



DIRECCIÓN GENERAL DE COMUNICACIÓN SOCIAL

MANUAL DE PROCEDIMIENTOS

VIGENCIA: OCTUBRE DE 2010

Nº DE REGISTRO: **SCT.-111-2.01-A1-2010**



PRESENTACIÓN

La Secretaría de Comunicaciones y Transportes ha llevado a la práctica diversas acciones de modernización administrativa en todos los ámbitos de su actividad, a través de la aplicación de medidas de desregulación, simplificación, desconcentración y descentralización, capacitación de su personal y fortalecimiento de la autonomía de gestión en las paraestatales del propio Sector. Asimismo, ha inducido la participación de los sectores social y privado en la construcción de infraestructura y en la explotación de los servicios que se ofrecen.

Como resultado del proceso de transformación aplicado, se redefinió el funcionamiento de esta Secretaría, adoptando una nueva forma de organización, en la cual las oficinas centrales atienden preponderantemente los aspectos normativos, el ejercicio de la autoridad, la planeación y el control, mientras que la operación, la prestación de los servicios y la construcción de las obras son atendidas directamente por los Centros SCT, órganos desconcentrados y las entidades paraestatales que conforman el Sector, así como por los particulares, mediante concesión.

En este contexto y derivado de la dinámica experimentada por la propia organización de la Secretaría y la correspondiente a las unidades administrativas que la integran, ha sido imprescindible mantener actualizados los instrumentos administrativos que contienen información relevante acerca de sus características actuales de la organización y funcionamiento.

Por lo anterior y de acuerdo a la facultad que me otorga el Artículo 7 fracción XXIII del Reglamento Interior de la Secretaría de Comunicaciones y Transportes, se expide el presente Manual de Procedimientos, el cual por su contenido, resulta un instrumento esencial para apoyar el cumplimiento de las atribuciones encomendadas a esa unidad administrativa, por lo que deberá mantenerse actualizado, a fin de que cumpla eficazmente su función informativa y se obtenga el máximo beneficio de este documento de consulta.

EL OFICIAL MAYOR DEL RAMO

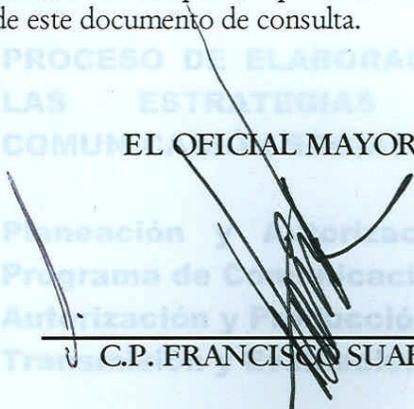

C.P. FRANCISCO SUAREZ WARDEN

TABLA DE CONTENIDO

MO-111-PR01	PROCESO INFORMATIVO PARA MEDIOS DE COMUNICACIÓN
MP-111-PR01-P01	Elaboración y Difusión de Comunidades de Prensa
MP-111-PR01-P02	Elaboración de Conferencias de Prensa
MP-111-PR01-P03	Entrevistas de Funcionarios para Medios de Comunicación
MP-111-PR01-P04	Coberturas Periodísticas para Eventos y Giras de Trabajo
MO-111-PR02	PROCESO DE INFORMACIÓN PARA FUNCIONARIOS SCT
MP-111-PR02-P01	Elaboración de la Síntesis Informativa
MP-111-PR02-P02	Monitoreo de Medios Electrónicos
MP-111-PR02-P03	Evaluación del Impacto Informativo
MO-111-PR03	PROCESO DE VINCULACIÓN PARA LA APROBACIÓN DE INICIATIVAS
MP-111-PR03-P01	Seguimiento de Iniciativas y Propositiones Legislativas
MP-111-PR03-P02	Atención a Puntos de Acuerdo
MP-111-PR03-P03	Emisión de Opiniones a Iniciativas Legislativas
MO-111-PR04	PROCESO DE ELABORACIÓN Y AUTORIZACIÓN DE LAS ESTRATEGIAS Y PROGRAMAS DE COMUNICACIÓN SOCIAL
MP-111-PR04-P01	Planeación y Autorización de la Estrategia y Programa de Comunicación Social
MP-111-PR04-P02	Autorización y Producción de Campañas de Difusión
MP-111-PR04-P03	Transmisión y Evaluación de Campañas de Difusión



MO-111-PR05

**PROCESO DE PRODUCCIÓN DE MATERIALES
GRÁFICOS Y AUDIOVISUALES**

MP-111-PR05-P01

Elaboración de Materiales Gráficos Institucionales

MP-111-PR05-P02

Elaboración de Materiales Audiovisuales

CONTROL DE CAMBIOS

ÁREA RESPONSABLE:	Dirección de Información
PROCEDIMIENTO:	Elaboración y Difusión de Comunicados de Prensa
OBJETIVO ESTRATÉGICO:	Fortalecer la relación con los medios de comunicación, a través de un modelo de igualdad, apertura, respeto, transparencia y equidad, que permita dar a conocer a la sociedad la información institucional de manera verás y oportuna.

OBJETIVO

Dar a conocer puntual y oportunamente a la sociedad la información generada por la Secretaría de Comunicaciones y Transportes, en materia de infraestructura, telecomunicaciones, transportes y marina mercante, a través de los medios de comunicación.

LINEAMIENTOS DE OPERACIÓN

1. Será responsabilidad de las Unidades Administrativas el contenido informativo (Nombres, cifras, estadísticas, etc.) de los comunicados de prensa.
2. Será responsabilidad de las Unidades Administrativas la elaboración del anteproyecto de comunicado de prensa y su envío oportuno a la Dirección de Información.
3. El Área de Redacción será la responsable de dar el perfil y redacción mediática al contenido informativo del anteproyecto de comunicado de prensa.
4. Todo comunicado de prensa para su difusión a los medios de comunicación, deberá ser validado previamente por la Unidad Administrativa generadora.
5. Será responsabilidad de la Dirección de Información el resguardo y actualización del archivo histórico de los comunicados de prensa generados por la SCT.

ÁREA RESPONSABLE:

Dirección de Información

PROCEDIMIENTO:

Elaboración y Difusión de Comunicados de Prensa

DURACIÓN TOTAL:

1 día

DESCRIPCIÓN DEL PROCEDIMIENTO

Act. N°	Responsable	Descripción	Tiempo
01	Dirección de la Información	Recibe por correo electrónico el anteproyecto de comunicado de prensa de la Unidad Administrativa, para su revisión y corrección de estilo.	1 día
02		Reenvía el anteproyecto de comunicado de prensa al Área de Redacción para su procesamiento.	
03	Área de Redacción	Recibe el anteproyecto de comunicado de prensa, lo archiva en la carpeta de anteproyectos y revisa el contenido informativo.	
		REQUIERE MÁS INFORMACIÓN	
04		SÍ Le solicita el enlace en la Unidad Administrativa el complemento o verificación del contenido informativo del anteproyecto del comunicado.	
05	Unidad Administrativa	Proporciona al Área de Redacción la información necesaria para la elaboración del “Proyecto de Comunicado de Prensa” (MP-111-PR01-P01-F01) .	
06	Área de Redacción	Recibe la información necesaria de la Unidad Administrativa Central.	
07		NO Elabora el proyecto de comunicado de prensa y lo envía a la Subdirección de Prensa para su revisión.	
08	Subdirección de Prensa	Recibe el proyecto de comunicado de prensa y revisa contenido, redacción, sintaxis y ortografía.	
		HAY CORRECCIONES	
09		SÍ Solicita al Área de Redacción la corrección del	

ÁREA RESPONSABLE:

Dirección de Información

PROCEDIMIENTO:

Elaboración y Difusión de Comunicados de Prensa

DURACIÓN TOTAL:

1 día

DESCRIPCIÓN DEL PROCEDIMIENTO

Act. N°	Responsable	Descripción	Tiempo
10	Área de Redacción	proyecto de comunicados de prensa. Realiza las correcciones y reenvía el proyecto de comunicado a la Subdirección de Prensa para visto bueno.	
11	Subdirección de Prensa	NO Da visto bueno al comunicado de prensa y lo pasa a revisión de la Dirección de Información.	
12	Dirección de Información	Recibe el proyecto de comunicado de prensa, lo revisa, da visto bueno y lo envía a la Unidad Administrativa correspondiente para su validación.	
13	Unidad Administrativa	Recibe el proyecto de comunicado y emite la validación, por correo electrónico, a la Dirección de Información.	
14	Dirección de Información	Recibe la validación por correo electrónico y la reenvía al Área de Redacción dándole el estatus de comunicado de prensa oficial y se difunda a los medios de comunicación.	
15	Área de Redacción	Recibe la validación del comunicado de prensa, lo archiva en la carpeta de validaciones de comunicados y procede a la difusión en medios.	
16		Envía el comunicado de prensa a los reporteros de la fuente y la base de datos de las áreas de redacción de medios impresos y electrónicos, por correo electrónico.	
17		Confirma la recepción del comunicado de prensa en todos los medios, vía telefónica.	
18		Envía por correo electrónico el comunicado de prensa al Área de Soporte Web, para que lo publique en la página de internet de la SCT.	

ÁREA RESPONSABLE:

Dirección de Información

PROCEDIMIENTO:

Elaboración y Difusión de Comunicados de Prensa

DURACIÓN TOTAL:

1 día

DESCRIPCIÓN DEL PROCEDIMIENTO

Act. N°	Responsable	Descripción	Tiempo
19	Área de Soporte Web	<p>Recibe el comunicado de prensa y lo publica en la página web de la SCT.</p> <p>EL ARCHIVO HISTÓRICO DE COMUNICADOS DE PRENSA SE ACTUALIZA AUTOMATICAMENTE POR SISTEMA, UNA VEZ QUE SE PUBLICA EN LA PÁGINA WEB INSTITUCIONAL.</p>	
20		<p>Informa a la Dirección de Información que ya ha sido publicado el nuevo comunicado de prensa en la página web de la SCT.</p>	
21	Dirección de Información	<p>Verifica que el nuevo comunicado de prensa aparezca en la página web de la SCT.</p> <p>TERMINA EL PROCEDIMIENTO</p>	



SCT

SECRETARÍA DE
COMUNICACIONES
Y TRANSPORTES

1

**GOBIERNO
FEDERAL**

**MÉXICO
2010**



DIRECCIÓN GENERAL DE COMUNICACIÓN SOCIAL

COMUNICADO No. 2 FECHA: 3

4 CABEZA O TÍTULO DE COMUNICADO

5 • INFORMACIÓN A DESTACAR

6

7 --oo0oo--

8

www.sct.gob.mx
Correo: dirinf@sct.gob.mx
Tels: 5488-4241 5488-4252 5488-4253

ÁREA RESPONSABLE:	Dirección de Información		
PROCEDIMIENTO:	Elaboración y Difusión de Comunicados de Prensa		
FORMATO:	Comunicado de Prensa	RESGUARDO	2 años

GUIA DE LLENADO

Campo	Datos que deberán anotarse
1	Encabezado institucional actualizado, aprobado de conformidad con los lineamientos establecidos en el Manual de Identidad de la Secretaría de Comunicaciones y Transportes y lo establecido por la Presidencia de la República.
2	Número consecutivo correspondiente al nuevo comunicado de prensa.
3	Fecha de publicación del comunicado de prensa.
4	Cabeza o título del comunicado de prensa.
5	Viñetas que destacan la información más relevante del contenido informativo del comunicado de prensa.
6	Cuerpo del boletín que contiene la información a difundir.
7	Pleca de cierre del comunicado de prensa que delimita la terminación del contenido informativo.
8	Pie del comunicado que contiene los datos de contacto con la Dirección de Información de la SCT y la página web institucional.

ÁREA RESPONSABLE:

Dirección de Información

PROCEDIMIENTO:

Elaboración de Conferencias de Prensa

OBJETIVO ESTRATÉGICO:

Fortalecer la relación con los medios de comunicación, a través de un modelo de igualdad, apertura, respeto, transparencia y equidad, que permita dar a conocer a la sociedad la información institucional de manera verás y oportuna.

OBJETIVO

Organizar y llevar a cabo conferencias de prensa, a través de los medios de comunicación, nacionales, locales e internacionales, con la finalidad de dar a conocer de manera oportuna la información que la Secretaría de Comunicaciones y Transportes genere circunstancialmente o que requiera de mayor alcance en su difusión.

LINEAMIENTOS DE OPERACIÓN

1. Todas las conferencias de prensa deberán estar coordinadas por la Dirección General de Comunicación Social, a través de la Dirección de Información.
2. Es responsabilidad de las Unidades Administrativas el contenido informativo que se dará a conocer durante la conferencia de prensa a los medios de comunicación.
3. La Dirección de Información será la responsable de coordinar la convocatoria a los medios de comunicación, para que participen en la conferencia de prensa.
4. El material presentado durante la conferencia de prensa deberá ser proporcionado a todos los medios de comunicación asistentes, a través de la Subdirección de Prensa.
5. Los materiales informativos presentados en la conferencia de prensa serán publicados en la página de internet de la Secretaría de Comunicaciones y Transportes.

ÁREA RESPONSABLE:

Dirección de Información

PROCEDIMIENTO:

Elaboración de Conferencias de Prensa

DURACIÓN TOTAL:

1 día

DESCRIPCIÓN DEL PROCEDIMIENTO

Act. N°	Responsable	Descripción	Tiempo
01	Dirección de la Información	Recibe la solicitud de la Unidad Administrativa o propone la realización de una conferencia de prensa para informar sobre algún tema específico.	1 día
		ES PROPUESTA DGCS	
02		SÍ Recopila, procesa y prepara los materiales e información que se presentará y entregará durante la conferencia de prensa.	
03		Instruye a la Subdirección de Prensa para que coordine la organización logística del evento. (Continúa Actividad 9)	
04		NO Recibe de la Unidad Administrativa la información y materiales que se proponen difundir.	
05		Revisa el contenido informativo de los materiales, en coordinación con la Subdirección de Prensa y el Área de Redacción.	
		EXISTEN MODIFICACIONES	
06		SÍ Solicito a la Unidad Administrativa la elaboración de los cambios.	
07	Unidad Administrativa	Realiza las modificaciones a los materiales o contenido informativo y los envía a la Dirección de Información. (Regresa Actividad 4)	

ÁREA RESPONSABLE:

Dirección de Información

PROCEDIMIENTO:

Elaboración de Conferencias de Prensa

DURACIÓN TOTAL:

1 día

DESCRIPCIÓN DEL PROCEDIMIENTO

Act. N°	Responsable	Descripción	Tiempo
08	Dirección de Información	NO Instruye a la Subdirección de Prensa para que coordine la organización logística del evento.	
09	Subdirección de Prensa	Organiza con el apoyo del Área de Redacción, la verificación del espacio, sonorización, instalación de equipo, cobertura periodística, fotografía y video del evento.	
10		Solicita a la Subdirección Administrativa el suministro de bienes consumibles (agua, café, galletas etc.) para los asistentes.	
11		Elabora la invitación a los medios de comunicación, la valida con la Dirección de Información y la entrega al Área de Redacción para que la envíe a los medios de comunicación, por correo electrónico.	
12	Área de Redacción	Recibe la invitación y la distribuye por correo electrónico a todos los reporteros de la fuente, medios nacionales, extranjeros o locales.	
13		Recibe, instala y brinda el apoyo necesario a los reporteros de los medios de comunicación, para la realización de sus transmisiones en directo, desde el lugar.	
14		Coordina las preguntas de los medios hacia los funcionarios, una vez terminada la exposición.	
15		Entrega los materiales presentados durante la exposición a todos los medios asistentes en versión impresa o archivo electrónico.	
16	Subdirección de Prensa	Envía al Área de Soporte Web la información de la conferencia de prensa, para que la publique en la página de internet de la SCT.	

