglamento.
- Ley Orgánica de la Administración Pública
- Ley Federal de Austeridad Republicana
- Ley de Ingresos de la Federación para el Ejercicio Fiscal del ejercicio fiscal vigente
- Ley de Adquisiciones, Arrendamientos y Servicios del Sector Público y su Reglamento.
- Código Fiscal de la Federación.
- Código de Ética e Integridad para un Buen Gobierno en la Administración Pública Federal.
- Política de Comunicación Social del Gobierno Federal.
- Estatuto Orgánico de Lotería Nacional y sus reformas.
- Decreto por el que se modifica la denominación del organismo público descentralizado Pronósticos Deportivos para la Asistencia Pública y se reforma el decreto por el que se crea el organismo descentralizado Pronósticos Deportivos para la Asistencia Pública, publicado el 24 de febrero de 1978. DOF.
- 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

 LOTERÍA NACIONAL	ÁREA EMISORA:		HOJA No.	DE
	SUBDIRECCIÓN GENERAL DE NUEVOS NEGOCIOS, MERCADOTECNIA Y PUBLICIDAD		5	22
	CLAVE DE NORMA INTERNA: SGNN-PRO-17		TIPO: RESERVADO	
	FECHA DE EMISIÓN	SEPTIEMBRE 2006	NIVEL DE REVISIÓN	05

NOMBRE DE NORMA INTERNA:	PROCEDIMIENTO DE ADMINISTRACIÓN DE LOS SERVICIOS DE PROMOCIÓN Y PUBLICIDAD
--------------------------	--

Publicidad de las Dependencias y Entidades de la Administración Pública Federal para el Ejercicio Fiscal vigente.

- Presupuesto de Egresos de la Federación para el Ejercicio Fiscal Vigente.
- Políticas, Bases y Lineamientos en Materia de Adquisiciones, Arrendamientos y Servicios de Lotería Nacional.

IV. POLÍTICAS

De las Autorizaciones

1. El Presupuesto de la partida 36201 “Difusión de mensajes comerciales para promover la venta de productos o servicios”, deberá ser autorizado anualmente por el Consejo Directivo y por la Secretaría de Hacienda y Crédito Público (SHCP). **Ver “Lineamientos de Programación y Control Presupuestal”**.
2. La Subdirección General de Nuevos Negocios, Mercadotecnia y Publicidad, presentará para autorización a la Secretaría de Gobernación (SEGOB), la Estrategia y Programa Anual de Promoción y Publicidad, que incluye la propuesta de asignación de recursos financieros, con base en el presupuesto autorizado de la partida 36201 “Difusión de mensajes comerciales para promover la venta de productos o servicios”, y los enviará a ésta para su aprobación, a través de la coordinadora de sector.
3. La Subdirección General de Nuevos Negocios, Mercadotecnia y Publicidad, por conducto de la Dirección de Imagen, Mercadotecnia y Publicidad, deberá comunicar para su conocimiento, a la Subdirección General de Administración y Finanzas, la autorización de la Estrategia y Programa Anual de Promoción y Publicidad.
4. La Dirección de Imagen, Mercadotecnia y Publicidad, a través de la Gerencia de Mercadotecnia y Publicidad, solicitará previo a la difusión, la validación a su Coordinadora de Sector, de los materiales para cualquier Campaña que realice con cargo a la partida 36201 “Difusión de mensajes comerciales para promover la venta de productos y servicios” conforme al 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 que corresponda.

De la Contratación

5. Con apego a las disposiciones establecidas en la Ley de Adquisiciones, Arrendamientos y Servicios del Sector Público, su Reglamento y a las Políticas, Bases y Lineamientos en materia de adquisiciones, arrendamientos y servicios de Lotería Nacional, tratándose de las adquisiciones y servicios relativos o relacionados con la partida 36201 “Difusión de mensajes

 LOTERÍA NACIONAL	ÁREA EMISORA:		HOJA No.	DE
	SUBDIRECCIÓN GENERAL DE NUEVOS NEGOCIOS, MERCADOTECNIA Y PUBLICIDAD		6	22
	CLAVE DE NORMA INTERNA: SGNN-PRO-17		TIPO: RESERVADO	
	FECHA DE EMISIÓN	SEPTIEMBRE 2006	NIVEL DE REVISIÓN	05

NOMBRE DE NORMA INTERNA:	PROCEDIMIENTO DE ADMINISTRACIÓN DE LOS SERVICIOS DE PROMOCIÓN Y PUBLICIDAD
--------------------------	--

comerciales para promover la venta de productos o servicios”; la Subdirección General de Nuevos Negocios, Mercadotecnia y Publicidad, la Subdirección General de Administración y Finanzas y la Subdirección General de Asuntos Jurídicos, en el ámbito de sus funciones, serán los responsables de integrar la documentación necesaria según el tipo de procedimiento para la contratación requerida. Una vez que se cuente con la información completa, la Subdirección General de Nuevos Negocios, Mercadotecnia y Publicidad solicitará la contratación a la Subdirección General de Administración y Finanzas. **Ver “Políticas, Bases y Lineamientos en Materia de Adquisiciones, Arrendamientos y Servicios de Lotería Nacional” y “Lineamientos de Programación y Control Presupuestal”.**

6. La Gerencia de Mercadotecnia y Publicidad y la Gerencia de Adquisiciones determinarán un modelo de Anexo Técnico, Justificación e Investigación de Mercado, incluyendo las cantidades de las Solicitudes de Cotización, así como toda aquella documentación y formatos requeridos para la contratación de cada tipo de servicio, con la finalidad de homologar y agilizar los procesos de las contrataciones, licitaciones, Invitación a cuando menos Tres Personas (ITP) o adjudicaciones directas, según correspondan. **Nota: La Gerencia de Adquisiciones deberá presentar a la Gerencia de Mercadotecnia y Publicidad previo al proceso de contratación, un listado de los prestadores de servicio inhabilitados por la Secretaría de Anticorrupción y Buen Gobierno.**
7. La Gerencia de Adquisiciones informará mediante oficio a la Dirección de Imagen, Mercadotecnia y Publicidad y la Gerencia de Mercadotecnia y Publicidad todos los requerimientos, incluyendo la documentación y registros necesarios, así como las etapas de los procesos de contratación, según corresponda, conforme a los términos instituidos en la LAASSP, en los POBALINES de la Entidad, y a los acuerdos detallados en el punto anterior,
8. La Dirección de Imagen, Mercadotecnia y Publicidad deberá enviar a la Dirección de Recursos Financieros el formato “Solicitud de Suficiencia Presupuestaria” CP-04 debidamente requisitado, a fin de obtener las autorizaciones correspondientes. Así mismo se deberá registrar en el sistema Government Resource Planning (GRP) para la validación respectiva. **Ver “Lineamientos de Programación y Control Presupuestal”**

De la Ejecución de los Contratos

9. La Subdirección General de Nuevos Negocios, Mercadotecnia y Publicidad a través de la Dirección de Imagen, Mercadotecnia y Publicidad, determinarán la creatividad, ejecución y distribución de la Estrategia y Programa Anual de Promoción y Publicidad a difundir en los diferentes canales de comunicación.