ÁREA RESPONSABLE:

Dirección de Información

PROCEDIMIENTO:

Elaboración de Conferencias de Prensa

DURACIÓN TOTAL:

1 día

DESCRIPCIÓN DEL PROCEDIMIENTO

Act. N°	Responsable	Descripción	Tiempo
17	Área de soporte web	Recibe la información y la sube a la página web institucional de la SCT, informando a la Dirección de Información.	
18	Dirección de Información	Verifica que la información se encuentre publicada en la página web de la SCT.	
19	Área de Redacción	Distribuye la información presentada en la conferencia de prensa a las redacciones de los medios nacionales, locales, y extranjeros, según sea el requerimiento.	
TERMINA EL PROCEDIMIENTO			

ÁREA RESPONSABLE:

Dirección de Información

PROCEDIMIENTO:

Entrevistas de Funcionarios para Medios de Comunicación

OBJETIVO ESTRATÉGICO:

Fortalecer la relación con los medios de comunicación, a través de un modelo de igualdad, apertura, respeto, transparencia y equidad, que permita dar a conocer a la sociedad la información institucional de manera verás y oportuna.

OBJETIVO

Coordinar la atención a la solicitud de entrevistas generadas por los medios de comunicación para los funcionarios de la Secretaría de Comunicaciones y Transportes, con el fin de proporcionar información directa de los responsables de cada tema.

LINEAMIENTOS DE OPERACIÓN

1. Todas las entrevistas otorgadas a los medios de comunicación deberán ser coordinadas a través de la Dirección de Información, de la Dirección General de Comunicación Social.
2. Cualquier información proporcionada a los medios de comunicación sin el conocimiento de la Dirección de Información, será responsabilidad del funcionario o Unidad Administrativa que la emita.
3. Será responsabilidad de la Subdirección de Prensa la coordinación de los enlaces telefónicos entre el medio de comunicación y el funcionario, cuando se trate de este tipo de entrevistas.
4. Todo funcionario que conceda una entrevista exclusiva será acompañado, en la medida de lo posible, por un representante de la Dirección de Información.

ÁREA RESPONSABLE:

Dirección de Información

PROCEDIMIENTO:

Entrevistas de Funcionarios para Medios de Comunicación

DURACIÓN TOTAL:

1 día

DESCRIPCIÓN DEL PROCEDIMIENTO

Act. N°	Responsable	Descripción	Tiempo
01	Dirección de la Información	Recibe del medio de comunicación la solicitud de entrevista para algún funcionario de la SCT.	1 día
02		Informa al enlace del funcionario de la solicitud, el tema, horario, programa, conductor o reportero y le solicita su consideración.	
03	Enlace del Funcionario	Hace la propuesta al funcionario, analizan su viabilidad y aprueban la solicitud, informando a la Dirección de Información.	
04	Dirección de Información	Recibe la aprobación y coordina los detalles como el lugar y la hora para la entrevista.	
		ES UNA ENTREVISTA EXCLUSIVA	
05		SÍ Designa al reportero o representante de la Dirección de Información que acompañará al funcionario.	
06	Reportero de la DGCS	Presenta y da el seguimiento al contenido de la entrevista para su respaldo informativo. (Continúa Actividad 10)	
		NO	
07	Dirección de Información	Instruye al Subdirector de Prensa para que coordine el enlace telefónico y al reportero para darle seguimiento a la entrevista.	
08	Subdirección de Prensa	Informa al reportero designado de la cobertura y realiza el enlace telefónico entre el medio de comunicación y el funcionario.	

ÁREA RESPONSABLE:

Dirección de Información

PROCEDIMIENTO:

Entrevistas de Funcionarios para Medios de Comunicación

DURACIÓN TOTAL:

1 día

DESCRIPCIÓN DEL PROCEDIMIENTO

Act. N°	Responsable	Descripción	Tiempo
09	Reportero de la DGCS	Da el seguimiento al contenido de la entrevista en el programa de radio o televisión, para el respaldo informativo de la misma. (Continúa Actividad 10)	
10		Elabora la versión estenográfica de la entrevista e informa del contenido al Subdirector de Prensa.	
11	Subdirección de Prensa	Revisa el contenido de la entrevista y la comenta con la Dirección de Información, para su conocimiento.	
12	Dirección de Información	Valora y analiza el contenido de la entrevista e informa del resultado a la Dirección General de Comunicación Social.	
		TERMINA EL PROCEDIMIENTO	

ÁREA RESPONSABLE:

Dirección de Información

PROCEDIMIENTO:

Cobertura Periodística para Eventos y Giras de Trabajo

OBJETIVO ESTRATÉGICO:

Fortalecer la relación con los medios de comunicación, a través de un modelo de igualdad, apertura, respeto transparencia y equidad, que permita dar a conocer a la sociedad la información institucional de manera verás y oportuna.

OBJETIVO

Generar mecanismos de comunicación, materiales gráficos, impresos y electrónicos, de los eventos y giras de trabajo de C. Secretario y funcionario de primer nivel, a través de los medios de comunicación, con la finalidad de ser difundidos.

LINEAMIENTOS DE OPERACIÓN

1. Será responsabilidad de la Unidad Administrativa el solicitar oportunamente la cobertura periodística del evento o gira de trabajo y el envío en tiempo y forma de los materiales y contenidos informativos a la Dirección de Información.
2. Para todas las giras de trabajo del C. Secretario de Comunicaciones y Transportes se deberá programar la cobertura periodística sin excepción, a menos que exista alguna instrucción específica para lo contrario.
3. Para los eventos especiales con la participación del C. Secretario se deberá programar la cobertura periodística, siempre y cuando no se trate de un acto privado.
4. Los materiales generados en las coberturas periodísticas, audios, videos e imágenes, deberán ser proporcionados a los medios de comunicación, solo si existe una solicitud oficial a la Dirección de Información.
5. La información generada durante el evento o gira de trabajo deberá ser publicada en la página de internet de la Secretaría de Comunicaciones y Transportes.
6. El material videográfico, fotográfico y de audio, será incorporado a los archivos correspondientes, dentro del expediente histórico de la información institucional.

ÁREA RESPONSABLE:

Dirección de Información

PROCEDIMIENTO:

Cobertura Periodística para Eventos y Giras de Trabajo

DURACIÓN TOTAL:

1 día

DESCRIPCIÓN DEL PROCEDIMIENTO

Act. N°	Responsable	Descripción	Tiempo
01	Dirección de Información	Recibe solicitud de la Unidad Administrativa o de la DGCS para llevar a cabo la cobertura periodística de un evento o gira de trabajo.	1 día
02		Instruye a la Subdirección de Prensa para que seleccione y coordine al equipo de cobertura periodística del evento o gira de trabajo.	
03	Subdirección de Prensa	Seleccione al reportero, fotógrafo y camarógrafo, según la disponibilidad del personal, presentando la propuesta a la Dirección de Información.	
04	Dirección de Información	Autoriza la propuesta del equipo de cobertura periodística y le informa al personal seleccionado.	
		ES COBERTURA LOCAL	
		SÍ	
05		Solicita a la Subdirección de Prensa coordine y confirme la transportación del personal, con la Subdirección Administrativa.	
06	Subdirección de Prensa	Pide a la Subdirección Administrativa el servicio de transportación y confirma la hora de salida al personal seleccionado.	
07	Equipo de Cobertura Periodística	Realiza la cobertura periodística y entrega a su regreso los materiales generados al Área de Redacción, para su procesamiento. (Continúa Actividad 11)	
		NO	
08	Dirección de Información	Solicita a la Subdirección de Prensa la gestión de viáticos y transportación para el personal seleccionado.	

ÁREA RESPONSABLE:

Dirección de Información

PROCEDIMIENTO:

Cobertura Periodística para Eventos y Giras de Trabajo

DURACIÓN TOTAL:

1 día

DESCRIPCIÓN DEL PROCEDIMIENTO

Act. N°	Responsable	Descripción	Tiempo
09	Subdirección de Prensa	Gestiona con la Subdirección de Administración los viáticos y transportación para el personal del equipo de cobertura.	
10	Equipo de Cobertura Periodística	Llegan al lugar del evento o gira de trabajo, realizan la cobertura periodística y envían los materiales, vía correo electrónico al Área de Redacción para su procesamiento y difusión a medios.	
11	Área de Redacción	Recibe los materiales, los procesa y genera el proyecto de comunicado de la cobertura, la versión estenográfica y otros productos según se requiera.	
12		Presenta el proyecto de comunicado de la cobertura a la Subdirección de Prensa para su validación con el Director de Información.	
13	Subdirección de Prensa	Recibe el proyecto de comunicado y lo revisa junto con la Dirección de Información.	
		EXISTEN MODIFICACIONES	
14		SÍ Solicita al Área de Redacción elabore los cambios propuestos.	
15	Área de Redacción	Elabora los cambios al proyecto de comunicado de la cobertura y lo entrega a la Subdirección de Prensa, para su validación con la Dirección de Información. (Regresa Actividad 13)	
16	Dirección de Información	NO Valida el contenido e instruye a la Subdirección de Prensa para que difunda el comunicado a los medios y se publique en el portal de internet de	

ÁREA RESPONSABLE:

Dirección de Información

PROCEDIMIENTO:

Cobertura Periodística para Eventos y Giras de Trabajo

DURACIÓN TOTAL:

1 día

DESCRIPCIÓN DEL PROCEDIMIENTO

Act. N°	Responsable	Descripción	Tiempo
17	Subdirección de Prensa	Indica al Área de Redacción que puede enviar el comunicado de la cobertura periodística a los medios de comunicación.	
18		Envía por correo electrónico el comunicado de la cobertura periodística y los materiales audiovisuales al Área de Soporte Web, para que los publique en la página de internet de la SCT.	
19	Área de Soporte Web	Publica el comunicado de la cobertura periodística y materiales audiovisuales en la página de internet de la SCT.	
20	Subdirección de Prensa	Verifica que todo el material este distribuido y publicado e informa a la Dirección de Información.	
21	Dirección de Información	Verifica que el comunicado de la cobertura y materiales audiovisuales estén publicados en la página de internet de la SCT.	
		TERMINA PROCEDIMIENTO	

ÁREA RESPONSABLE:

Dirección de Información

PROCEDIMIENTO:

Elaboración de la Síntesis Informativa

OBJETIVO ESTRATÉGICO:

Definir mecanismos eficaces de comunicación para mantener informados a los funcionarios de la SCT y de los organismos descentralizados, así como garantizar un flujo eficiente hacia los medios de comunicación y la ciudadanía.

OBJETIVO

Recopilar y elaborar diariamente el resumen de las notas que se generan en los medios de comunicación impresos y electrónicos, respecto de los temas con manejo mediático para mantener informados a los funcionarios de primer nivel de la SCT.

LINEAMIENTOS DE OPERACIÓN

1. La elaboración de la Síntesis Informativa deberá iniciarse diariamente a las tres horas del día.
2. La información contenida incorporará un resumen de las notas relacionadas con la SCT a nivel nacional y local.
3. Los temas y la estructura del contenido de la Síntesis Informativa serán determinados por el Director de Información.
4. La Dirección de Información será la única facultada para autorizar la entrega de copias y accesos electrónicos de la Síntesis Informativa SCT.
5. Toda solicitud para la entrega o acceso electrónico de la Síntesis Informativa deberá hacerse de manera oficial a la Dirección de Información, de la Dirección General de Comunicación Social.

ÁREA RESPONSABLE:

Dirección de Información

PROCEDIMIENTO:

Elaboración de la Síntesis Informativa

DURACIÓN TOTAL:

1 día

DESCRIPCIÓN DEL PROCEDIMIENTO

Act. N°	Responsable	Descripción	Tiempo
01	Subdirección de Síntesis y Análisis	Verifica que los periódicos estén completos y coordina al personal operativo para que inicien la selección, revisión y recorte de las notas.	1 día
02	Personal Operativo	Revisa los periódicos, selecciona las notas, las recortan y pegan en hojas para integrarse al formato de la Síntesis.	
03		Clasifican las notas periodísticas y elaboran el resumen de cada una en el formato de “Síntesis de Medios Impresos” (MP-111-PR02-P01-F01) .	
04	Subdirección de Síntesis y Análisis	Incorpora la información que recibe por correo electrónico, con el contenido del monitoreo de medios electrónicos, al formato “Monitoreo de Medios Electrónicos” (MP-111-PR02-P01-F03) .	
05		Revisa la información que recibe por correo electrónico, con el contenido de los medios locales y la integra al formato “Síntesis Informativa Estados” (MP-111-PR02-P01-F02) .	
06		Revisa las notas de prensa nacional seleccionadas y la síntesis de cada nota.	
07		Valida el contenido de la Síntesis Informativa y solicita al personal operativo el armado de la carpeta para su copiado y versión electrónica.	
08	Personal Operativo	Genera el copiado y la versión electrónica de la carpeta de la Síntesis Informativa.	

ÁREA RESPONSABLE:

Dirección de Información

PROCEDIMIENTO:

Elaboración de la Síntesis Informativa

DURACIÓN TOTAL:

1 día

DESCRIPCIÓN DEL PROCEDIMIENTO

Act. N°	Responsable	Descripción	Tiempo
09		Preparan los paquetes de periódicos y Síntesis, personalizándolos por funcionario y unidad administrativa.	
10	Personal de Distribución	Entregan al personal de distribución todos los paquetes personalizados, para su entrega.	
11	Subdirección de Síntesis y Análisis	Reciben y entregan los paquetes en las Unidades Administrativas y domicilios predeterminados.	
12		Archiva la carpeta original de la Síntesis Informativa y un juego de periódicos completo, para el respaldo histórico de la información.	
TERMINA EL PROCEDIMIENTO			

2 Jueves 22 de abril de 2010

3 **SECRETARIO**

4 **Logra Tabasco acuerdo para destrabar limitantes de inversiones.** El gobierno del Estado y la SCT alcanzan acuerdos para... (*El Sol de México p.2-República*)

5 **OPINIÓN SECRETARIO**

6 **PERSONAJES DE RENOMBRE / DAVID PÁRAMO**
EXCÉLSIOR P4 DINERO
Salvemos a la industria III. Mientras que...

7 **COMUNICADOS**

8 **Com. No. 062.- Se fortalece la infraestructura aeroportuaria y carretera en el Golfo.** El Gobierno Federal anunció que... (*Reforma p.6 Negocios*)

9 **SCT**

10 **Madrugete; palomean Cuenta Pública 2002.** Aunque en medio de desacuerdos... (*El Financiero p.29*)

11 **COMUNICACIONES**

12 **Elogian las licitaciones.** De concretarse los procesos de licitación... (*El Universal p.3 Cartera*)

13 **INFRAESTRUCTURA**

14 **Desplegado / El Puente Baluarte, el más alto de América Latina.** El Gobierno Federal Construye la carretera... (*La Prensa p.22*)

15 **TRANSPORTE**

16 **Los problemas legales ahogan las licitaciones.** Impugnaciones, recursos de revisión... (*Excélsior p.1-4 Dinero*)

17 OPINIÓN SCT**18** COMUNICACIONES**19** EMPRESA / ALBERTO BARRANCO*EL UNIVERSAL P5 CARTERA*

Programación nacional. Entre los puntos que impugnan...