La Gerencia de Mercadotecnia y Publicidad y Gerencia de Imagen serán las responsables de realizar los materiales requeridos y dar seguimiento a la ejecución de estos.

 LOTERÍA NACIONAL	ÁREA EMISORA:		HOJA No.	DE
	SUBDIRECCIÓN GENERAL DE NUEVOS NEGOCIOS, MERCADOTECNIA Y PUBLICIDAD		7	22
	CLAVE DE NORMA INTERNA: SGNN-PRO-17		TIPO: RESERVADO	
	FECHA DE EMISIÓN	SEPTIEMBRE 2006	NIVEL DE REVISIÓN	05

NOMBRE DE NORMA INTERNA: PROCEDIMIENTO DE ADMINISTRACIÓN DE LOS SERVICIOS DE PROMOCIÓN Y PUBLICIDAD

En caso de requerirse se realizará el proceso de contratación de Servicios Publicitarios Especializados correspondiente.

10. Se recibirá de la Subdirección General de Ventas y Operaciones mediante oficio la propuesta con la cantidad y especificaciones de los artículos promocionales y/o material publicitario, con la justificación y objetivo de estos.
11. Se determinará, por la Dirección de Imagen, Mercadotecnia y Publicidad, y de conformidad con el presupuesto asignado en la Estrategia y Programa Anual de Promoción y Publicidad la selección de artículos y cantidades por adquirir con base en la propuesta de la Subdirección General de Ventas y Operaciones.
12. Se proporcionará mediante Acta Entrega a la Subdirección General de Ventas y Operaciones, el material publicitario, a fin de ponerlos a su disposición para la administración y distribución de estos.
13. La Gerencia de Mercadotecnia y Publicidad formalizará los servicios publicitarios a través de las órdenes de servicio, transmisión y de inserción con los prestadores de servicio, con base en el presupuesto asignado, e informará a la Dirección Imagen, Mercadotecnia y Publicidad el seguimiento al ejercicio del presupuesto.
14. La Subgerencias de Contratación y Seguimiento de Medios y Servicios Publicitarios y de Medios Publicitarios, verificarán que los servicios de publicidad se otorguen en los términos y condiciones establecidos en los contratos de cada proveedor.

Del Pago de los Servicios Prestados

15. La Dirección de Imagen, Mercadotecnia y Publicidad en coordinación con la Gerencia de Mercadotecnia y Publicidad, deberán validar los documentos comprobatorios (Testigos) proporcionados por los Prestadores de Servicios de Medios de Comunicación, previo a la gestión del pago correspondiente.
16. La Subdirección General de Nuevos Negocios, Mercadotecnia y Publicidad, a través de sus unidades administrativas, posterior a la validación de la política anterior, deberá solicitar a la Subdirección General de Administración y Finanzas la gestión del pago de dichos servicios.
Ver “Procedimiento de Cuentas por Pagar/Egresos”.
17. Será responsabilidad de la Gerencia de Mercadotecnia y Publicidad la custodia de los documentos comprobatorios (incluyendo archivos digitales, impresos originales y/o copias de los “Testigos”), por factura. Estos documentos deberán resguardarse un plazo mínimo de 5 años, con excepción del caso de medios impresos ya que el Testigo forma parte de la solicitud de pago enviada a la Dirección de Recursos Financieros.

 LOTERÍA NACIONAL	ÁREA EMISORA:		HOJA No.	DE
	SUBDIRECCIÓN GENERAL DE NUEVOS NEGOCIOS, MERCADOTECNIA Y PUBLICIDAD		8	22
	CLAVE DE NORMA INTERNA: SGNN-PRO-17		TIPO: RESERVADO	
	FECHA DE EMISIÓN	SEPTIEMBRE 2006	NIVEL DE REVISIÓN	05

NOMBRE DE NORMA INTERNA:	PROCEDIMIENTO DE ADMINISTRACIÓN DE LOS SERVICIOS DE PROMOCIÓN Y PUBLICIDAD
--------------------------	--

Del Registro Contable de los Pagos y Servicios Devengados

18. La Gerencia de Contabilidad y la Gerencia de Mercadotecnia y Publicidad deberán registrar simultáneamente los pagos solicitados por los servicios recibidos en el mes. Los pagos realizados a través de las transferencias y/o cheques serán informados por la Gerencia de Tesorería para realizar la conciliación respectiva.
19. La Gerencia de Contabilidad deberá realizar el registro contable de los pagos con base en la documentación soporte tales como la transferencia o cheque, copia de los contratos o pedidos y facturas correspondientes
20. La Dirección de Imagen, Mercadotecnia y Publicidad deberá enviar mediante oficio a la Dirección de Recursos Financieros, un reporte de las cifras devengadas por campaña, marca, producto y/o campaña dentro de los 5 días hábiles del mes siguiente al que se está reportando, para la determinación de la rentabilidad por producto, marca o campaña. Cuando no haya afectación a la partida se notificará por correo electrónico.

De la Conciliación del Gasto de Publicidad

21. Las Gerencias de Mercadotecnia y Publicidad y Contabilidad realizarán la conciliación anual al cierre de cada ejercicio fiscal y deberán contar con el soporte respectivo en un plazo máximo al 31 de enero del siguiente ejercicio fiscal.
22. La vigencia de esta norma interna es a partir de su publicación en la Normateca Interna de Lotería Nacional.