20 -o0o-**21** Jueves 22 de abril de 2010**22** NACIONAL POLÍTICA**23** Narcotráfico e Inseguridad**24** Francisco Saynez (Semar), consideró que es un momento clave para... MIL**Legislativo y Reformas Estructurales**

Los coordinadores parlamentarios del PRI y PRD, en el Senado... SOL

.
.
.**25** METRÓPOLI**26** La extracción excesiva de agua en el subsuelo del Valle de México... SACM / UNI**27** ECONOMÍA Y FINANZAS**28** FMI prevé para México un crecimiento de 4.2% anual en 2010... / UNI**29** INTERNACIONAL**30** Arde plataforma de petróleo en EU... / UNI**31** -o0o-

ÁREA RESPONSABLE:

Dirección de Información

PROCEDIMIENTO:

Elaboración de la Síntesis Informativa

FORMATO:

Síntesis de Medios Impresos

RESGUARDO

1 año

GUIA DE LLENADO

Campo	Datos que deberán anotarse
1	Formato de encabezado y pié de página actualizado, de conformidad con los lineamientos del Manual de Identidad de la SCT y la Presidencia de la República.
2	Fecha del día de elaboración de la Síntesis Informativa, con el siguiente formato: (Día de la Semana) (Número de Día) de (Mes) de (Año).
3	Apartado del resumen de información nacional, referente al C. Secretario de Comunicaciones y Transportes (en negritas, subrayado y con mayúsculas).
4	Título o cabeza de la nota (en negritas), seguido del resumen informativo, referente al C. Secretario de Comunicaciones y Transportes, y finalmente la fuente que lo publicó (entre paréntesis y cursivas).
5	Apartado del resumen de información nacional, referente a Opinión del C. Secretario de Comunicaciones y Transportes (en negritas, subrayado y con mayúsculas).
6	Nombre y autor (en negritas y con mayúsculas); siguiente renglón, fuente y sección (en mayúsculas y cursivas); siguiente renglón, cuerpo del resumen de la nota de opinión.
7	Apartado del resumen de información nacional, referente a los comunicados de prensa emitidos por la DGCS (en negritas, subrayado y con mayúsculas).
8	Indicar número de comunicado y su título (en negritas), seguido del resumen de la nota generada por el medio y finalmente la fuente (entre paréntesis y cursivas).
9	Apartado del resumen de información nacional, referente la Secretaría de Comunicaciones y Transportes (en negritas, subrayado y con mayúsculas).
10	Título o cabeza de la nota (en negritas), seguido del resumen informativo, referente a la Secretaría de Comunicaciones y Transportes, y finalmente la fuente que lo publicó (entre paréntesis y cursivas).
11	Apartado del resumen de información nacional, referente a temas del Sector Comunicaciones (en negritas, subrayado y con mayúsculas).
12	Título o cabeza de la nota (en negritas), seguido del resumen informativo, referente a temas del Sector Comunicaciones, y finalmente la fuente que lo publicó (entre paréntesis y cursivas).

ÁREA RESPONSABLE:

Dirección de Información

PROCEDIMIENTO:

Elaboración de la Síntesis Informativa

FORMATO:

Síntesis de Medios Impresos

RESGUARDO

1 año

GUIA DE LLENADO

Campo	Datos que deberán anotarse
13	Apartado del resumen de información nacional, referente a temas del Sector Infraestructura (en negritas, subrayado y con mayúsculas).
14	Título o cabeza de la nota (en negritas), seguido del resumen informativo, referente a temas del Sector Infraestructura, y finalmente la fuente que lo publicó (entre paréntesis y cursivas).
15	Apartado del resumen de información nacional, referente a temas del Sector Transportes (en negritas, subrayado y con mayúsculas).
16	Título o cabeza de la nota (en negritas), seguido del resumen informativo, referente a temas del Sector Transportes, y finalmente la fuente que lo publicó (entre paréntesis y cursivas).
17	Apartado del resumen de información nacional, referente a Opinión SCT (en negritas, subrayado y con mayúsculas).
18	Título del tema sectorial al que pertenece la nota de opinión (en negritas, subrayado, con mayúsculas y alineado al margen izquierdo).
19	Nombre y autor (en negritas y con mayúsculas); siguiente renglón, fuente y sección (en mayúsculas y cursivas); siguiente renglón, cuerpo del resumen de la nota de opinión.
20	Pleca de cierre de la primera sección de la Síntesis de Medios Impresos que delimita la terminación del contenido informativo nacional, referente a la Secretaría.
21	Fecha del día de elaboración de la Síntesis Informativa, con el siguiente formato: (Día de la Semana) (Número de Día) de (Mes) de (Año).
22	Apartado del resumen de información general, referente a temas de Nacional Política o política nacional (en negritas, subrayado y con mayúsculas).
23	Título del tema de política nacional al que pertenecen la notas de prensa (en negritas y alineado al margen izquierdo).
24	Resumen o síntesis de la nota de prensa, referente a temas de política nacional y a continuación la fuente que lo publicó (en mayúsculas).

ÁREA RESPONSABLE:

Dirección de Información

PROCEDIMIENTO:

Elaboración de la Síntesis Informativa

FORMATO:

Síntesis de Medios Impresos

RESGUARDO

1 año

GUIA DE LLENADO

Campo	Datos que deberán anotarse
25	Apartado del resumen de información general, referente a temas de Metrópoli o de la Ciudad México (en negritas, subrayado y con mayúsculas).
26	Resumen o síntesis de la nota de prensa, referente a temas de Metrópoli y a continuación la fuente que lo publicó (en mayúsculas).
27	Apartado del resumen de información general, referente a temas de Economía y Finanzas (en negritas, subrayado y con mayúsculas).
28	Resumen o síntesis de la nota de prensa, referente a temas de Economía y Finanzas y a continuación la fuente que lo publicó (en mayúsculas).
29	Apartado del resumen de información general, referente a temas de carácter Internacional (en negritas, subrayado y con mayúsculas).
30	Resumen o síntesis de la nota de prensa, referente a temas de carácter Internacional y a continuación la fuente que lo publicó (en mayúsculas).
31	Pleca de cierre de sección, de la Síntesis de Medios Impresos.

2 21 de abril de 2010**3** SECRETARIO**4** A fin de dar continuidad al proyecto de... PERIÓDICO: Por Esto Yucatán p. 6**5** SECRETARÍA**6** En entrevista telefónica para medios del estado de... PERIÓDICO: Canal 6 Megacable.**7** AGUASCALIENTES**8** El presidente estatal del... INTERNET: Hidrocálido Ags.BAJA CALIFORNIA.
.
.**9** OPINIÓN SCT**10** **EN TRES PATADAS / DIEGO PETERSEN.** Lo único que puede perder... PERIÓDICO: El Informador de Jalisco p. 1B.**11** DESPLEGADOS**12** **EL PUENTE BALUARTE EL MÁS ALTO DE AMÉRICA LATINA.** PERIÓDICO: La Voz de Michoacán p. 15/A; Vanguardia de Saltillo p. 15/A; Vanguardia de Saltillo p. 16;...**13** -0-

DIRECCIÓN GENERAL DE COMUNICACIÓN SOCIAL

Av. Universidad y Xola s/n, Cuerpo C, P. B.

Col. Narvarte, Deleg. Benito Juárez México, D.F. 03028

Teléfono: 5519 9284

www.sct.gob.mx

ÁREA RESPONSABLE:

Dirección de Información

PROCEDIMIENTO:

Elaboración de la Síntesis Informativa

FORMATO:

Síntesis Informativa Estados

RESGUARDO

1 año

GUIA DE LLENADO

Campo	Datos que deberán anotarse
1	Formato de encabezado y pié de página actualizado, de conformidad con los lineamientos del Manual de Identidad de la SCT y la Presidencia de la República.
2	Fecha del día de elaboración del resumen de información estatal, con el siguiente formato: (Número de Día) de (Mes) de (Año).
3	Apartado del resumen de información estatal, referente al C. Secretario de Comunicaciones y Transportes (en negritas, subrayado y con mayúsculas).
4	Cuerpo del resumen informativo de prensa estatal, referente al C. Secretario de Comunicaciones y Transportes, seguido de la fuente que lo publicó.
5	Apartado del resumen de información estatal, referente a la Secretaría de Comunicaciones y Transportes (en negritas, subrayado y con mayúsculas).
6	Cuerpo del resumen informativo de prensa estatal, referente a la Secretaría de Comunicaciones y Transportes, seguida de la fuente que lo publicó.
7	Estado de la República Mexicana a la que corresponde el resumen de información local (en negritas, subrayado y con mayúsculas).
8	Cuerpo del resumen informativo de prensa estatal, generado en el estado, seguido de la fuente que lo publicó.
9	Apartado del resumen de información estatal, referente a Opinión SCT (en negritas, subrayado y con mayúsculas).
10	Columna y cabeza (en negritas y con mayúsculas), seguido del resumen informativo de la nota, referente a Opinión SCT y finalmente la fuente que lo publicó.
11	Apartado del resumen de información estatal, referente a Desplegados (en negritas, subrayado y con mayúsculas).
12	Título del desplegado (en negritas y con mayúsculas), seguido de los medios impresos en que se publicó.
13	Pleca de cierre de sección, de la Síntesis Informativa Estados.

1 Monitoreo de Medios Electrónicos**SCT**

2 INFORMACIÓN DE LA SCT REGISTRADA EL (DÍA) DE (MES), DE LAS 05:00 A LAS 20:00 HORAS EN (No.) PROGRAMAS DE RADIO, (No.) EN TELEVISIÓN Y (No.) PORTALES.

TIEMPO DE COBERTURTA EN
MEDIOS ELECTRÓNICOS

3 (No.) H (No.)' (No.)''

TIEMPO EN RADIO

4 (No.) H (No.)' (No.)''

TIEMPO EN TELEVISIÓN

5 (No.) H (No.)' (No.)''

6 COMUNICADO

7 **COM. No. 062 SE FORTALECE INFRAESTRUCTURA AEROPORTUARIA.**- La cooperación entre los tres niveles de gobierno... (*El Financiero on line, 17:51*)

8 SECRETARIO

9 PIDEN A LA SCT INFORMACIÓN...

10 A fin de dar continuidad al proyecto de... (*Invertia on line, 15:11*)

11 COMUNICACIONES

12 ENTREGA CFC RESOLUCIONES...

13 La Comisión Federal de Competencia... (*Reforma on line, 17:23*)

14 TRANSPORTE

15 LLEGAN LOS PRIMERO VUELOS A MÉXICO...

16 Empieza a despejarse el panorama... (*Imagen Informativa, Adela micha, 14:15*)

17 INFRAESTRUCTURA

18 LIBRAMINETO NORPONIENTE...

19 El secretario de Desarrollo Urbano... (*Formato 21, Blanca Lolbeé, 09:20*)

INFORMACIÓN COYUNTURAL

21 TENDRÁ LEY DE DATOS IMPACTO...

22 La Ley de Protección de Datos... (*Enfoque 1ª Emisión, Leonardo Curzio ,07:01*)

23 --- o 0 o ---

DIRECCIÓN GENERAL DE COMUNICACIÓN SOCIAL

ÁREA RESPONSABLE:

Dirección de Información

PROCEDIMIENTO:

Elaboración de la Síntesis Informativa

FORMATO:

Monitoreo de Medios Electrónicos

RESGUARDO

1 año

GUIA DE LLENADO

Campo	Datos que deberán anotarse
1	Formato de encabezado y pié de página actualizado, de conformidad con los lineamientos del Manual de Identidad de la SCT y la Presidencia de la República.
2	Resumen del día de monitoreo, conteniendo la fecha y el número total de programas de radio, televisión y portales de internet consultados.
3	Acumulado total en tiempo de cobertura resultado de las menciones referentes a la SCT, en medios electrónicos.
4	Acumulado total en tiempo de radio, resultado de las menciones referentes a la SCT.
5	Acumulado total en tiempo de televisión, resultado de las menciones referentes a la SCT.
6	Apartado del resumen de información en medios electrónicos, referente a los comunicados de prensa emitidos por la DGCS (en negritas, subrayado y con mayúsculas).
7	Indicar número de comunicado y su título (en negritas y con mayúsculas), seguido del resumen de la nota generada por el medio y finalmente la fuente (entre paréntesis, cursivas y negritas).
8	Apartado del resumen de información en medios electrónicos, referente al C. Secretario de Comunicaciones y Transportes (en negritas, subrayado y con mayúsculas).
9	Cabeza o título de la nota monitoreada del C. Secretario (en negritas y con mayúsculas).
10	Cuerpo del resumen de la nota, referente al C. Secretario de Comunicaciones y Transportes, seguido de las fuentes donde se generó (entre paréntesis, cursivas y negritas).
11	Apartado del resumen de información en medios electrónicos, referente a temas relacionados al Sector Comunicaciones (en negritas, subrayado y con mayúsculas).
12	Cabeza o título de la nota monitoreada del Sector Comunicaciones (en negritas y con mayúsculas).
13	Cuerpo del resumen de la nota, referente al Sector Comunicaciones, seguido de las fuentes donde se generó (entre paréntesis, cursivas y negritas).

ÁREA RESPONSABLE:	Dirección de Información		
PROCEDIMIENTO:	Elaboración de la Síntesis Informativa		
FORMATO:	Monitoreo de Medios Electrónicos	RESGUARDO	1 años

GUIA DE LLENADO

Campo	Datos que deberán anotarse
14	Apartado del resumen de información en medios electrónicos, referente a temas relacionados al Sector Transportes (en negritas, subrayado y con mayúsculas).
15	Cabeza o título de la nota monitoreada del Sector Transportes (en negritas y con mayúsculas).
16	Cuerpo del resumen de la nota, referente al Sector Transportes, seguido de las fuentes donde se generó (entre paréntesis, cursivas y con negritas).
17	Apartado del resumen de información en medios electrónicos, referente a temas relacionados al Sector Infraestructura (en negritas, subrayado y con mayúsculas).
18	Cabeza o título de la nota monitoreada del Sector Infraestructura (en negritas y con mayúsculas).
19	Cuerpo del resumen de la nota, referente al Sector Infraestructura, seguido de las fuentes donde se generó (entre paréntesis, cursivas y negritas).
20	Apartado del resumen de información en medios electrónicos, referente a Información Coyuntural (en negritas, subrayado y con mayúsculas).
21	Cabeza o título de la nota monitoreada con Información Coyuntural (en negritas y con mayúsculas).
22	Cuerpo del resumen de la nota, referente a Información Coyuntural, seguido de las fuentes donde se generó (entre paréntesis, cursivas y negritas).
23	Pleca de cierre de sección, del Monitoreo de Medios Electrónicos.

ÁREA RESPONSABLE:

Dirección de Información

PROCEDIMIENTO:

Monitoreo de Medios Electrónicos

OBJETIVO ESTRATÉGICO:

Definir mecanismos eficaces de comunicación para mantener informados a los funcionarios de la SCT y de los organismos descentralizados, así como garantizar un flujo eficiente hacia los medios de comunicación y la ciudadanía.