 LOTERÍA NACIONAL	ÁREA EMISORA:		HOJA No.	DE
	SUBDIRECCIÓN GENERAL DE NUEVOS NEGOCIOS, MERCADOTECNIA Y PUBLICIDAD		9	22
	CLAVE DE NORMA INTERNA: SGNN-PRO-17		TIPO: RESERVADO	
	FECHA DE EMISIÓN	SEPTIEMBRE 2006	NIVEL DE REVISIÓN	05

NOMBRE DE NORMA INTERNA: PROCEDIMIENTO DE ADMINISTRACIÓN DE LOS SERVICIOS DE PROMOCIÓN Y PUBLICIDAD

V. DESCRIPCIÓN DE LAS ACTIVIDADES

RESPONSABLE	DESCRIPCIÓN DE LA ACTIVIDAD		REGISTRO
DE LAS AUTORIZACIONES			
1. SUBDIRECTOR GENERAL DE ADMINISTRACIÓN Y FINANZAS / DIRECTOR DE RECURSOS FINANCIEROS	1.1	Envía a la Subdirección General de Nuevos Negocios, Mercadotecnia y Publicidad oficio confirmando la autorización del presupuesto de la partida 36201 “Difusión de mensajes comerciales para promover la venta de productos o servicios”.	OFICIO COM-01
2. DIRECTOR DE IMAGEN, MERCADOTECNIA Y PUBLICIDAD	2.1	Elabora la estrategia y Programa anual de Promoción y Publicidad de acuerdo con la normativa vigente Ver Procedimiento para el Diseño e Implementación de la Estrategia y Programa Anual de Promoción y Publicidad.	ESTRATEGIA Y PROGRAMA ANUAL DE PROMOCIÓN Y PUBLICIDAD
3. GERENTE DE MERCADOTECNIA Y PUBLICIDAD	3.1	Registra la Estrategia y Programa Anual de Promoción y Publicidad en el Sistema de Información para la Normatividad de la Comunicación (SINC) y lo envía para autorización de la SEGOB a través de la SHCP. ¿Obtuvo la autorización de la SEGOB?	OFICIO FORMATO PREESTABLECIDO POR LA SEGOB
4. GERENTE DE MERCADOTECNIA Y PUBLICIDAD	4.1	No. - Verifica los motivos y realiza las gestiones pertinentes para subsanar las observaciones detectadas. Regresa a la actividad 2.1.	OFICIO COM-01 VÍA CORREO ELECTRÓNICO
	4.2	Si. - Recibe oficio de notificación de autorización y lo informa a la Subdirección General de Nuevos Negocios, Mercadotecnia y Publicidad, Subdirección General de Administración y Finanzas, a la Dirección de Imagen, Mercadotecnia y Publicidad.	
	4.3	En caso de ser autorizada se procede a trasladar la Estrategia y Programa Anual de Promoción y Publicidad en los formatos preestablecidos por la SEGOB para asignación de claves de campaña.	FORMATO ÚNICO PREESTABLECIDO POR LA SEGOB
	4.4	Recibe de la SEGOB la asignación de claves de campaña. Pasa a la actividad 7.1	OFICIO VÍA CORREO ELECTRÓNICO

 LOTERÍA NACIONAL	ÁREA EMISORA:		HOJA No.	DE
	SUBDIRECCIÓN GENERAL DE NUEVOS NEGOCIOS, MERCADOTECNIA Y PUBLICIDAD		10	22
	CLAVE DE NORMA INTERNA: SGNN-PRO-17		TIPO: RESERVADO	
	FECHA DE EMISIÓN	SEPTIEMBRE 2006	NIVEL DE REVISIÓN	05

NOMBRE DE NORMA INTERNA: PROCEDIMIENTO DE ADMINISTRACIÓN DE LOS SERVICIOS DE PROMOCIÓN Y PUBLICIDAD

RESPONSABLE	DESCRIPCIÓN DE LA ACTIVIDAD		REGISTRO
5. SUBDIRECTOR GENERAL DE NUEVOS NEGOCIOS, MERCADOTECNIA Y PUBLICIDAD	5.1	En caso de ser necesario alguna modificación a la Estrategia y Programa Anual de Promoción y Publicidad le solicitará mediante oficio a la Subdirección General de Administración y Finanzas, la gestión ante la SHCP para obtener la autorización del dictamen presupuestario para reflejar el incremento en la partida.	OFICIO FORMATO PREESTABLECIDO POR LA SEGOB OFICIO COM-01
6. SUBDIRECTOR GENERAL DE ADMINISTRACIÓN Y FINANZAS / DIRECTOR DE RECURSOS FINANCIEROS	6.1	Registra la adecuación en el Portal Aplicativo de la SHCP, una vez obtenida la modificación en el dictamen presupuestario.	REGISTRO EN EL PORTAL APLICATIVO DE LA SHCP
DE LA CONTRATACIÓN			
7. DIRECTOR DE IMAGEN, MERCADOTECNIA Y PUBLICIDAD/ GERENTE DE MERCADOTECNIA Y PUBLICIDAD/ GERENTE DE ADQUISICIONES/SUBGERENTE DE CONTRATACIÓN Y SEGUIMIENTO DE MEDIOS Y SERVICIOS PUBLICITARIOS	7.1	Determinarán un modelo de Anexo Técnico, Justificación e Investigación de Mercado, incluyendo las cantidades de las Solicitudes de Cotización, así como toda aquella documentación y formatos requeridos para cada tipo de servicio. Con la finalidad de homologar y agilizar los procesos de las contrataciones, licitaciones, ITP o adjudicaciones directas, según corresponda. Formalizando los acuerdos mediante minuta de trabajo. Nota: La Gerencia de Adquisiciones presentará un listado de los prestadores de servicio inhabilitados por la Secretaría Anticorrupción y Buen Gobierno.	MINUTA DE TRABAJO OFICIO
8. GERENTE DE ADQUISICIONES	8.1	Informará mediante oficio a la Gerencia de Mercadotecnia y Publicidad, todos los requerimientos, incluyendo la documentación y registros necesarios, así como las etapas procesales de la licitación, ITP o adjudicación directa, según corresponda, conforme a los términos instituidos en la LAASSP, en los POBALINES de la Entidad, y a los acuerdos detallados en el punto anterior, a través de la minuta de trabajo, hasta la formalización del contrato.	OFICIO
9. DIRECTOR DE IMAGEN, MERCADOTECNIA Y PUBLICIDAD / GERENCIA DE MERCADOTECNIA Y PUBLICIDAD	9.1	Solicita a la Dirección de Recursos Financieros, / Gerencia de Presupuestos "Solicitud de Suficiencia Presupuestaria".	