OBJETIVO

Conocer la información del Sector Comunicaciones y Transportes generada en los medios de comunicación electrónicos diariamente, con el propósito de mantener informados a los funcionarios de primer nivel de manera oportuna y para integrarla en la Síntesis Informativa correspondiente.

LINEAMIENTOS DE OPERACIÓN

1. Será responsabilidad de la Dirección de Información el mantener oportunamente informado de las notas que se generen en los medios de comunicación electrónicos, a la Dirección General de Comunicación Social.
2. El Subdirector de Síntesis y Análisis será el directamente responsable de coordinar el proceso de monitoreo de los medios electrónicos y de mantener oportunamente informado al Director de Información
3. Todas las notas monitoreadas deben estar debidamente respaldadas por los testigos electrónicos de la fuente que las generó.
4. Las notas relevantes serán informadas de manera inmediata a la Dirección General de Comunicación Social para su conocimiento.

ÁREA RESPONSABLE:	Dirección de Información
PROCEDIMIENTO:	Monitoreo de Medios Electrónicos
DURACIÓN TOTAL:	1 día

DESCRIPCIÓN DEL PROCEDIMIENTO

Act. N°	Responsable	Descripción	Tiempo
01	Subdirección de Síntesis y Análisis	Coordina el desarrollo del monitoreo con el Personal Operativo Monitorista, de los principales programas de radio y televisión, predeterminados	1 día
02	Personal Operativo Monitorista	Monitorea los programas de radio y televisión, generan los testigos de las notas de prensa e informan al Subdirector de Síntesis y Análisis.	
03	Subdirección de Síntesis y Análisis	Mantiene seguimiento permanente de manera simultánea a través del servicio de monitoreo de contratado.	
04		Recibe la notificación de las notas relevantes que se generan en los programas de radio y televisión y verifica su contenido, conciliando con el servicio de monitoreo contratado.	
05		Informa a la Dirección de Información el contenido de las notas relevantes, para su conocimiento.	
06		Entrega los testigos de las notas relevantes, solicitadas por la Dirección de Información.	
07	Dirección de Información	Recibe los testigos de las notas de prensa y los envía o informa a la DGCS para su conocimiento.	
08	Personal Operativo Monitorista	Elabora el resumen acumulado de las notas de prensa del monitoreo de medios electrónicos del día, para su incorporación a la Síntesis Informativa correspondiente.	

ÁREA RESPONSABLE:	Dirección de Información
PROCEDIMIENTO:	Monitoreo de Medios Electrónicos
DURACIÓN TOTAL:	1 día

DESCRIPCIÓN DEL PROCEDIMIENTO

Act. N°	Responsable	Descripción	Tiempo
09	Subdirección de Síntesis y Análisis	Revisa el resumen el resumen acumulado de las notas de prensa del monitoreo de medios electrónicos y da su visto bueno al contenido.	
10	Personal Operativo Monitorista	Prepara el material del día para que sea incorporado a la Síntesis Informativa, en el apartado correspondiente.	
11		Archiva el resumen de notas acumulado de las notas de prensa del monitoreo de medios electrónicos del día, en la carpeta electrónica del archivo histórico.	
		TERMINA EL PROCEDIMIENTO	

ÁREA RESPONSABLE:	Dirección de Información
PROCEDIMIENTO:	Evaluación del Impacto Informativo
OBJETIVO ESTRATÉGICO:	Evaluar el impacto de la información difundida, mediante un modelo de monitoreo y evaluación eficaz, que permita dar a conocer la permanencia de la SCT en los medios de comunicación.

OBJETIVO

Calificar la información generada en los medios de comunicación impresos y electrónicos, con el fin de evaluar los resultados y el impacto del quehacer institucional en la opinión pública.

LINEAMIENTOS DE OPERACIÓN

1. El reporte de calificación e impacto deberá presentarse formalmente de manera quincenal a la Oficina del C. Secretario de Comunicaciones y Transportes.
2. Las notas de prensa deberán calificarse de la siguiente manera: Positiva, si destaca algún esfuerzo o acción de la Secretaría; Neutra, si su contenido es de carácter meramente informativo y; Negativa, si genera algún comentario desfavorable del quehacer institucional.
3. Se realizarán cortes semanales al seguimiento estadístico para conocer el comportamiento del impacto a lo largo del año y en los periodos que sean requeridos.

ÁREA RESPONSABLE:	Dirección de Información
PROCEDIMIENTO:	Evaluación del Impacto Informativo
DURACIÓN TOTAL:	5 días

DESCRIPCIÓN DEL PROCEDIMIENTO

Act. N°	Responsable	Descripción	Tiempo
01	Subdirección de Síntesis y Análisis	Coordina y supervisa la calificación de las notas de prensa que se generan en el día, con el apoyo del personal operativo.	4 días
02	Personal Operativo	Califican las notas de prensa y las revisa con la Subdirección de Síntesis y Análisis.	
		SE RECALIFICAN NOTAS	
		SÍ	
03	Subdirección de Síntesis y Análisis	Solicita los cambios necesarios al personal operativo.	
04	Personal Operativo	Recalifica las notas, según las observaciones de la Subdirección de Análisis y Síntesis. (Regresa Actividad 2)	
		NO	
05		Actualiza las bases de datos con la información validada y genera los gráficos y estadísticas correspondientes para los reportes.	
06		Elabora el reporte de calificación e impacto y lo presenta a la Subdirección de Síntesis y Análisis para su revisión.	1 día
7	Subdirección de Síntesis y Análisis	Recibe el reporte y lo compara con la información generada por el proveedor de monitoreo de medios.	
08		Concilia la información, la complementa y envía el reporte, por correo electrónico, a la Dirección de Información para su revisión.	
09	Dirección de Información	Recibe el reporte de calificación e impacto y revisa su contenido.	
		HAY OBSERVACIONES	

ÁREA RESPONSABLE:	Dirección de Información
PROCEDIMIENTO:	Evaluación del Impacto Informativo
DURACIÓN TOTAL:	5 días

DESCRIPCIÓN DEL PROCEDIMIENTO

Act. N°	Responsable	Descripción	Tiempo
10		SÍ Solicita a la Subdirección de Síntesis y Análisis la elaboración de los cambios observados.	
11	Subdirección de Síntesis y Análisis	Realiza los cambios observados por la Dirección de Información y reenvía el reporte para su nueva revisión. (Regresa Actividad 9)	
12	Dirección de Información	NO Solicita a la Subdirección de Síntesis la versión impresa del reporte de calificación e impacto para su entrega a la DGCS.	
13	Subdirección de Síntesis y Análisis	Imprime y prepara la carpeta del reporte y la entrega a la Dirección de Información.	
14	Dirección de Información	Recibe la carpeta del reporte de calificación e impacto y la válida para su entrega a la DGCS.	
15		Entrega la carpeta del reporte de calificación e impacto semanal y quincenal a la DGCS.	
16	Dirección General de Comunicación Social	Envía el reporte quincenal de calificación e impacto a la Oficina del C. Secretario.	
		TERMINA EL PROCEDIMIENTO	

ÁREA RESPONSABLE:

Dirección de Relaciones Institucionales

PROCEDIMIENTO:

Seguimiento de Iniciativas y Proposiciones Legislativas

OBJETIVO ESTRATÉGICO:

Fortalecer la relación y cooperación con el Congreso de la Unión

OBJETIVO

Contribuir junto con las distintas áreas de la SCT, a través del proceso legislativo para la generación de iniciativas y proposiciones promovidas por los legisladores, en el ámbito de competencia de la Secretaría, gestionando con los enlaces de cada área la emisión de información y observaciones unificadas, concretas y oportunas, al Congreso de la Unión.

LINEAMIENTOS DE OPERACIÓN

1. El Director de Relaciones Institucionales dará seguimiento a las iniciativas y proposiciones que se promuevan en el Congreso de la Unión y que serán de competencia de la Secretaría de Comunicaciones y Transportes, para ser informadas a las áreas correspondientes de la institución.
2. Todas las observaciones realizadas a los proyectos legislativos por las áreas respectivas deberán ser revisadas por la Secretaría de Gobernación antes de ser enviadas al Congreso de la Unión.
3. Será responsabilidad de las Unidades Administrativas competentes, el contenido informativo proporcionado para la integración de las observaciones a iniciativas o proposiciones legislativas.

ÁREA RESPONSABLE:	Dirección de Relaciones Institucionales
PROCEDIMIENTO:	Seguimiento de Iniciativas y Proposiciones Legislativas
DURACIÓN TOTAL:	15 días

DESCRIPCIÓN DEL PROCEDIMIENTO

Act. N°	Responsable	Descripción	Tiempo
01	Subdirección de Relaciones Gubernamentales	Revisa las gacetas del Congreso de la Unión y Asambleas Legislativas Locales del día, para identificar iniciativas o proposiciones que involucren al Sector Comunicaciones y Transportes.	1 día
02		HAY INICIATIVAS O PROPOSICIONES LEGISLATIVAS SÍ	
03		Las registra en la base de datos para el archivo histórico y su seguimiento.	
04	Dirección de Relaciones Institucionales	Informa a la Dirección de Relaciones Instituciones de la nueva iniciativa o proposición.	
05		Envía la iniciativa o proposición a las Unidades Administrativas correspondientes y la UAJ para su revisión, análisis y observaciones. EXISTEN OBSERVACIONES SÍ	5 días
		Recibe las observaciones de la UAJ y las Unidades Administrativas correspondientes y los envía a las Mesas de Trabajo de la Comisión específica, para su consideración.	

ÁREA RESPONSABLE:	Dirección de Relaciones Institucionales
PROCEDIMIENTO:	Seguimiento de Iniciativas y Proposiciones Legislativas
DURACIÓN TOTAL:	15 días

DESCRIPCIÓN DEL PROCEDIMIENTO

Act. N°	Responsable	Descripción	Tiempo
06		Mantiene contacto con los representantes de la Mesa de Trabajo correspondiente para confirmar la consideración de las observaciones hasta la conclusión de la procedencia o no en la Comisión Revisora.	5 días
07		Informa a las Unidades Administrativas correspondientes y la UAJ las conclusiones de la Comisión Revisora, respecto de la iniciativa o proposición.	
08		NO Da seguimiento de la procedencia o no de la iniciativa o proposición de la Comisión Revisora	
09		Informa a las Unidades Administrativas correspondientes y la UAJ las conclusiones de la Comisión Revisora, respecto de la iniciativa o proposición.	
10	Subdirección de Relaciones Gubernamentales	Actualiza la base de datos de histórico seguimiento, con los datos de la conclusión de la iniciativa o proposición.	3 días
11		NO Mantiene el seguimiento de las iniciativas o proposiciones que siguen en proceso dentro de las mesas de trabajo en Comisiones.	1 día
TERMINA EL PROCEDIMIENTO			

ÁREA RESPONSABLE:

Dirección de Relaciones Institucionales

PROCEDIMIENTO:

Atención a Puntos de Acuerdo

OBJETIVO ESTRATÉGICO:

Fortalecer la relación y cooperación con el Congreso de la Unión

OBJETIVO

Fungir como enlace operativo entre la Secretaría de Comunicaciones y Transportes y la Secretaría de Gobernación, para la atención y respuesta de los puntos de acuerdo generados por el Congreso de la Unión.

LINEAMIENTOS DE OPERACIÓN

1. Todos los puntos de acuerdo deberán ser atendidos por las áreas competentes de la Secretaría de Comunicaciones y Transportes, debiendo entregar las respuestas en tiempo y forma.
2. Todas las respuestas unificadas deberán ser tramitadas, a través de la Subsecretaria de Enlace Legislativo de la Secretaría de Gobernación, para su posterior envío a las Comisiones del Congreso de la Unión y Congresos Locales.
3. Será responsabilidad de las Unidades Administrativas competentes, el contenido informativo proporcionando en la integración de las respuestas unificadas, para la atención a los puntos de acuerdo del Congreso de la Unión y Congresos Locales.

ÁREA RESPONSABLE:	Dirección de Relaciones Institucionales
PROCEDIMIENTO:	Atención a Puntos de Acuerdo
DURACIÓN TOTAL:	5 días

DESCRIPCIÓN DEL PROCEDIMIENTO

Act. N°	Responsable	Descripción	Tiempo
01	Dirección de Relaciones Institucionales	Recibe punto de acuerdo aprobado por el Congreso de la Unión o Congresos Locales, vía correo electrónico.	
02	Subdirección de Relaciones Gubernamentales	Registra los puntos de acuerdo en la base de datos correspondiente, para su seguimiento.	
03	Dirección de Relaciones Institucionales	Envía los puntos de acuerdo a las Unidades Administrativas correspondientes para su atención y respuesta, por correo electrónico.	1 día
04		Recibe la respuesta de la Unidad Administrativa, la revisa y la prepara para su envío a la Secretaría de Gobernación.	3 días
05	Subdirección de Relaciones Gubernamentales	Captura la respuesta de la Unidad Administrativa en la base de datos y actualiza su seguimiento.	
06	Dirección de Relaciones Institucionales	Envía a la Subsecretaría de Enlace Legislativo de la Secretaría de Gobernación la respuesta al punto de acuerdo específico, recabando acuse de recibo.	1 día
07		Archiva el acuse de recibo de la respuesta al punto de acuerdo al específico en el expediente correspondiente.	
08	Subdirección de Relaciones Gubernamentales	Actualiza la base de datos de seguimiento a la atención de puestos de acuerdo.	
TERMINA EL PROCEDIMIENTO			

ÁREA RESPONSABLE:

Dirección de Relaciones Institucionales

PROCEDIMIENTO:

Emisión de Opiniones a Iniciativas Legislativas

OBJETIVO ESTRATÉGICO:

Fortalecer la relación y cooperación con el Congreso de la Unión

OBJETIVO

Coordinar la emisión de opiniones de las distintas áreas de la Secretaría de Comunicaciones y Transportes, respecto de las iniciativas que los legisladores generen y que son requeridas por la Subsecretaría de Enlace Legislativo de la Secretaría de Gobernación.

LINEAMIENTOS DE OPERACIÓN

1. La presentación de las opiniones respecto de iniciativas de ley o decretos relacionados con la Secretaría de Comunicaciones y Transportes ante el Congreso de la Unión y Congresos Locales, será exclusivamente a través de la Subsecretaría de Enlace Legislativo de la Secretaría de Gobernación.
2. La emisión de las opiniones para iniciativas de los legisladores se coordinará y revisará a través de la Unidad de Asuntos Jurídicos de la SCT.
3. Será responsabilidad de las Unidades Administrativas competentes, el contenido informativo proporcionado para la integración de las opiniones de iniciativas de ley o decretos.

ÁREA RESPONSABLE:

Dirección de Relaciones Institucionales

PROCEDIMIENTO:

Emisión de Opiniones a Iniciativas Legislativas

DURACIÓN TOTAL:

7 días

DESCRIPCIÓN DEL PROCEDIMIENTO

Act. N°	Responsable	Descripción	Tiempo
01	Dirección de Relaciones Institucionales	Recibe de la Subsecretaría de Enlace Legislativo de la Secretaría de Gobernación, la solicitud oficial para la generación de una opinión respecto de alguna iniciativa del legislativo.	
02	Subdirección de Relaciones Gubernamentales	Registra la solicitud de la opinión en la base de datos correspondientes, para su seguimiento.	
03	Dirección de Relaciones Institucionales	Envía la solicitud a la Unidad de Asuntos Jurídicos para que coordine su atención junto con la Unidad Administrativa competente.	1 día
04		Recibe la opinión de la Unidad de Asuntos Jurídicos y prepara su envío a la Subsecretaría de Enlace Legislativo de la Secretaría de Gobernación.	5 día
05	Subdirección de Relaciones Gubernamentales	Actualiza la base de datos con la información correspondiente a la opinión.	
06	Dirección de Relaciones Institucionales	Envía a la Subsecretaría de Enlace Legislativo de la Secretaría de Gobernación la opinión a la iniciativa y recaba el acuse de recepción.	1 día
07		Archiva el acuse de recibo de la opinión, en el expediente correspondiente.	
08	Subdirección de Relaciones Gubernamentales	Actualiza la base de datos de seguimiento a la emisión de opiniones.	
TERMINA EL PROCEDIMIENTO			

ÁREA RESPONSABLE:

Subdirección de Relaciones Públicas y Atención Ciudadana

PROCEDIMIENTO:

Planeación y Autorización de la Estrategia y Programa de Comunicación Social

OBJETIVO ESTRATÉGICO:

Generar Programas de Comunicación Social y Relaciones Públicas, acordes a la Estrategia de Difusión e Imagen Institucional, con el fin de homologar los mensajes difundidos a la sociedad, a través de los medios de comunicación.

OBJETIVO

Diseñar, autorizar y poner en operación la Estrategia y el Programa Anual de Comunicación Social que concentran las campañas de difusión de la Secretaría de Comunicaciones y Transportes.

LINEAMIENTOS DE OPERACIÓN

1. La Subdirección de Relaciones Públicas y Atención Ciudadana será la responsable de elaborar e implementar la Estrategia y el Programa Anual de Comunicación Social.
2. Para la presentación y registro de la Estrategia y el Programa Anual de Comunicación Social ante la Secretaría de Gobernación (SEGOB) se utilizará los formatos establecidos por la Dirección General de Normatividad de Contenidos (DGNC).
3. Todos los formatos de registro y presentación de estrategias, programas y campañas serán elaborados por la DGNC de la SEGOB, los cuales se revisan y actualizan anualmente.
4. La Dirección General de Comunicación Social será la única facultada para validar los formatos de registro y presentación de estrategias y programas de la DGNC.

ÁREA RESPONSABLE:

Subdirección de Relaciones Públicas y Atención Ciudadana

PROCEDIMIENTO:

Planeación y Autorización de la Estrategia y Programa de Comunicación Social

DURACIÓN TOTAL:

13 días

DESCRIPCIÓN DEL PROCEDIMIENTO

Act. N°	Responsable	Descripción	Tiempo
01	Dirección General de Comunicación Social	Realiza el análisis de necesidades de comunicación de las áreas y los programas prioritarios de la SCT.	1 día
02		Determina las campañas de difusión a implementar, estableciendo objetivos, público meta, tiempo de realización y presupuesto.	1 día
03		Instruye a la Subdirección de Relaciones Públicas y Atención Ciudadana para iniciar la elaboración, presentación y solicitud de autorización de la Estrategia y Programa de Comunicación Social.	1 día
04	Subdirección de Relaciones Públicas y Atención Ciudadana	Elabora el “Estrategia Anual de Comunicación Social” (MP-111-PR04-P01-F01) y “Programa Anual de Comunicación Social” (MP-111-PR04-P01-F02) detallando el presupuesto asignado por campaña, para revisión de la DGCS.	2 días
05	Dirección General de Comunicación Social	Revisa y valida la Estrategia de Comunicación Social de la SCT e instruye a la Subdirección de Relaciones Públicas y Atención Ciudadana para proceder a su autorización y registro ante la DGNC de la SEGOB.	1 días
06	Subdirección de Relaciones Públicas y Atención Ciudadana	Elabora oficio de solicitud de autorización dirigido a la DGNC de la SEGOB, para firma de la DGCS.	1día
07		Turna a la Dirección General de Comunicación Social el oficio de solicitud de autorización de la Estrategia y Programa de Comunicación Social para firma del Director General.	1día
08	Dirección General de Comunicación Social	Firma el oficio de solicitud de autorización y lo turna para su envío a la DGNC de la SEGOB.	1 día

ÁREA RESPONSABLE:	Subdirección de Relaciones Públicas y Atención Ciudadana
PROCEDIMIENTO:	Planeación y Autorización de la Estrategia y Programa de Comunicación Social
DURACIÓN TOTAL:	13 días

DESCRIPCIÓN DEL PROCEDIMIENTO

Act. N°	Responsable	Descripción	Tiempo
09	Subdirección de Relaciones Públicas y Atención Ciudadana	Recibe el oficio de solicitud de autorización y lo envía, junto con la Estrategia y el Programa de Comunicación Social a la DGNC de la SEGOB.	1 día
10		Recaba el acuse del oficio de solicitud de autorización y lo archiva en el expediente correspondiente.	1 día
11	Dirección General de Comunicación Social	Recibe el oficio de autorización de la Estrategia y Programa de Comunicación Social, lo turna a la Subdirección de Relaciones Públicas y Atención Ciudadana y le solicita la planeación de las campañas de difusión.	3 día
12	Subdirección de Relaciones Públicas y Atención Ciudadana	Elabora los <i>briefs</i> de las campañas de la SCT para revisión y visto bueno de la Dirección General de Comunicación Social.	1 día
13	Dirección General de Comunicación Social	Revisa los <i>briefs</i> de las campañas y da su visto bueno, para iniciar la elaboración de los materiales creativos y su posterior difusión.	1 día
TERMINA EL PROCEDIMIENTO			

ESTRATEGIA ANUAL DE COMUNICACIÓN SOCIAL PARA EL EJERCICIO FISCAL 2010

Dependencia o Entidad :

SECRETARÍA DE COMUNICACIONES Y TRANSPORTES

Naturaleza Jurídica: _____ 2 1
 Cabeza de sector: _____ SCT _____ 3
 Fecha de elaboración: _____ 4

Misión:

5

Visión:

6

Ejes rectores del PND (elija con una "X") : 7

- 1.- ESTADO DE DERECHO Y SEGURIDAD
- 2.- ECONOMÍA COMPETITIVA Y GENERADORA DE EMPLEOS
- 3.- IGUALDAD DE OPORTUNIDADES
- 4.- SUSTENTABILIDAD AMBIENTAL
- 5.- DEMOCRACIA EFECTIVA Y POLÍTICA EXTERIOR RESPONSABLE

Página 1

Eje (s) rector (es) que registrarán el programa de comunicación :

8

Programa y apartado	Acciones gubernamentales prioritarias	Temas específicos que se derivan de las acciones gubernamentales prioritarias
1.-		
2.-		
3.-	9	10
4.-		11
5.-		

12

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

13

Nombre y firma del titular de comunicación social de la dependencia/entidad

ÁREA RESPONSABLE:

Dirección de Difusión y Atención Ciudadana

PROCEDIMIENTO:

Planeación y Autorización de la Estrategia y el Programa de Comunicación Social

FORMATO:

Estrategia Anual de Comunicación Social

RESGUARDO

2 años

GUIA DE LLENADO

Campo	Datos que deberán anotarse
1	Nombre completo de la Dependencia o Entidad Federal de que se trate.
2	Tipo de la Dependencia o Entidad Federal por su naturaleza jurídica.
3	Organismo regulador a nivel central.
4	Fecha de elaboración del formato.
5	Misión de la Dependencia o Entidad Federativa.
6	Visión de la Dependencia o Entidad Federativa.
7	Eje rector del plan Nacional de Desarrollo de donde se deriva la estrategia de comunicación social.
8	Ejes rectores del PND o Programas Sectoriales que delimitan el alcance de la estrategia de comunicación social.
9	Alineación estrategia al PND, Programas Sectoriales y Objetivos Sectoriales y Objetivos rectores específicos.
10	Acciones gubernamentales prioritarios en donde se busca tener un impacto específico sobre los temas de competencia del sector.
11	Tema específico incluido dentro del alcance de la estrategia de comunicación social.
12	Nombre completo y firma autógrafa del titular de Comunicación Social de la coordinadora sectorial.
13	Nombre completo y firma autógrafa del titular de Comunicación Social de la dependencia o entidad.

PROGRAMA ANUAL DE COMUNICACIÓN SOCIAL PARA EL EJERCICIO FISCAL 2010

Dependencia o entidad:

1

SECRETARÍA DE COMUNICACIONES Y TRANSPORTES

Fecha de elaboración:

2

milés de pesos /
I.V.A. incluida

Presupuesto anual de la dependencia o entidad destinado a la partida 3701:

3

ACUMULADO EN CAMPAÑAS: -

CAMPAÑA 10

12

Datos generales

Página 5

Medios a utilizar

13

Recursos programados por tipo medio

Nombre de la campaña:

4

Versión:

5

Tema específico:

6

Objetivo de comunicación:

7

Clasificación de campaña:

8

Coemisor:

9

Población objetivo primaria:

10

Vigencia de la campaña:

11

16

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

17

Nombre y firma del titular de comunicación social de la entidad

Medios a utilizar				Recursos programados por tipo medio
Tiempo fiscal	Tiempo de Estado	Tiempo comercial	Medios públicos	
Tv	Tv	Tv	R	
Radio	Radio	Radio	R	
Televisoras				-
Radiodifusoras				-
Diarios editados en el D.F.				-
Diarios editados en los estados				-
Revistas				-
Medios complementarios				-
Medios impresos y electrónicos internacionales				-
Estudios				-
Diseño, producción, post-producción y copiado				-
Presupuesto asignado a la campaña:				14 -
Porcentaje que representa la campaña de la partida 3701				15

ÁREA RESPONSABLE:

Dirección de Difusión y Atención Ciudadana

PROCEDIMIENTO:

Planeación y Autorización de la Estrategia y el Programa de Comunicación Social

FORMATO:

Programa Anual de Comunicación Social

RESGUARDO

2 años

GUIA DE LLENADO

Campo	Datos que deberán anotarse
	INFORMACIÓN GENERAL DE LA CAMPAÑA
1	Nombre completo de la dependencia o entidad federal de que se trate.
2	Fecha de integración del formato.
3	Presupuesto total asignado a la dependencia o entidad federal para la partida 3701, expresado en miles de pesos, IVA incluido (Ejemplo: Si la asignación presupuestal es de \$10,850,320.00 se debe indicar como \$10,850.32).
4	Nombre completo como se denomina a la campaña.
5	Nombre completo como se denomina a la versión específica de la campaña.
6	Tema específico que se difunde en la versión de la campaña.
7	Objetivo comunicacional que se pretende alcanzar como resultado de la campaña.
8	Rubro en el cuál se clasifica la campaña dentro de la Administración Pública Federal.
9	Organismos o entidades que participan o apoyan en la realización de la campaña.
10	Público meta al cual está dirigida la campaña por rango de edad, nivel socioeconómico (NSE) y tipo de población a la que pertenecen.
11	Calendarización de los periodos de transmisión de la campaña.
12	Identificar los medios de comunicación seleccionados y las modalidades de transmisión de la campaña.
13	Indicar el monto de los recursos asignados para cada tipo de medio de comunicación seleccionado.
14	Indicar el monto total asignado de la partida 3701 para la campaña.
15	Indicar el porcentaje correspondiente del monto total de la campaña, respecto del total de la partida 3701 asignado a la dependencia o entidad.
16	Nombre completo y firma autógrafa del titular de Comunicación Social de la coordinadora sectorial.
17	Nombre completo y firma autógrafa del titular de Comunicación Social de la dependencia o entidad.

ÁREA RESPONSABLE:

Subdirección de Relaciones Públicas y Atención Ciudadana

PROCEDIMIENTO:

Autorización y Producción de Campañas de Difusión

OBJETIVO ESTRATÉGICO:

Generar Programas de Comunicación Social y Relaciones Públicas, acordes a la Estrategia de Difusión e Imagen Institucional, con el fin de homologar los mensajes difundidos a la sociedad, a través de los medios de comunicación.

OBJETIVO

Autorizar las campañas de difusión y sus materiales respectivos ante la Dirección General de Normatividad de Contenidos (DGNC) de la Secretaría de Gobernación (SEGOB), a través de los medios de comunicación electrónicos, impresos y complementarios, para su posterior difusión.

LINEAMIENTOS DE OPERACIÓN

1. La Dirección General de Comunicación Social es la única facultada para gestionar la autorización de las campañas de difusión y sus materiales, ante la Dirección General de Normatividad de Contenidos de la SEGOB.
2. Solo serán recibidos los registros de transmisión para radio, televisión y complementarios, que cumplan con las disposiciones del documento “Condiciones para la Entrega de Registros de Transmisión por Radio, Televisión y Complementarios”.
3. Todos los formatos de registro y presentación de campañas serán elaborados por la Dirección General de Normatividad de Contenidos de la SEGOB, los cuales se revisan y actualizan anualmente.
4. La Dirección General de Comunicación Social será la única facultada para validar los formatos de registro y presentación de campañas de la Dirección General de Normatividad de Contenidos.