 LOTERÍA NACIONAL	ÁREA EMISORA:		HOJA No.	DE
	SUBDIRECCIÓN GENERAL DE NUEVOS NEGOCIOS, MERCADOTECNIA Y PUBLICIDAD		11	22
	CLAVE DE NORMA INTERNA: SGNN-PRO-17		TIPO: RESERVADO	
	FECHA DE EMISIÓN	SEPTIEMBRE 2006	NIVEL DE REVISIÓN	05

NOMBRE DE NORMA INTERNA: PROCEDIMIENTO DE ADMINISTRACIÓN DE LOS SERVICIOS DE PROMOCIÓN Y PUBLICIDAD

RESPONSABLE	DESCRIPCIÓN DE LA ACTIVIDAD	REGISTRO
10. DIRECTOR DE IMAGEN, MERCADOTECNIA Y PUBLICIDAD / GERENCIA DE MERCADOTECNIA Y PUBLICIDAD	10.1 Instruye a la Subgerencia de Contratación y Seguimiento de Medios y Servicios Publicitarios, preparar el Anexo Técnico, Justificación e Investigación de Mercado, incluyendo las Solicitudes de Cotización y/o la documentación necesaria para el tipo de procedimiento que se requiera, conforme a los términos instituidos en la LAASSP, en las POBALINES de la Entidad, y a los acuerdos detallados en el punto 8.1, a través de oficio de trabajo, hasta la formalización del contrato.	FO-CON-(VARIOS), FORMATOS, JUSTIFICACIONES Y DEMÁS DOCUMENTACIÓN APLICABLE
11. GERENTE DE MERCADOTECNIA Y PUBLICIDAD / SUBGERENTE (A) DE CONTRATACIÓN Y SEGUIMIENTO DE MEDIOS Y SERVICIOS PUBLICITARIOS / SUBGERENTE DE MEDIOS PUBLICITARIOS	11.1 Solicitan y reciben la documentación por parte de los prestadores de servicio incluyendo tarifas y demás especificaciones que se consideren pertinentes, para su integración y evaluación. 11.2 Instruyen a los servidores públicos a su cargo realicen un control interno, integrando, revisando y supervisando, los requisitos que se acordaron en la minuta de trabajo 7.1 para la integración de los expedientes. Estos tienen que estar debidamente firmados por el encargado de dicha labor. (Ver LAASSP, en las POBALINES de la Entidad).	CHECK LIST
12. SUBGERENTE DE CONTRATACIÓN Y SEGUIMIENTO DE MEDIOS Y SERVICIOS PUBLICITARIOS / SUBGERENTE DE MEDIOS PUBLICITARIOS	12.1 Envía a la Gerencia de Mercadotecnia y Publicidad para su Visto Bueno y validación.	OFICIO
13. GERENTE DE MERCADOTECNIA Y PUBLICIDAD	13.1 Evalúa la información y determina: ¿Los expedientes están debidamente requisitados? 13.2 Si: Notifica a la Subdirección General de Nuevos Negocios, Mercadotecnia y Publicidad y a la Dirección de Imagen, Mercadotecnia y Publicidad para su conocimiento, continúa a la actividad 14.1	CARPETA

 LOTería NACIONAL	ÁREA EMISORA:		HOJA No.	DE
	SUBDIRECCIÓN GENERAL DE NUEVOS NEGOCIOS, MERCADOTECNIA Y PUBLICIDAD		12	22
	CLAVE DE NORMA INTERNA: SGNN-PRO-17		TIPO: RESERVADO	
	FECHA DE EMISIÓN	SEPTIEMBRE 2006	NIVEL DE REVISIÓN	05

NOMBRE DE NORMA INTERNA: PROCEDIMIENTO DE ADMINISTRACIÓN DE LOS SERVICIOS DE PROMOCIÓN Y PUBLICIDAD

RESPONSABLE	DESCRIPCIÓN DE LA ACTIVIDAD		REGISTRO
14. SUBDIRECTOR GENERAL DE NUEVOS NEGOCIOS, MERCADOTECNIA Y PUBLICIDAD / DIRECTOR DE IMAGEN, MERCADOTECNIA Y PUBLICIDAD 15. GERENTE DE ADQUISICIONES 16. SUBDIRECTOR GENERAL DE NUEVOS NEGOCIOS, MERCADOTECNIA Y PUBLICIDAD / DIRECTOR DE IMAGEN, MERCADOTECNIA Y PUBLICIDAD / GERENTE DE MERCADOTECNIA Y PUBLICIDAD	13.3	No: Solicita a las Subgerencias de Contratación y Seguimiento de Medios y Servicios Publicitarios y de Medios Publicitarios requerir su solvatación. Regresan al punto 11.2	OFICIO COM-01
	14.1	Instruye a la Gerencia de Mercadotecnia y Publicidad, prepare los expedientes, para que mediante oficio se envíen a la Gerencia de Adquisiciones para el inicio del proceso de contratación correspondiente.	
	15.1	Revisa y valida la integración de los expedientes en coordinación con la Gerencia de Mercadotecnia y Publicidad, a través de las Subgerencias de Contratación y Seguimiento de Medios y Servicios Publicitarios y de Medios Publicitarios.	
	16.1	Con base en el análisis integral, se deberá definir el método de contratación, en caso de aplicar, se solicita mediante oficio a la Subdirección General de Administración y Finanzas la celebración del Comité de Adquisiciones, Arrendamientos y Servicios.	
	17.1	Termina de recabar los documentos necesarios los cuales forman parte del expediente, para la elaboración del contrato.	CONTRATO
	17.2	Solicita a la Subdirección General de Asuntos Jurídicos mediante oficio, la elaboración del contrato en cuatro tantos originales conforme al procedimiento “Aprobación y/o revisión y/o validación de convenios y/o contratos y/o instrumentos jurídicos” , acompañado con la documentación administrativa y legal para dichos efectos	
	17.3	Procede a la formalización del contrato, gestionando las firmas de las partes en los cuatro tantos originales.	