ÁREA RESPONSABLE:	Subdirección de Relaciones Públicas y Atención Ciudadana
PROCEDIMIENTO:	Autorización y Producción de Campañas de Difusión
DURACIÓN TOTAL:	38 días

DESCRIPCIÓN DEL PROCEDIMIENTO

Act. N°	Responsable	Descripción	Tiempo
01	Departamento de Comunicación Gráfica	Elabora las propuestas de materiales creativos de las campañas de difusión de la SCT.	5 días
02		Revisa con la Subdirección de Relaciones Públicas y Atención Ciudadana las propuestas creativas de las campañas para verificar contenido, imagen institucional y su alineación al objetivo comunicacional.	1 día
03	Subdirección de Relaciones Públicas y Atención Ciudadana	Revisa las propuestas creativas en coordinación con la Dirección General de Comunicación Social.	1 día
		EXISTEN CORRECCIONES	
04		SÍ Solicita al Departamento de Comunicación Gráfica la atención a las correcciones y presenta nuevamente la propuesta creativa corregida. (Regresa Actividad 3)	1 día
05		NO Solicita a la DGCS su validación para proceder a la autorización y registro ante Presidencia de la República y la SEGOB.	1 día
06		Envía las propuestas creativas a la Dirección de Evaluación de Campañas Gubernamentales de la DGNC de la SEGOB, la que a su vez envía a la Dirección General de Imagen, Publicidad y Medios de la Presidencia de la República, para su revisión y validación.	3 días
		EXISTEN CORRECCIONES	

ÁREA RESPONSABLE:	Subdirección de Relaciones Públicas y Atención Ciudadana
PROCEDIMIENTO:	Autorización y Producción de Campañas de Difusión
DURACIÓN TOTAL:	38 días

DESCRIPCIÓN DEL PROCEDIMIENTO

Act. N°	Responsable	Descripción	Tiempo
07	Subdirección de Relaciones Públicas y Atención Ciudadana	SÍ Informa y solicita al Departamento de Comunicación Gráfica realice los cambios indicados por la SEGOB y la Presidencia de la República. (Regresa Actividad 2)	1 día
08		NO Recibe la notificación de autorización de las propuestas creativas de la Dirección de Evaluación de Campañas Gubernamentales de la DGNC de la SEGOB, vía correo electrónico.	
09		Reenvía la notificación de autorización a la Dirección General de Comunicación Social para su conocimiento, la imprime y archiva para su respaldo.	
10		Inicia la elaboración de los materiales de las campañas de la SCT, conforme a la calendarización del <i>brief</i> de la campaña de difusión, con el proveedor autorizado.	5 día
11		Negocia las tarifas y solicita a los medios de comunicación seleccionados, las propuestas de pautas de transmisión correspondientes a las campañas autorizadas.	2 día
12		Revisa las pautas y elabora el Formato de “Presentación de Campañas” (MP-111-PR04-P02-F01) para su registro ante la DGNC de la SEGOB.	1 día
13		Elabora el oficio para el envío del Formato de Presentación de Campañas, dirigido a la DGNC de la SEGOB, lo envía y recaba el acuse correspondiente.	1 día

ÁREA RESPONSABLE:	Subdirección de Relaciones Públicas y Atención Ciudadana
PROCEDIMIENTO:	Autorización y Producción de Campañas de Difusión
DURACIÓN TOTAL:	38 días

DESCRIPCIÓN DEL PROCEDIMIENTO

Act. N°	Responsable	Descripción	Tiempo
14	Subdirección de Relaciones Públicas y Atención Ciudadana	Recibe los materiales de las campañas y revisa que cumplan con los contenidos acordados, la imagen institucional y la alineación a los objetivos comunicacionales, en coordinación con la Dirección General de Comunicación Social, para su posterior autorización ante la SEGOB y la Presidencia de la República.	
		EXISTEN CORRECCIONES	
15		SÍ Solicita al proveedor correspondiente elabore las correcciones necesarias. (Regresa Actividad 14)	1 día
16		NO Envía los materiales de las campañas a la Dirección de Campañas Gubernamentales de la DGNC de la SEGOB, para su revisión y posterior autorización, la cual a su vez los envía a la Dirección General de Imagen, Publicidad y Medios, de la Presidencia de la República.	3 días
		EXISTEN CORRECCIONES	
17		SÍ Recibe las observaciones de la DGNC y/o la Presidencia de la República, informa al proveedor correspondiente y le solicita la elaboración de los cambios. (Regresa Actividad 14)	2 días
18		NO Recibe de la Dirección de Evaluación de Campañas Gubernamentales de la DGNC, la autorización de los materiales de las campañas de la Secretaría, vía correo electrónico.	1 día
			1 día

ÁREA RESPONSABLE:	Subdirección de Relaciones Públicas y Atención Ciudadana
PROCEDIMIENTO:	Autorización y Producción de Campañas de Difusión
DURACIÓN TOTAL:	38 días

DESCRIPCIÓN DEL PROCEDIMIENTO

Act. N°	Responsable	Descripción	Tiempo
19	Subdirección de Relaciones Públicas y Atención Ciudadana	Reenvía la autorización a la Dirección General de Comunicación Social para su conocimiento, la imprime y archiva en el expediente correspondiente.	3 días
20		Proporciona a la Dirección de Administración de la Dirección General de Comunicación Social, las propuestas económicas por cada medio, para que prepare la carpeta de contratación de la difusión de campañas, ante el Comité de Adquisiciones (CAS), de la SCT.	8 días
21	Dirección de Administración	Presenta las carpetas que justifican la contratación de medios de comunicación ante el Comité de Adquisiciones, para su valoración y aprobación.	1 día
22		Recibe la notificación de autorización de la contratación de medios para difusión de las campañas e informa a la Subdirección de Relaciones Públicas y Atención Ciudadana para las actividades conducentes.	
		TERMINA EL PROCEDIMIENTO	

PRESENTACIÓN DE CAMPAÑAS DE COMUNICACIÓN SOCIAL 2010

Cabeza de Sector: 1 _____
 Dependencia o Entidad: 2 _____

Naturaleza Jurídica: 3 _____
 Fecha de elaboración: 4 _____

INFORMACIÓN GENERAL DE LA CAMPAÑA

Nombre de la Campaña: 5

Versión (es): 6

Clasificación de Campaña: 7

Coemisor (es): 8

Objetivo institucional: 9

Objetivo de comunicación: 10

Meta a alcanzar: 11

Vigencia de Campaña: 12 FECHA DE INICIO: **08-MAR-2010** FECHA DE TÉRMINO: **15-MAY-2010**

Población objetivo primaria: MUJERES Y HOMBRES / 19 A 24, 25 A 34, 35 A 44, AÑOS / NSE: AB, C+, C, D+, D, E, / POBLACIÓN: URBANA Y RURAL

Señalar características específicas: 13

En su caso, población objetivo secundaria: 14

Señalar características específicas: 15

Cobertura: NACIONAL

Página 1

PLAN DE MEDIOS A UTILIZAR

Medios de difusión a utilizar	Tiempos oficiales / comerciales / medios públicos	Recursos a erogar (miles de pesos / I.V.A. incluido)	Vigencia por tipo de medio	Formato del mensaje	Muestras de materiales
Televisoras	T. COMERCIALES / MEDIOS PÚBLICOS	12,319.92	DEL 8 DE MARZO DE 2010 AL 15 DE MAYO DE 2010	SPOT(30")PUBLICIDAD VIRTUAL .	GUIÓN VISUAL
Radiodifusoras	T. COMERCIALES / MEDIOS PÚBLICOS	12,453.57	DEL 8 DE MARZO DE 2010 AL 15 DE MAYO DE 2010	SPOT(30")	GUIÓN RADIOFÓNICO
Diarios Editados en el D.F.		2,794.66	DEL 8 DE MARZO DE 2010 AL 15 DE MAYO DE 2010	1/2 PLANA, 1/4 PLANA, 1/8 PLANA, ROBAPLANA, A COLOR	BOCETO
Diarios Editados en los Estados		4,537.99	DEL 8 DE MARZO DE 2010 AL 15 DE MAYO DE 2010	1/2 PLANA, 1/4 PLANA, 1/8 PLANA, ROBAPLANA, A COLOR	BOCETO
Revistas		1,167.35	DEL 8 DE MARZO DE 2010 AL 15 DE MAYO DE 2010	PLANA, 1/2 PLANA, A COLOR	BOCETO
Medios Complementarios		3,000.00	DEL 8 DE MARZO DE 2010 AL 15 DE MAYO DE 2010	ESPECTACULARES, INTERNET, MOBILIARIO URBANO, PUBLICIDAD MÓVIL, TARJETAS TELEFÓNICAS.	SI
Medios Impresos y Electrónicos Internacionales		-			
Estudios (pre-campaña, post-campaña)		250.00			
Diseño, Producción, Preproducción, Post-producción y Copiado		1,475.00			
TOTAL DE RECURSOS A EROGAR		37,998.49			

Página 2

Clave de Campaña: (Sólo en caso de ajuste) 24

Actividades complementarias: 25

Razones para la utilización de estos medios: 26

Página 3

AUTORIZACIONES

Autorización de la Coordinadora Sectorial: 27

Nombre: _____ Firma: _____

Autorización del Titular del Área de Comunicación Social: 28

Nombre: _____ Firma: _____

ÁREA RESPONSABLE:

Subdirección de Relaciones Públicas y Atención Ciudadana

PROCEDIMIENTO:

Autorización y Producción de Campañas de Difusión

FORMATO:

Presentación de Campañas de Comunicación Social

RESGUARDO

2 años

GUIA DE LLENADO

Campo	Datos que deberán anotarse
INFORMACIÓN GENERAL DE LA CAMPAÑA	
1	Organismo regulador a nivel central.
2	Nombre completo de la Dependencia o Entidad Federal de que se trate.
3	Tipo de Dependencia o Entidad Federal por su naturaleza jurídica.
4	Fecha de elaboración del formato.
5	Nombre completo como se denomina a la campaña.
6	Nombre completo como se denomina a la versión específica de la campaña.
7	Rubro en el cuál se clasifica la campaña dentro de la Administración Pública Federal.
8	Organismos o Entidades que participan en la campaña.
9	Objetivo institucional al que se da cumplimiento con la elaboración de la campaña.
10	Objetivo comunicacional que se pretende alcanzar como resultado de la campaña.
11	Logro cuantitativo o cualitativo establecido para la campaña.
12	Periodo de tiempo que delimita la transmisión de la campaña en los medios de comunicación.
13	Público meta prioritario al cual está dirigida la campaña por rango de edad, nivel socio económico y tipo de población, incorporando las características específicas del segmento.
14	Público meta secundario al cual está dirigida la campaña por rango de edad, nivel socio económico y tipo de población, incorporando las características específicas del segmento.
15	Alcance poblacional al que está dirigida la campaña (Ejemplo: nacional, local, regional, etc.).
PLAN DE MEDIOS A UTILIZAR	
16	Indicar la modalidad de transmisión de la campaña por tipo de medio de comunicación (Ejemplo: tiempos fiscales, tiempos de estado, tiempos comerciales o medios públicos).
17	Indicar el monto de los recursos asignados para cada tipo de medio de comunicación seleccionado.
18	Indicar el periodo de tiempo de duración de la campaña en el medio seleccionado, con fecha de inicio y término (Ejemplo: Del DD/MM/AAAA al DD/MM/AAAA).
19	Indicar el tipo de formato del material que será transmitido a través del medio seleccionado

ÁREA RESPONSABLE: Subdirección de Relaciones Públicas y Atención Ciudadana

PROCEDIMIENTO: Autorización y Producción de Campañas de Difusión

FORMATO: Presentación de Campañas de Comunicación Social RESGUARDO 2 años

GUIA DE LLENADO

Campo	Datos que deberán anotarse
	(Ejemplo: Spot 30", publireportaje, plana a color, espectacular, internet, etc.).
20	Tipo de muestra de los materiales por medio de comunicación, que serán presentados para su revisión.
21	Monto total de recursos asignados para la elaboración de estudios de pre-campañas y post-campañas.
22	Monto total de recursos asignados para el diseño, producción, preproducción, postproducción y copiado de los materiales de la campaña.
23	Monto total de recursos a erogar por la campaña.
	EN CASO DE AJUSTES A LA CAMPAÑA
24	Clave asignada por la Dirección General de Normatividad de Contenidos, de la SEGOB, para la campaña específica.
25	Descripción de las actividades o ajustes hechos al plan inicial de la presentación de la campaña.
26	Descripción breve que justifique la utilización de los medios de comunicación especificados en las actividades complementarias.
	AUTORIZACIONES
27	Nombre completo y firma autógrafa del titular de Comunicación Social de la coordinadora sectorial.
28	Nombre completo y firma autógrafa del titular de Comunicación Social de la dependencia o entidad federal.

ÁREA RESPONSABLE:

Subdirección de Relaciones Públicas y Atención Ciudadana

PROCEDIMIENTO:

Transmisión y Evaluación de Campañas de Difusión

OBJETIVO ESTRATÉGICO:

Evaluar el impacto y la percepción de las Campañas del Programa de Comunicación Social, para la detección de áreas de oportunidad y la generación de estrategias de mejora a favor de la imagen institucional.

OBJETIVO

Transmitir y evaluar las campañas de difusión de la Secretaría de Comunicaciones y Transportes, para conocer el impacto generado en la sociedad, además de registrar los resultados ante la Dirección General de Normatividad de Contenidos (DGNC), de la Secretaría de Gobernación.

LINEAMIENTOS DE OPERACIÓN

1. Las evaluaciones sobre la penetración y efectividad de las campañas de difusión para conocer el impacto sobre su mercado meta, deberán ser revisadas por el Director General de Comunicación Social previo a su presentación ante la Dirección General de Normatividad de Contenidos, de la SEGOB.
2. La Dirección General de Comunicación Social es la única facultada para validar los formatos de registro y presentación de los estudios de penetración y efectividad de las campañas de difusión, ante la Dirección General de Normatividad de Contenidos, de la SEGOB.
3. Todos los formatos de registro son elaborados por la Dirección General de Normatividad de Contenidos de la SEGOB, los cuales se revisan y actualizan anualmente.

ÁREA RESPONSABLE:	Subdirección de Relaciones Públicas y Atención Ciudadana
PROCEDIMIENTO:	Transmisión y Evaluación de Campañas de Difusión
DURACIÓN TOTAL:	26 días

DESCRIPCIÓN DEL PROCEDIMIENTO

Act. N°	Responsable	Descripción	Tiempo
01	Subdirección de Relaciones Públicas y Atención Ciudadana	Solicita al proveedor correspondiente el multicopiado de los materiales de la campaña para su entrega y difusión en los medios de comunicación contratados.	1 día
02		Recibe las copias de los materiales de la campaña y le solicita al Departamento de Comunicación Gráfica elabore las órdenes de transmisión, inserción y servicio, para su entrega a los medios de comunicación contratados.	
03	Departamento de Comunicación Gráfica	Elabora las “Órdenes de Transmisión, Inserción” (MP-111-PR04-P03-F01) y servicios, según corresponda, y entrega los materiales a los medios de comunicación.	1 día
		<u>NO SE REQUIERE UN FORMATO PARA LAS ÓRDENES DE TRANSMISIÓN Y SERVICIOS PORQUE EL CONTRATO CON EL PROVEEDOR LAS SUSTITUYE.</u>	
04	Subdirección de Relaciones Públicas y Atención Ciudadana	Monitorea y da seguimiento a la transmisión y publicación de la campaña, de conformidad con las pautas definidas para cada medio de comunicación.	2 días
05		Solicita y recibe los reportes de transmisión y la carta de autenticidad de los medios de comunicación, para verificar que cumplan con los acuerdos de difusión establecidos.	
		EXISTEN DIFERENCIAS	

ÁREA RESPONSABLE:	Subdirección de Relaciones Públicas y Atención Ciudadana
PROCEDIMIENTO:	Transmisión y Evaluación de Campañas de Difusión
DURACIÓN TOTAL:	26 días

DESCRIPCIÓN DEL PROCEDIMIENTO

Act. N°	Responsable	Descripción	Tiempo
06	Subdirección de Relaciones Públicas y Atención Ciudadana	SÍ Solicita al medio de comunicación la aclaración de las diferencias y en su caso, acuerden las modificaciones a los montos por facturar o las compensaciones correspondientes. (Regresa Actividad 5)	1 día
07		NO Revisa junto con la DGCS las Cartas de Autenticidad y las Pautas de Transmisión, para proceder a elaborar el Reporte de Verificación.	1 día
08		Notifica a la Dirección de Administración el cumplimiento en tiempo y forma del servicio del medio, para que se lleve a cabo el trámite de pago respectivo.	1 día
09		Elabora el Reporte de Verificación correspondiente a la campaña y lo revisa en coordinación con la DGCS.	1 día
		HAY AJUSTES EN LA DIFUSIÓN DE LA CAMPAÑA	
10		SÍ Elabora el formato de “Ajuste de Campañas” (MP-111-PR04-P03-F02) y prepara el oficio de envío a la DGNC de la SEGOB, para el registro de la modificación.	1 día
11		Turna a la DGCS el oficio de envío y formato de Ajuste de Campañas, para su firma y posterior envío a la DGNC de la SEGOB.	1 día

ÁREA RESPONSABLE:	Subdirección de Relaciones Públicas y Atención Ciudadana
PROCEDIMIENTO:	Transmisión y Evaluación de Campañas de Difusión
DURACIÓN TOTAL:	26 días

DESCRIPCIÓN DEL PROCEDIMIENTO

Act. N°	Responsable	Descripción	Tiempo
12	Dirección General de Comunicación Social	Revisa y firma el oficio de envío y formato de Ajuste de Campañas, regresándolos a la Subdirección de Relaciones Públicas y Atención Ciudadana para su trámite ante la DGNC.	1 día
13	Subdirección de Relaciones Públicas y Atención Ciudadana	Recibe el oficio y formato firmado y los envía a la DGNC de la SEGOB, para que se registren los cambios en la campaña transmitida.	
14		Recibe la notificación, vía correo electrónico, del registro de los cambios en la campaña por parte de la DGNC de la SEGOB e informa a la Dirección General de Comunicación Social. (Continúa Actividad 15)	
15		NO Solicita los presupuestos a las empresas especializadas en estudios de investigación de campañas de difusión y presenta las opciones a la DGCS.	1 día
16		Seleccionan al proveedor con la mejor propuesta económica y cumplimiento a los Criterios Metodológicos para la Evaluación de Campañas de Comunicación.	1 día
17		Se reúne con el proveedor designado y establecen los materiales, información y metodología requerida para realizar la evaluación de penetración y efectividad de la campaña.	1 día
18		Entrega al proveedor la información y materiales necesarios para que realice la evaluación de penetración y efectividad de la campaña.	