 LOTERÍA NACIONAL	ÁREA EMISORA:		HOJA No.	DE
	SUBDIRECCIÓN GENERAL DE NUEVOS NEGOCIOS, MERCADOTECNIA Y PUBLICIDAD		13	22
	CLAVE DE NORMA INTERNA: SGNN-PRO-17		TIPO: RESERVADO	
	FECHA DE EMISIÓN	SEPTIEMBRE 2006	NIVEL DE REVISIÓN	05

NOMBRE DE NORMA INTERNA: PROCEDIMIENTO DE ADMINISTRACIÓN DE LOS SERVICIOS DE PROMOCIÓN Y PUBLICIDAD

RESPONSABLE	DESCRIPCIÓN DE LA ACTIVIDAD		REGISTRO
18. SUBDIRECTOR GENERAL DE ASUNTOS JURÍDICOS / GERENTE JURÍDICA 19. GERENTE DE ADQUISICIONES	17.4	Distribuye los 4 tantos originales de los contratos de la siguiente manera: 1. Subdirección General de Asuntos Jurídicos. 2. Gerencia de Adquisiciones. 3. Gerencia de Publicidad. 4. Al Prestador de Servicios, y acusan de recibido cada una de las áreas.	ACUSE
	17.5	Solicita al Prestador de Servicios la garantía de cumplimiento (fianza, cheque certificado o de caja), y la envía a la Subdirección General de Asuntos Jurídicos.	GARANTÍA DE CUMPLIMIENTO
	18.1	Valida la garantía de cumplimiento y envía a la Gerencia de Adquisiciones.	OFICIO COM-01
	19.1	Recibe oficio de validación de fianza y envía a la Gerencia de Mercadotecnia y Publicidad, copia de la póliza de fianza o cheque y del oficio de validación de fianza.	OFICIO COM-01 PÓLIZA DE FIANZA O CHEQUE
ELABORACIÓN DE MATERIALES PUBLICITARIOS			
20. GERENTE DE MERCADOTECNIA Y PUBLICIDAD / GERENTE DE IMAGEN 21. GERENTE DE MERCADOTECNIA Y PUBLICIDAD	20.1	Presentan las propuestas de materiales a la Subdirección General de Nuevos Negocios, Mercadotecnia y Publicidad, a través de la Dirección de Imagen, Mercadotecnia y Publicidad para su revisión y validación.	
	21.1	Instruye a la Subgerencia de Promoción el seguimiento de la producción de los materiales requeridos. ¿Se validan los materiales?	
	21.2	Si.- Se continua a la actividad 22.1	
	21.3	No.- Ir a la actividad 20.1	

 LOTERÍA NACIONAL	ÁREA EMISORA:		HOJA No.	DE
	SUBDIRECCIÓN GENERAL DE NUEVOS NEGOCIOS, MERCADOTECNIA Y PUBLICIDAD		14	22
	CLAVE DE NORMA INTERNA: SGNN-PRO-17		TIPO: RESERVADO	
	FECHA DE EMISIÓN	SEPTIEMBRE 2006	NIVEL DE REVISIÓN	05

NOMBRE DE NORMA INTERNA: PROCEDIMIENTO DE ADMINISTRACIÓN DE LOS SERVICIOS DE PROMOCIÓN Y PUBLICIDAD

RESPONSABLE	DESCRIPCIÓN DE LA ACTIVIDAD	REGISTRO
DE LA EJECUCIÓN DE LOS CONTRATOS		
22. DIRECTOR DE IMAGEN, MERCADOTECNIA Y PUBLICIDAD / GERENTE DE MERCADOTECNIA Y PUBLICIDAD	22.1 Gira copia de los contratos para la distribución entre las Subgerencias a su cargo, para su coordinación, supervisión, revisión y seguimiento de los servicios de publicidad.	CORREO ELECTRÓNICO
23. SUBDIRECTOR GENERAL DE NUEVOS NEGOCIOS, MERCADOTECNIA Y PUBLICIDAD / DIRECTOR DE IMAGEN, MERCADOTECNIA Y PUBLICIDAD / GERENTE DE MERCADOTECNIA Y PUBLICIDAD	23.1 Coordina la distribución del presupuesto y envía la estrategia para su seguimiento con las áreas adscritas a su cargo para la elaboración de las Pautas.	
24. GERENTE DE MERCADOTECNIA Y PUBLICIDAD	24.1 Envían las Pautas a la Subdirección General de Nuevos Negocios, Mercadotecnia y Publicidad a través de la Dirección de Imagen, Mercadotecnia y Publicidad para su validación y autorización.	
25. SUBDIRECTOR (A) GENERAL DE NUEVOS NEGOCIOS, MERCADOTECNIA Y PUBLICIDAD / DIRECTOR (A) DE IMAGEN, MERCADOTECNIA Y PUBLICIDAD.	25.1 Evalúan y autorizan las pautas. ¿Las Pautas cumplen con los requerimientos?	
	25.2 Sí: se canalizan a la Gerencia de Mercadotecnia y Publicidad y a las Subgerencias de Medios Publicitarios y de Promoción, para su aplicación y seguimiento.	
	25.3 No: Regresa al 22.1	
26. GERENTE DE MERCADOTECNIA Y PUBLICIDAD / SUBGERENTE DE CONTRATACIÓN Y SEGUIMIENTO DE MEDIOS Y SERVICIOS PUBLICITARIOS / SUBGERENTE DE MEDIOS PUBLICITARIOS/ SUBGERENTE DE PROMOCIÓN	26.1 Con base en las Pautas autorizadas, elaboran las órdenes de servicio, inserciones y/o transmisiones, según corresponda.	

 LOTERÍA NACIONAL	ÁREA EMISORA:		HOJA No.	DE
	SUBDIRECCIÓN GENERAL DE NUEVOS NEGOCIOS, MERCADOTECNIA Y PUBLICIDAD		15	22
	CLAVE DE NORMA INTERNA: SGNN-PRO-17		TIPO: RESERVADO	
	FECHA DE EMISIÓN	SEPTIEMBRE 2006	NIVEL DE REVISIÓN	05

NOMBRE DE NORMA INTERNA: PROCEDIMIENTO DE ADMINISTRACIÓN DE LOS SERVICIOS DE PROMOCIÓN Y PUBLICIDAD

RESPONSABLE		DESCRIPCIÓN DE LA ACTIVIDAD		REGISTRO
		26.2	Entregan al prestador de servicios vía electrónica las órdenes antes citadas y los materiales necesarios para su difusión.	
		26.3	Envían las órdenes de servicio, inserciones o transmisiones a los operativos a su cargo para su resguardo, archivo y seguimiento.	
DEL PAGO DE LOS SERVICIOS PRESTADOS				
27. GERENTE DE MERCADOTECNIA Y PUBLICIDAD / SUBGERENTE DE CONTRATACIÓN Y SEGUIMIENTO DE MEDIOS Y SERVICIOS PUBLICITARIOS / SUBGERENTE DE MEDIOS PUBLICITARIOS		27.1	Solicita la entrega de los documentos indicados en el Anexo Técnico en el apartado de “Forma y Términos, en el que se realizará la verificación de las especificaciones y la aceptación de los bienes o servicios” con el fin de conciliar y validar los servicios. Ver plan de calidad. ¿El prestador de servicios entregó lo señalado en el numeral 27.1?	OFICIO
		27.2	Si. - Solicita el Comprobante Fiscal Digital por Internet (CFDI) al Prestador de Servicios para iniciar el trámite de pago pasa a la actividad 281.	
		27.3	No. - Regresa a la actividad 27.1 y notifican a la Dirección de Mercadotecnia y Publicidad.	
28. DIRECTOR DE IMAGEN, MERCADOTECNIA Y PUBLICIDAD / GERENTE DE MERCADOTECNIA Y PUBLICIDAD		28.1	En caso de que el prestador de servicios no cumpla con los servicios contratados, instruye a las Subgerencias a su cargo se le notifique a través de un oficio digital la aplicación de la pena y/o deductiva, mediante una nota de crédito por falta de cumplimiento.	COMPROBANTE CFDI OFICIO
29. GERENTE DE MERCADOTECNIA Y PUBLICIDAD / SUBGERENTE DE CONTRATACIÓN Y SEGUIMIENTO DE MEDIOS Y SERVICIOS PUBLICITARIOS		29.1	Integra la siguiente documentación debidamente verificada y conciliada: CFDI, formato de aceptación de servicios, solicitud de pago; en caso de ser primer pago se anexa copia simple del contrato, copia simple de la fianza de garantía o cheque de caja o certificado, copia simple del oficio de validación de la fianza de garantía, según el caso. En el caso de impresos se deberán incluir 3 testigos.	COMPROBANTE CFDI FORMATO DE ACEPTACIÓN DE SERVICIOS SOLICITUD DE PAGO OFICIO COM-01 CONTRATO

 LOTERÍA NACIONAL	ÁREA EMISORA:		HOJA No.	DE
	SUBDIRECCIÓN GENERAL DE NUEVOS NEGOCIOS, MERCADOTECNIA Y PUBLICIDAD		16	22
	CLAVE DE NORMA INTERNA: SGNN-PRO-17		TIPO: RESERVADO	
	FECHA DE EMISIÓN	SEPTIEMBRE 2006	NIVEL DE REVISIÓN	05

NOMBRE DE NORMA INTERNA: PROCEDIMIENTO DE ADMINISTRACIÓN DE LOS SERVICIOS DE PROMOCIÓN Y PUBLICIDAD

RESPONSABLE		DESCRIPCIÓN DE LA ACTIVIDAD		REGISTRO
30. SUBDIRECTOR GENERAL DE NUEVOS NEGOCIOS, MERCADOTECNIA Y PUBLICIDAD / DIRECTOR DE IMAGEN, MERCADOTECNIA Y PUBLICIDAD	30.1	La documentación antes señalada se enviará a la Dirección de Imagen, Mercadotecnia y Publicidad para la validación y autorización de la Subdirección General de Nuevos Negocios, Mercadotecnia y Publicidad. Ver “Procedimiento de Cuentas por Pagar/Egresos.		DOCUMENTOS COMPROBATORIOS ESTABLECIDOS EN EL ANEXO TÉCNICO
	30.2	La Gerencia de Mercadotecnia y Publicidad entregará los documentos citados en el numeral anterior a la Dirección de Recursos Financieros para iniciar el trámite de pago correspondiente.		
DEL REGISTRO CONTABLE DE LOS PAGOS Y SERVICIOS DEVENGADOS				
31. DIRECTOR DE IMAGEN MERCADOTECNIA Y PUBLICIDAD / GERENTE DE MERCADOTECNIA Y PUBLICIDAD	31.1	Instruye a las Subgerencia de Contratación y Seguimiento de Medios y Servicios Publicitarios y a la de Medios Publicitarios la elaboración del reporte de gasto por producto, marca y/o campaña para revisión y envío a la Dirección de Recursos Financieros, mediante oficio.		OFICIO COM-01
32. DIRECTOR DE RECURSOS FINANCIEROS Y/O GERENTE DE CONTABILIDAD	32.1	Realiza los registros en las cuentas contables de acuerdo con el tipo de operación y de conformidad al catálogo de cuentas autorizadas y lo resguarda para su archivo. Ver “Procedimiento para elaborar los estados financieros de Lotería Nacional”.		PÓLIZA CONTABLE
DE LA CONCILIACIÓN DEL GASTO DE PUBLICIDAD				
33. DIRECTOR DE RECURSOS FINANCIEROS Y/O GERENTE DE CONTABILIDAD	33.1	Elabora la conciliación de saldos registrados contablemente al término de cada cierre mensual y los envía a la Gerencia de Mercadotecnia y Publicidad, mediante oficio para su revisión.		OFICIO COM-01 CÉDULA DE CONCILIACIÓN

 LOTERÍA NACIONAL	ÁREA EMISORA:		HOJA No.	DE
	SUBDIRECCIÓN GENERAL DE NUEVOS NEGOCIOS, MERCADOTECNIA Y PUBLICIDAD		17	22
	CLAVE DE NORMA INTERNA: SGNN-PRO-17		TIPO: RESERVADO	
	FECHA DE EMISIÓN	SEPTIEMBRE 2006	NIVEL DE REVISIÓN	05