ÁREA RESPONSABLE:	Subdirección de Relaciones Públicas y Atención Ciudadana
PROCEDIMIENTO:	Transmisión y Evaluación de Campañas de Difusión
DURACIÓN TOTAL:	26 días

DESCRIPCIÓN DEL PROCEDIMIENTO

Act. N°	Responsable	Descripción	Tiempo
19	Subdirección de Relaciones Públicas y Atención Ciudadana	Recibe del proveedor los resultados de la evaluación para su revisión y autorización.	10 días
		EXISTEN OBSERVACIONES	
20		SÍ Solicita al proveedor que realice las correcciones de las observaciones. (Regresa Actividad 19)	1 día
21		NO Integra y envía al proveedor el formato de “Presentación de Resultados” (MP-111-PR04-P03-F03) para que incorpore los datos correspondientes, vía correo electrónico.	1 día
22		Recibe, revisa y valida con la DGCS el formato de Presentación de Resultados, para su envío a la DGNC de la SEGOB.	
23		Prepara el oficio de envío, a la DGNC de la SEGOB, del formato de Presentación de Resultados para firma de la DGCS.	
24	Dirección General de Comunicación Social	Firma el oficio de envío de resultados para la DGNC de la SEGOB y lo turna a la Subdirección de Relaciones Públicas y Atención Ciudadana para su presentación.	
25	Subdirección de Relaciones Públicas y Atención Ciudadana	Recibe el oficio firmado por la DGCS y el formato de Presentación de Resultados, y los turna a la DGNC de la SEGOB, para su registro y valoración.	
26	Dirección General de Comunicación Social	Recibe el oficio con los resultados de la revisión de la DGNC de la SEGOB, a los resultados de la evaluación de la campaña y los revisa.	2 días

ÁREA RESPONSABLE:	Subdirección de Relaciones Públicas y Atención Ciudadana
PROCEDIMIENTO:	Transmisión y Evaluación de Campañas de Difusión
DURACIÓN TOTAL:	26 días

DESCRIPCIÓN DEL PROCEDIMIENTO

Act. N°	Responsable	Descripción	Tiempo
27		Los entrega a la Subdirección de Relaciones Públicas y Atención Ciudadana, para su análisis y consideración.	
28	Subdirección de Relaciones Públicas y Atención Ciudadana	Recibe los resultados con las observaciones de la Presidencia de la República y la SEGOB, para su análisis.	
29		Implementa las mejoras necesarias para la atención de las observaciones en el diseño y evaluación de las siguientes campañas de difusión.	
TERMINA PROCEDIMIENTO			



DIRECCIÓN GENERAL DE COMUNICACIÓN SOCIAL

NO. DE INSERCIÓN: (1)

FECHA: (2)

ATENCIÓN	(3)
MEDIO	(4)
RAZÓN SOCIAL	(5)
TÍTULO DE INSERCIÓN	(6)
CLAVE DE CAMPAÑA	(7)
SECCIÓN	(8)
FECHA DE PUBLICACIÓN	(9)

IMPORTE IVA INCLUIDO
(10)

AUTORIZÓ
(11)
NOMBRE CARGO

FACTURAR A
SCT Dirección General de Comunicación Social Av. Universidad esq. Xola s/n, Cuerpo "C" P.B., Col. Narvarte, Del. Benito Juárez, México, D.F., C.P. 03020 R.F.C. SCT051121CRA

ÁREA RESPONSABLE:	Subdirección de Relaciones Públicas y Atención Ciudadana		
PROCEDIMIENTO:	Transmisión y Evaluación de Campañas de Difusión		
FORMATO:	Orden de Inserción para Medios Impresos	RESGUARDO	2 años

GUIA DE LLENADO

Campo	Datos que deberán anotarse
1	Indicar número consecutivo de la orden de inserción.
2	Indicar la fecha de elaboración del documento.
3	Nombre del representante del medio de comunicación, responsable de la atención de la cuenta SCT.
4	Nombre completo del medio de comunicación impreso.
5	Nombre de la razón social correspondiente al medio de comunicación impreso.
6	Nombre de identificación y descripción del tipo de inserción.
7	Nombre de la campaña a la que pertenece la inserción.
8	Sección del medio impreso en la que deberá publicarse la inserción.
9	Fecha de publicación de la inserción en el medio impreso.
10	Importe total acordado con el medio de comunicación impreso, el cual será facturado por la DGCS, IVA incluido.
11	Nombre, cargo y firma del titular del área de difusión con la facultad de autorizar las inserciones.

AJUSTE DE CAMPAÑAS 2010 (partida 3702)

Cabeza de Sector: _____ 1
 Entidad: _____ 2

Naturaleza Jurídica: _____ 3
 Fecha de elaboración: _____ 4

INFORMACIÓN GENERAL DE LA CAMPAÑA

Nombre de la Campaña:	5
Versión (es):	6
Coemisor (es):	7
Objetivo de comunicación:	8 Página 1
Meta a alcanzar:	9
Vigencia de Campaña	10
Población objetivo	11
Señalar características específicas :	
Cobertura	12

SERVICIOS DE DIFUSIÓN

Medios de difusión a utilizar	Uso de medios públicos	Recursos a erogar (miles de pesos I.V.A. incluido)	Vigencia por tipo de medio	Formato del mensaje	Muestras de materiales
Televisoras	13	14 -	15	16	17
Radiodifusoras		-			
Diarios Editados en el D.F.		-			
Diarios Editados en los Estados		-			
Revistas		-			
Medios Complementarios		-			
Medios Impresos y Electrónicos Internacionales		-			
Estudios (pre-campaña, post-campaña)		18 -			
Diseño, Producción, Preproducción, Post-producción y Copiado		19 -			
TOTAL DE RECURSOS A EROGAR		20 -			

Clave de Campaña: (Sólo en caso de ajuste)	21
Actividades complementarias:	22
Razones para la utilización de estos medios:	23 Página 3

AUTORIZACIONES

Autorización de la Coordinadora Sectorial	24
	Nombre _____ Firma _____
Autorización del Titular del Área de Mercadotecnia	25
	Nombre _____ Firma _____

ÁREA RESPONSABLE:

Subdirección de Relaciones Públicas y Atención Ciudadana

PROCEDIMIENTO:

Transmisión y Evaluación de Campañas de Difusión

FORMATO:

Ajuste de Campañas

RESGUARDO

2 años

GUIA DE LLENADO

Campo	Datos que deberán anotarse
	<p>INFORMACIÓN GENERAL DE LA CAMPAÑA</p> <p>1 Organismo regulador a nivel central.</p> <p>2 Nombre completo de la Dependencia o Entidad Federal de que se trate.</p> <p>3 Tipo de Dependencia o Entidad Federal por su naturaleza jurídica.</p> <p>4 Fecha de elaboración del formato.</p> <p>5 Nombre completo como se denomina a la campaña.</p> <p>6 Nombre completo como se denomina a la versión específica de la campaña.</p> <p>7 Organismos o Entidades que participan en la campaña.</p> <p>8 Objetivo comunicacional que se pretende alcanzar como resultado de la campaña.</p> <p>9 Logro cuantitativo o cualitativo establecido para la campaña.</p> <p>10 Periodo de tiempo que delimita la transmisión de la campaña en los medios de comunicación.</p> <p>11 Público meta prioritario al cual está dirigida la campaña por rango de edad, nivel socio económico y tipo de población, incorporando las características específicas del segmento.</p> <p>12 Alcance poblacional al que está dirigida la campaña (Ejemplo: nacional, local, regional, etc.).</p> <p>SERVICIOS DE DIFUSIÓN</p> <p>13 Indicar la modalidad de transmisión de la campaña por tipo de medio de comunicación (Ejemplo: tiempos fiscales, tiempos de estado, tiempos comerciales o medios públicos).</p> <p>14 Indicar el monto de los recursos asignados para cada tipo de medio de comunicación seleccionado.</p> <p>15 Indicar el periodo de tiempo de duración de la campaña en el medio seleccionado, con fecha de inicio y término (Ejemplo: Del DD/MM/AAAA al DD/MM/AAAA).</p> <p>16 Indicar el tipo de formato del material que será transmitido a través del medio seleccionado (Ejemplo: Spot 30”, publireportaje, plana a color, espectacular, internet, etc.).</p> <p>17 Tipo de muestra de los materiales por medio de comunicación, que serán presentados para su revisión.</p>

ÁREA RESPONSABLE: Subdirección de Relaciones Públicas y Atención Ciudadana

PROCEDIMIENTO: Transmisión y Evaluación de Campañas de Difusión

FORMATO: Ajuste de Campañas RESGUARDO 2 años

GUIA DE LLENADO

Campo	Datos que deberán anotarse
18	Monto total de recursos asignados para la elaboración de estudios de pre-campañas y post- campañas.
19	Monto total de recursos asignados para el diseño, producción, preproducción, postproducción y copiado de los materiales de la campaña.
20	Monto total de recursos a erogar por la campaña.
21	Clave asignada por la Dirección General de Normatividad de Contenidos, de la SEGOB, para la campaña específica.
22	Descripción de las actividades o ajustes hechos al plan inicial de la presentación de la campaña.
23	Descripción breve que justifique la utilización de los medios de comunicación especificados en las actividades complementarias.
	AUTORIZACIONES
24	Nombre completo y firma autógrafa del titular de Comunicación Social de la coordinadora sectorial.
25	Nombre completo y firma autógrafa del titular de Comunicación Social de la dependencia o entidad federal.

PRESENTACIÓN DE RESULTADOS DE ESTUDIOS EN COMUNICACIÓN SOCIAL

2010

Cabeza de Sector
Dependencia o Entidad:

1

2

Naturaleza Jurídica:

3

No. oficina de Referencia

4

OBJETO DE ESTUDIO

Nombre de la campaña sometida a estudio:

5

Versión (es), sometidas a estudio:

6

Medios autorizados para su difusión:

7

Actividades complementarias:

8

Vigencia de la campaña:

9

Población objetivo primaria:

10

Población objetivo secundaria:

11

Cobertura geográfica:

12

Clave asignada a la campaña:

13

Meta de la campaña:

14

Objetivo(s) de comunicación de la campaña:

15

Tipo de estudio

16

FALTA DEFINIR TIPO DE ESTUDIO POR SUS RESULTADOS / FALTA ESPECIFICAR TIPO DE ESTUDIO POR SU PROPÓSITO

METODOLOGÍA

Objetivos del estudio:

17

Descripción del método empleado:

18

Descripción del instrumento(s) empleado:

19

MUESTRA DEL ESTUDIO

Sistema de muestreo:

20

Cobertura del estudio:

21

Población evaluada

FALTA DEFINIR SEXO / FALTA DEFINIR EDAD / AÑOS / NSE: FALTA DEFINIR NSE

22

Señalar características específicas de la muestra:

23

Tamaño de la muestra:

24

APLICACIÓN DEL ESTUDIO

Fecha de levantamiento de información:

25

Nombre, cargo, teléfono, fax y correo electrónico del responsable del estudio en dependencia / entidad:

26

Empresa, nombre, cargo, teléfono, fax y correo electrónico de la empresa que llevó a cabo la investigación:

27

Recursos presupuestarios con IVA incluido:

28

RESULTADOS

Datos cuantitativos obtenidos (en caso de que aplique):

29

Datos cualitativos obtenidos (en caso de que aplique):

30

Conclusiones (descripción de los hallazgos derivados de la aplicación del estudio):

31

Descripción de los problemas detectados a través del estudio:

32

Planteamiento prospectivo:

33

ES NECESARIO ANEXAR EN LA ENTREGA DE RESULTADOS (MUESTRA DEL INSTRUMENTO, INFORME GRÁFICO Y REPORTE DETALLADO) TANTO IMPRESO COMO DIGITAL, ES NECESARIO COMPLETAR UN FORMATO POR CADA OBJETO DE ESTUDIO INVESTIGADO

Autorización del Titular del Área de Comunicación Social

35

Nombre

Firma

Autorización de la Coordinadora Sectorial

36

Nombre

Firma

ÁREA RESPONSABLE:

Subdirección de Relaciones Públicas y Atención Ciudadana

PROCEDIMIENTO:

Transmisión y Evaluación de Campañas de Difusión

FORMATO:

Presentación de Resultados de Estudios

RESGUARDO

2 años

GUIA DE LLENADO

Campo	Datos que deberán anotarse
	<p>OBJETO DEL ESTUDIO</p> <p>1 Organismo regulador a nivel central.</p> <p>2 Nombre completo de la dependencia o entidad federal de que se trate.</p> <p>3 Tipo de dependencia o entidad federal por su naturaleza jurídica.</p> <p>4 Número de oficio con el cual la dependencia o entidad federal, remite los resultados de los estudios.</p> <p>5 Nombre completo como se denomina a la campaña.</p> <p>6 Nombre completo como se denomina a la versión específica de la campaña.</p> <p>7 Lista de medios de comunicación en los cuales se difundió la campaña, independientemente de la modalidad de la misma (Tiempos fiscales, comerciales, medios públicos.)</p> <p>8 Descripción de las actividades o ajustes hechos al plan inicial de la presentación de la campaña.</p> <p>9 Periodo de tiempo que delimita la transmisión de la campaña en los medios de comunicación.</p> <p>10 Público meta prioritario al cual está dirigida la campaña por rango de edad, nivel socio económico y tipo de población, incorporando las características específicas del segmento.</p> <p>11 Público meta secundario al cual está dirigida la campaña por rango de edad, nivel socio económico y tipo de población, incorporando las características específicas del segmento.</p> <p>12 Alcance poblacional al que está dirigida la campaña (Ejemplo: nacional, local, regional, etc.)</p> <p>13 Descripción de las actividades o ajustes hechos al plan inicial de la presentación de la campaña.</p> <p>14 Logro cuantitativo o cualitativo establecido para la campaña.</p> <p>15 Objetivo comunicacional que se pretende alcanzar como resultado de la campaña.</p> <p>16 Especificar la finalidad del estudio respecto del análisis de los resultados de la campaña o el propósito de la misma.</p>