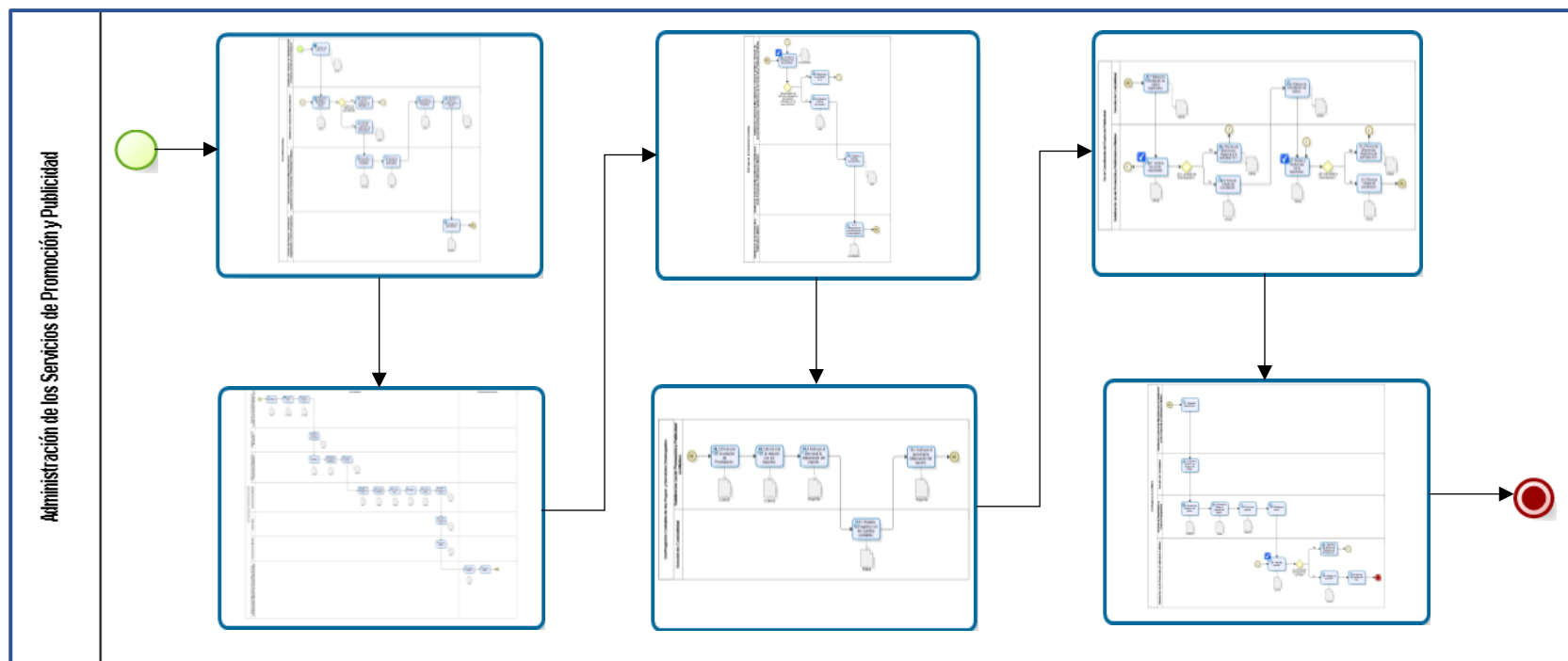
NOMBRE DE NORMA INTERNA: PROCEDIMIENTO DE ADMINISTRACIÓN DE LOS SERVICIOS DE PROMOCIÓN Y PUBLICIDAD

RESPONSABLE	DESCRIPCIÓN DE LA ACTIVIDAD		RÉGISTRO
34. GERENTE DE MERCADOTECNIA Y PUBLICIDAD / SUBGERENTE DE CONTRATACIÓN Y SEGUIMIENTO DE MEDIOS Y SERVICIOS PUBLICITARIOS	34.1	Recibe y verifica las cifras reportadas en la Cédula de Conciliación. Ver plan de calidad.	OFICIO COM-01 CÉDULA DE CONCILIACIÓN
		¿Es correcta la información?	
	34.2	Si. - Firma la Cédula de conciliación y la envía a la Gerencia de Contabilidad, mediante oficio para su resguardo.	
	34.3	No. - Revisa las diferencias con la Gerencia de Contabilidad y realizan las correcciones necesarias. Regresa a la actividad 33.1.	
		Fin del procedimiento.	

 LOTERÍA NACIONAL	ÁREA EMISORA:	HOJA No.	DE
	SUBDIRECCIÓN GENERAL DE NUEVOS NEGOCIOS, MERCADOTECNIA Y PUBLICIDAD	18	22
	CLAVE DE NORMA INTERNA: SGNN-PRO-17	TIPO: RESERVADO	
	FECHA DE EMISIÓN	SEPTIEMBRE 2006	NIVEL DE REVISIÓN 05

NOMBRE DE NORMA INTERNA: PROCEDIMIENTO DE ADMINISTRACIÓN DE LOS SERVICIOS DE PROMOCIÓN Y PUBLICIDAD

VI. DIAGRAMA DE FLUJO



Ver diagrama de flujo

Powered by
bizagi
Modeler



 LOTERÍA NACIONAL	ÁREA EMISORA:		HOJA No.	DE
	SUBDIRECCIÓN GENERAL DE NUEVOS NEGOCIOS, MERCADOTECNIA Y PUBLICIDAD		19	22
	CLAVE DE NORMA INTERNA: SGNN-PRO-17		TIPO: RESERVADO	
	FECHA DE EMISIÓN	SEPTIEMBRE 2006	NIVEL DE REVISIÓN	05

NOMBRE DE NORMA INTERNA:	PROCEDIMIENTO DE ADMINISTRACIÓN DE LOS SERVICIOS DE PROMOCIÓN Y PUBLICIDAD
--------------------------	--

VII. PLAN DE CALIDAD

No	ACTIVIDADES	RESPONSABLE DE LA VERIFICACIÓN	FRECUENCIA DE VERIFICACIÓN	CARACTERÍSTICA A VERIFICAR	CRITERIO DE ACEPTACIÓN	REGISTRO	PLAN DE ACCIÓN ANTE SITUACIONES NO CONFORMES
1	Solicita la entrega de los documentos indicados en el Anexo Técnico en el apartado de "Forma y Términos, en el que se realizará la verificación de las especificaciones y la aceptación de los bienes o servicios" con el fin de conciliar y validar los servicios.	Gerente de Mercadotecnia y Publicidad / Subgerente de Contratación y Seguimiento de Medios y Servicios Publicitarios / Subgerente de Medios Publicitarios	Al concluir los servicios solicitados en la orden de servicio.	• Que los servicios solicitados de acuerdo con la orden de servicio se hayan efectuado.	Que los servicios cumplan los requerimientos indicados en el anexo técnico y cotización.	Conciliación de servicios.	Solicitar la reposición o deductiva que corresponda de acuerdo con las necesidades de la marca, y en su caso la determinación de penas convencionales que correspondan.
2	Recibe y verifica las cifras reportadas en la Cédula de Conciliación.	Gerente (a) de Mercadotecnia y Publicidad / Subgerente (a) de Contratación y Seguimiento de Medios y Servicios Publicitarios	Mensual	• Revisión de montos.	Que las cifras reportadas coincidan con los pagos mensuales tramitados.	Cédula de Conciliación de servicios de difusión mensual.	Identificar las diferencias y realizar las correcciones que proceden.