ÁREA RESPONSABLE:	Subdirección de Relaciones Públicas y Atención Ciudadana		
PROCEDIMIENTO:	Transmisión y Evaluación de Campañas de Difusión		
FORMATO:	Presentación de Resultados de Estudios	RESGUARDO	2 años

GUIA DE LLENADO

Campo	Datos que deberán anotarse
	METODOLOGÍA
17	Describir el objetivo que se busca alcanzar con la elaboración del estudio.
18	Especificar el tipo de metodología definida para llevar a cabo el estudio y cumplir con el objetivo propuesto en el punto anterior.
19	Indicar los instrumentos o vehículos específicos que recopilarán la información, indicando los objetivos particulares en cada caso.
	MUESTRA DEL ESTUDIO
20	Selección del grupo de personas que garantizará la obtención de datos e información precisa y significativa.
21	Plazas en donde se llevará a cabo el levantamiento de la información.
22	Población a la que está dirigido el estudio, indicando edad, género, nivel socioeconómico (NSE) y población.
23	Indicar las características específicas de la población evaluada, si así se requiere.
24	Número de casos que fueron seleccionados para la obtención de la información.
	APLICACIÓN DEL ESTUDIO
25	Periodo en el cual se recolectó la información.
26	Nombre y datos de contacto del responsable del estudio en la dependencia o entidad federal.
27	Nombre y datos de contacto del representante de la empresa, responsable de la coordinación y realización del estudio.
28	Indicar el monto total de recursos asignados a la aplicación de la investigación.
	RESULTADOS

ÁREA RESPONSABLE:

Subdirección de Relaciones Públicas y Atención Ciudadana

PROCEDIMIENTO:

Transmisión y Evaluación de Campañas de Difusión

FORMATO:

Presentación de Resultados de Estudios

RESGUARDO

2 años

GUIA DE LLENADO

Campo	Datos que deberán anotarse
29	Describir los resultados de carácter cuantitativo que se obtuvieron como resultado de la investigación.
30	Describir los resultados de carácter cualitativo que se obtuvieron como resultado de la investigación.
31	Describir de manera breve y concreta los hallazgos obtenidos al término del estudio.
32	Describir de manera breve y concreta los problemas detectados al término del estudio.
33	Acciones que se deben tomar en cuenta para la planeación de una campaña o programa de comunicación social a largo plazo, derivadas de los resultados del estudio.
34	Indicar si la campaña cumplió o no las metas preestablecidas, con fundamento en los resultados de la investigación y señalar cuál es el indicador que lo demuestra.
	AUTORIZACIÓN
35	Nombre completo y firma autógrafa del titular de Comunicación Social de la dependencia o entidad federal.
36	Nombre completo y firma autógrafa del titular de Comunicación Social de la coordinadora sectorial.

ÁREA RESPONSABLE:

Subdirección de Relaciones Públicas y Atención Ciudadana

PROCEDIMIENTO:

Elaboración de Materiales Gráficos Institucionales

OBJETIVO ESTRATÉGICO:

Diseñar y elaborar todos los materiales impresos, audiovisuales y electrónicos, así como los eventos necesarios para dar a conocer el quehacer cotidiano, acciones y resultados de los programas sectoriales coordinados por la SCT.

OBJETIVO

Diseñar, revisar y elaborar los materiales gráficos institucionales con total apego a la normatividad vigente aplicable en la materia, con la finalidad de que puedan ser utilizados en eventos o para su difusión pública.

LINEAMIENTOS DE OPERACIÓN

1. Todos los materiales gráficos de la Secretaría deberán ser previamente autorizados por la Dirección General de Comunicación Social, a través de la Subdirección de Relaciones Públicas y Atención Ciudadana.
2. Los materiales gráficos requeridos por las Unidades Administrativas, deberán ser deben ser solicitados oficialmente a la Dirección General de Comunicación Social, sin excepción.
3. La elaboración de los materiales gráficos institucionales estará sujeta a la disponibilidad y techos presupuestales de las partidas asignadas en la materia.
4. La Subdirección de Relaciones Públicas y Atención Ciudadana será responsable del seguimiento puntual a la producción de los materiales gráficos, desde su diseño hasta la recepción y entrega del producto terminado.
5. Por material gráfico institucional se entiende toda clase de diseños para impresión con la imagen oficial de la Secretaría de Comunicaciones y Transportes, autorizada por la Presidencia de la República.

ÁREA RESPONSABLE:	Subdirección de Relaciones Públicas y Atención Ciudadana
PROCEDIMIENTO:	Elaboración de Materiales Gráficos Institucionales
DURACIÓN TOTAL:	7 días

DESCRIPCIÓN DEL PROCEDIMIENTO

Act. N°	Responsable	Descripción	Tiempo
01	Dirección General de Comunicación Social	Recibe la solicitud oficial para la elaboración de algún material gráfico institucional que contenga la imagen de la SCT.	
		ES REQUERIMIENTO SCT	
02	Subdirección de Relaciones Públicas y Atención Ciudadana	SÍ Presenta a la DGCS la propuesta en contenido y diseño gráfico, para su aprobación. (Continúa Actividad 9)	1 día
03	Unidad Administrativa Solicitante	NO Envía contenido y propuestas de diseño o diseño terminado a la Subdirección de Relaciones Públicas y Atención Ciudadana para su revisión.	
04	Subdirección de Relaciones Públicas y Atención Ciudadana	Recibe la propuesta de la Unidad Administrativa Solicitante y revisa que cumpla con los lineamientos establecidos en el Manual de Identidad de la SCT, en coordinación con el Departamento de Comunicación Gráfica.	1 día
		EXISTEN OBSERVACIONES	
05		SÍ Solicita al Departamento de Comunicación Gráfica elabore los cambios o en su caso, a la Unidad Administrativa Solicitante los realice.	1 día
06		NO Requiere a la Unidad Administrativa Solicitante la validación oficial de contenidos y diseños para aprobación de la DGCS.	

ÁREA RESPONSABLE:	Subdirección de Relaciones Públicas y Atención Ciudadana
PROCEDIMIENTO:	Elaboración de Materiales Gráficos Institucionales
DURACIÓN TOTAL:	7 días

DESCRIPCIÓN DEL PROCEDIMIENTO

Act. N°	Responsable	Descripción	Tiempo
07	Unidad Administrativa Solicitante	Valida por el titular de la Unidad Administrativa Solicitante los contenidos y el diseño gráfico del material y envía oficio a la Subdirección de Relaciones Públicas y Atención Ciudadana.	1 día
08	Subdirección de Relaciones Públicas y Atención Ciudadana	Recibe oficio de validación de contenido y diseño gráfico de la Unidad Administrativa Solicitante y prepara los materiales para su revisión con la DGCS.	
09		Revisa junto con la DGCS las propuestas de contenidos y diseño gráfico de los materiales a producir, para su aprobación.	
10	Dirección General de Comunicación Social	Aprueba los materiales gráficos para que la Subdirección de Relaciones Públicas y Atención Ciudadana proceda a su producción.	
11	Subdirección de Relaciones Públicas y Atención Ciudadana	Envía al proveedor seleccionado los materiales gráficos en archivos electrónicos y le solicita oficialmente su elaboración.	1 día
12	Departamento de Comunicación Gráfica	Mantiene contacto directo con el proveedor seleccionado durante el proceso de producción de los materiales gráficos, para seguimiento y supervisión.	1 día
13		Revisa y recibe de conformidad el producto terminado en las instalaciones de la DGCS e informa a la Subdirección de Relaciones Públicas y Atención Ciudadana la recepción del producto.	1 día
14		Entrega de manera oficial el producto terminado a la Unidad Administrativa Solicitante y recaba el acuse correspondiente.	

ÁREA RESPONSABLE:	Subdirección de Relaciones Públicas y Atención Ciudadana
PROCEDIMIENTO:	Elaboración de Materiales Gráficos Institucionales
DURACIÓN TOTAL:	7 días

DESCRIPCIÓN DEL PROCEDIMIENTO

Act. N°	Responsable	Descripción	Tiempo
15	Departamento de Comunicación Gráfica	Entrega la factura original y testigos a la Subdirección de Relaciones Públicas y Atención Ciudadana.	
16	Subdirección de Relaciones Públicas y Atención Ciudadana	Recibe la factura original con testigos y envía a la Dirección de Administración para el trámite de pago correspondiente.	
17		Retroalimenta la conformidad del producto terminado, vía telefónica, con la Unidad Administrativa Solicitante.	
		TERMINA EL PROCEDIMIENTO	

ÁREA RESPONSABLE:

Subdirección de Relaciones Públicas y Atención Ciudadana

PROCEDIMIENTO:

Elaboración de Materiales Audiovisuales Institucionales

OBJETIVO ESTRATÉGICO:

Diseñar y elaborar todos los materiales impresos, audiovisuales y electrónicos, así como los eventos necesarios para dar a conocer el quehacer cotidiano, acciones y resultados de los programas sectoriales coordinados por la SCT.

OBJETIVO

Diseñar, revisar y elaborar los materiales audiovisuales institucionales con total apego a la normatividad vigente aplicable en la materia, con la finalidad de que puedan ser difundidos públicamente.

LINEAMIENTOS DE OPERACIÓN

1. Todos los materiales gráficos institucionales de la Secretaría serán previamente autorizados por la Dirección General de Comunicación Social, a través de la Subdirección de Relaciones Públicas y Atención Ciudadana.
2. Todos los materiales audiovisuales requeridos por las Unidades Administrativas, deben solicitarse oficialmente a la Dirección General de Comunicación Social, sin excepción.
3. La elaboración de materiales audiovisuales institucionales estará sujeta a la disponibilidad y techos presupuestales de las partidas asignadas en la materia.
4. La Subdirección de Relaciones Públicas y Atención Ciudadana será la responsable del seguimiento puntual a la producción de los materiales audiovisuales, desde su diseño hasta la recepción y entrega del producto terminado.
5. Por material audiovisual institucional se entiende toda clase de videos, audio, reportajes, documentales y presentaciones con la imagen oficial de la Secretaría de Comunicaciones y Transportes, autorizados por la Presidencia de la República.

ÁREA RESPONSABLE:	Subdirección de Relaciones Públicas y Atención Ciudadana
PROCEDIMIENTO:	Elaboración de Materiales Audiovisuales Institucionales
DURACIÓN TOTAL:	11 días

DESCRIPCIÓN DEL PROCEDIMIENTO

Act. N°	Responsable	Descripción	Tiempo
01	Dirección General de Comunicación Social	Recibe la solicitud oficial para la elaboración de algún material audiovisual institucional que contenga la imagen de la SCT.	
		ES REQUERIMIENTO SCT	
02	Subdirección de Relaciones Públicas y Atención Ciudadana	SÍ Presenta a la DGCS la propuesta de contenido, guiones o <i>story boards</i> , para su aprobación. (Conecta con Actividad 14)	1 día
03	Unidad Administrativa Solicitante	NO Envía contenidos, materiales audiovisuales, guiones o <i>story boards</i> a la Subdirección de Relaciones Públicas y Atención Ciudadana para su revisión.	
04	Subdirección de Relaciones Públicas y Atención Ciudadana	Recibe la propuesta de la Unidad Administrativa Solicitante.	
		SON MATERIALES AUDIOVISUALES TERMINADOS	
05		SÍ Revisa que los contenidos cumplan con los lineamientos establecidos en el Manual de Identidad de la SCT, en coordinación con el Departamento de Comunicación Gráfica.	1 día
		EXISTEN OBSERVACIONES	
06		SÍ Requiere a la Unidad Administrativa Solicitante realice los cambio correspondientes y envíe los materiales corregidos para una nueva revisión. (Regrese Actividad 5)	

ÁREA RESPONSABLE:	Subdirección de Relaciones Públicas y Atención Ciudadana
PROCEDIMIENTO:	Elaboración de Materiales Audiovisuales Institucionales
DURACIÓN TOTAL:	11 días

DESCRIPCIÓN DEL PROCEDIMIENTO

Act. N°	Responsable	Descripción	Tiempo
07	Subdirección de Relaciones Públicas y Atención Ciudadana	NO Requiere a la Unidad Administrativa Solicitante la validación oficial del contenido del material para aprobación de la DGCS. (Conecta con Actividad 12)	
08	Departamento de Comunicación Gráfica	NO Elabora una propuesta de contenido, guión o <i>story board</i> para el material audiovisual y la envía a la Unidad Administrativa Solicitante.	2 días
09	Unidad Administrativa Solicitante	Recibe la propuesta y genera las observaciones correspondientes para su modificación	1 día
10	Departamento de Comunicación Gráfica	Realiza los cambios a la propuesta y la entrega a la Subdirección de Relaciones Públicas y Atención Ciudadana para que solicite la validación oficial de contenidos a la Unidad Administrativa Solicitante.	1 día
11	Subdirección de Relaciones Públicas y Atención Ciudadana	Recibe la propuesta, la revisa y requiere a la Unidad Administrativa Solicitante la validación oficial del contenido del material para la aprobación de la DGCS.	
12	Unidad Administrativa Solicitante	Valida oficialmente los contenidos del material audiovisual y envía el oficio a la Subdirección de Relaciones Públicas y Atención Ciudadana.	1 día
13	Subdirección de Relaciones Públicas y Atención Ciudadana	Recibe el oficio de validación de contenidos de la Unidad Administrativa Solicitante y prepara los materiales para su revisión con la DGCS.	
14		Revisa junto con la DGCS la propuesta del material audiovisual para su aprobación.	1 día

ÁREA RESPONSABLE:	Subdirección de Relaciones Públicas y Atención Ciudadana
PROCEDIMIENTO:	Elaboración de Materiales Audiovisuales Institucionales
DURACIÓN TOTAL:	11 días

DESCRIPCIÓN DEL PROCEDIMIENTO

Act. N°	Responsable	Descripción	Tiempo
15	Dirección General de Comunicación Social	Aprueba el material audiovisual para que la Subdirección de Relaciones Públicas y Atención Ciudadana, proceda a su producción.	
16	Subdirección de Relaciones Públicas y Atención Ciudadana	Recibe la instrucción de la DGCS para la producción del material audiovisual y procede a su elaboración.	
17		Envía al proveedor seleccionado los materiales audiovisuales en archivos electrónicos y le solicita oficialmente su elaboración.	1 día
18	Departamento de Comunicación Gráfica	Mantiene contacto con el proveedor durante el proceso de producción del material audiovisual, para seguimiento y supervisión.	1 día
19		Revisa y recibe de conformidad el producto terminado en oficinas de la DGCS e informa a la Subdirección de Relaciones Públicas y Atención Ciudadana la recepción del producto.	1 día
20		Entrega de manera oficial el producto terminado a la Unidad Administrativa Solicitante y recaba el acuse correspondiente.	
21		Entrega la factura original y testigos a la Subdirección de Relaciones Públicas y Atención Ciudadana.	
22	Subdirección de Relaciones Públicas y Atención Ciudadana	Recibe la factura original con testigos y envía a la Dirección de Administración para su trámite de pago correspondiente.	
23		Retroalimenta la conformidad del producto terminado, vía telefónica, con la Unidad Administrativa Solicitante.	
TERMINA EL PROCEDIMIENTO			

CONTROL DE CAMBIOS

Fecha de autorización del cambio	No. de Revisión	Tipo de Cambio	Nombre del Proceso o Procedimiento	Descripción del Cambio
/10/2010	0	Total	Manual de Procedimientos	Elaboración Inicial