 LOTERÍA NACIONAL	ÁREA EMISORA:		HOJA No.	DE
	SUBDIRECCIÓN GENERAL DE NUEVOS NEGOCIOS, MERCADOTECNIA Y PUBLICIDAD		20	22
	CLAVE DE NORMA INTERNA: SGNN-PRO-17		TIPO: RESERVADO	
	FECHA DE EMISIÓN	SEPTIEMBRE 2006	NIVEL DE REVISIÓN	05

NOMBRE DE NORMA INTERNA: PROCEDIMIENTO DE ADMINISTRACIÓN DE LOS SERVICIOS DE PROMOCIÓN Y PUBLICIDAD

VIII. CONTROL DE CAMBIOS

REVISIÓN	DESCRIPCIÓN DEL CAMBIO	FECHA
04	Se actualizaron los responsables de firmar el documento, el Objetivo, el Alcance y el Fundamento Jurídico. Se cambió el nombre de “Pronósticos para la Asistencia Pública” ahora “Lotería Nacional”, se dio de baja a la Subdirección General de Mercadotecnia y sus funciones pasaron a la Subdirección General de Servicios Comerciales por lo que cambio la clave de la norma “SGM-INT-06” ahora “SSC-INT-16”. Cambio la clave del documento de referencia “Lineamientos de Programación y Control Presupuestal” “SAF-PRO-17” ahora “SAF-LIN-03”. Cambio el nombre de referencia del documento “SAJ-INT-02” “Elaboración y Validación de Convenios y Contratos; Validación de Pedidos; Elaboración de Modelos y Proyectos de Convenios, Contratos y Pedidos” ahora Elaboración y Validación de Contratos y Convenios; Validación de Pedidos y Elaboración de Modelos de Contratos y Fianzas. Se modificaron las políticas 1, 7, 8, 9, 10, 11, 12, 13, 18, y 21; se modificaron las actividades 1.1, 4.1, 6.3, 8.3, 9.1, 9.4, 9.5, 11.1, 13.1 y 16.1. Se actualizaron el Diagrama de Flujo y el Glosario de términos quedando el documento acorde a las atribuciones del área competente. Derivado de la publicación en el Diario Oficial de la Federación del Decreto de fecha 09 de marzo de 2020, por el que se modificó la denominación del organismo público descentralizado Pronósticos para la Asistencia Pública y se reformó el Decreto por el que se crea el organismo descentralizado Pronósticos Deportivos para la Asistencia Pública, publicado el 24 de febrero de 1978; se cambió la denominación de Pronósticos para la Asistencia Pública a Lotería Nacional, ordenando en su TRANSITORIO SEGUNDO realizar las adecuaciones que correspondan al Estatuto Orgánico de la Lotería Nacional, lo que conllevó a abrogar el Estatuto Orgánico de Pronósticos para la Asistencia Pública, publicado en el Diario Oficial de la Federación el 23 de septiembre de 2019; y expedir el Estatuto Orgánico de Lotería Nacional que se publicó en el Diario Oficial de la Federación el día 30 de diciembre de 2020 y entrando en vigor el día 31 de diciembre de 2020.	Noviembre 2021

 LOTERÍA NACIONAL	ÁREA EMISORA:		HOJA No.	DE
	SUBDIRECCIÓN GENERAL DE NUEVOS NEGOCIOS, MERCADOTECNIA Y PUBLICIDAD		21	22
	CLAVE DE NORMA INTERNA: SGNN-PRO-17		TIPO: RESERVADO	
	FECHA DE EMISIÓN	SEPTIEMBRE 2006	NIVEL DE REVISIÓN	05

NOMBRE DE NORMA INTERNA:	PROCEDIMIENTO DE ADMINISTRACIÓN DE LOS SERVICIOS DE PROMOCIÓN Y PUBLICIDAD
---------------------------------	---

REVISIÓN	DESCRIPCIÓN DEL CAMBIO	FECHA
05	Se actualizó la norma de acuerdo con la operación y estructura orgánica autorizada de Lotería Nacional. Lo anterior, acorde a lo previsto en el “Acuerdo por el que se aprueba la modificación al Sexto Transitorio del Estatuto Orgánico de Lotería Nacional, publicado en el Diario Oficial de la Federación el día 18 de enero de 2022”, publicado en el Diario Oficial de la Federación el 2 de enero de 2026.	Marzo 2026

IX. GLOSARIO

Anexo Técnico:

Documento mediante el cual el área requirente describe detalladamente las características esenciales del bien o servicio solicitado.

Conciliaciones Contabilidad:

Comparación de las cifras que cada una de las áreas involucradas tiene registradas, para que en el caso de identificar variaciones se efectúe el análisis y correcciones procedentes con el fin de concordar las cifras.

Cotización:

Tarifas y especificaciones técnicas que brindan los Proveedores y/o Prestadores del Servicio a la Entidad.

Estrategia Anual de Promoción y Publicidad:

Instrumento de planeación que expresa los principales temas de promoción de los productos, marcas y/o campañas de la Entidad, tendientes a incrementar sus ventas.

Medios Impresos:

Tipos de publicación escrita masiva que contenga texto o imágenes fijas que se encuentre impreso, con periodicidad de edición limitada, bajo el mismo nombre y numeración secuenciada.

Medios Digitales:

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

Medios Electrónicos:

Todo aquel que nos proporciona la difusión a través de impulsos eléctricos tales como radio televisión y cine.

 LOTERÍA NACIONAL	ÁREA EMISORA:		HOJA No.	DE
	SUBDIRECCIÓN GENERAL DE NUEVOS NEGOCIOS, MERCADOTECNIA Y PUBLICIDAD		22	22
	CLAVE DE NORMA INTERNA: SGNN-PRO-17		TIPO: RESERVADO	
	FECHA DE EMISIÓN	SEPTIEMBRE 2006	NIVEL DE REVISIÓN	05

NOMBRE DE NORMA INTERNA:	PROCEDIMIENTO DE ADMINISTRACIÓN DE LOS SERVICIOS DE PROMOCIÓN Y PUBLICIDAD
--------------------------	--

Medios Complementarios:

Medios de difusión alternativos que impactan a un segmento más específico de la población, tales como: Mobiliario urbano, espectaculares.

Presupuesto Anual:

Recurso económico autorizado por la SHCP que será utilizado durante el ejercicio fiscal.

Programa Anual de Promoción y Publicidad:

Conjunto de campañas derivadas de la Estrategia Anual de Promoción y Publicidad, encaminadas al objetivo institucional con recursos asignados a la partida de gastos "Difusión de mensajes comerciales para promover la venta de productos o servicios".

SEGOB:

Secretaría de Gobernación.

SHCP:

Secretaría de Hacienda y Crédito Público.

SINC:

Sistema de Información de Normatividad de Comunicación.

Testigos:

Documentos comprobatorios del servicio recibido por parte del Prestador de Servicios de medios de comunicación, que pueden ser ejemplares, bitácoras, fotografías, videos, audios, entre otros.

X. ANEXOS

No Aplica.